



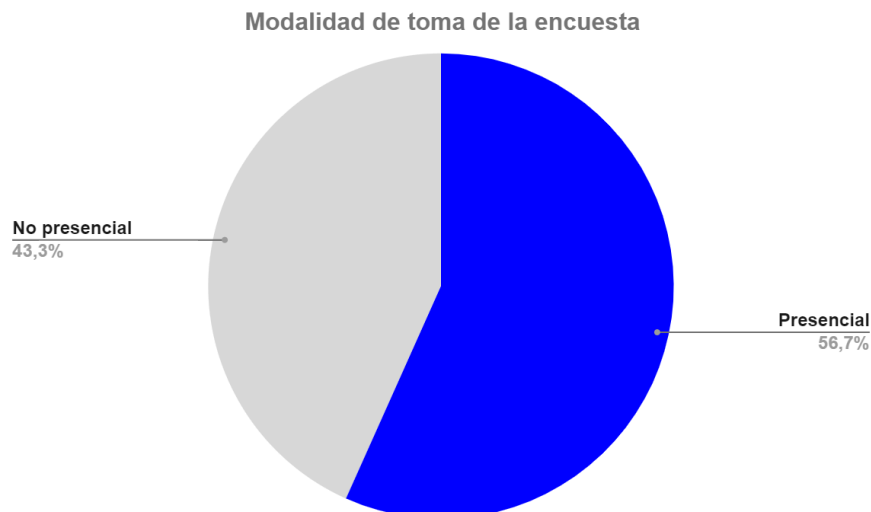
Resumen estadístico DICIEMBRE 2024

Resumen ejecutivo mes de diciembre 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 diciembre 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 360 encuestas**, de las cuales 56,7% fueron no presenciales y 43,3% 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 diciembre de modo presencial.

Del total de las encuestas efectuadas (156) se desprende que el (66%) fueron realizadas en la oficina de informes ubicada 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 (64,1%) de los visitantes fueron residentes de la Ciudad de Bahía Blanca, seguido de residentes nacionales (28,8%) y por último, un (7,1%) se trató de visitantes internacionales procedentes de Francia, España, Filipinas, Chile, Bolivia, Alemania e Irlanda. Se observa también que los turistas nacionales provienen principalmente de la

PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Provincia de Buenos Aires (35,8%), CABA y Córdoba (15,6%), Chubut, Neuquén, Río Negro, Santa Fe y Tucumán (4,4%) y finalmente de Entre Ríos, La Pampa, San Luis, Santa Cruz y Tierra del Fuego (2,2%) respectivamente.

En su mayoría, las consultas recibidas de forma presencial en los puestos de informes turísticos son realizadas por una persona (69,9%) y en menor medida, en grupos de dos personas (24,4%), tres personas (3,8%), cuatro personas (1,3%) y cinco o más personas (0,6%).

En relación a los *motivos principales por los cuales los visitantes se desplazan*, se observa que en el caso de los visitantes nacionales refieren escala (35,6%), trámites (24,4%), trabajo y visitas a familiares o amigos (15,6%), vacaciones (11,11%), compras (6,7%), otros motivos (4,4%), actividades culturales y congresos (2,2%). En cambio, los motivos por los cuales los visitantes internacionales se acercan a la ciudad es debido a vacaciones (81,8%), escala (63,6%) y finalmente visita a familiares o amigos (9,1%).

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 (31,1%), seguido de Región Buenos Aires (29%), Sudoeste Bonaerense (17,8%), Centro (13,3%), CABA (4,4%) y por último, Litoral y Cuyo (2,2%); mientras que los visitantes internacionales se dirigen principalmente a Región Patagonia (54,5%), Sudoeste Bonaerense y Buenos Aires (18,2%) y finalmente a la Región de Cuyo (9,1%).

En cuanto a la variable relacionada al *alojamiento en la ciudad*, se observa que en el caso de los visitantes nacionales el (60%) optó por alojarse, mientras que el (40%) de ellos optaron por no pernoctar en Bahía Blanca. De los que sí se alojaron, se puede observar que (48,1%) lo hizo en establecimientos hoteleros, seguido de casa de familiares y amigos (29,6%), establecimientos para-hoteleros (18,5%) y otros (3,8%). En tanto, de los visitantes internacionales solo el (27,3%) optó por no alojarse, mientras que el porcentaje restante (72,7%), se distribuyó en establecimientos hoteleros (50%), para-hoteleros (37,5%) y en casa de familiares o amigos (12,5%).

La *estadía promedio* de la muestra es de 5,3 noches, en tanto en los visitantes nacionales es de 6 noches y de los internacionales son 2,8 noches.

En referencia al *gasto estimado* de los visitantes nacionales, el análisis de los datos refleja que el (42,3%) realizó un gasto mayor a \$150.000, seguido de aquellos que realizaron un gasto menor de \$70.000 (33,3%) y finalmente el (24,4%) restante realizó un gasto entre \$70.000 y \$150.000. En el caso de los visitantes internacionales, refieren principalmente un gasto mayor a \$150.000 (45,5%), conjuntamente con aquellos que efectuaron un gasto entre \$70.000 y \$150.000

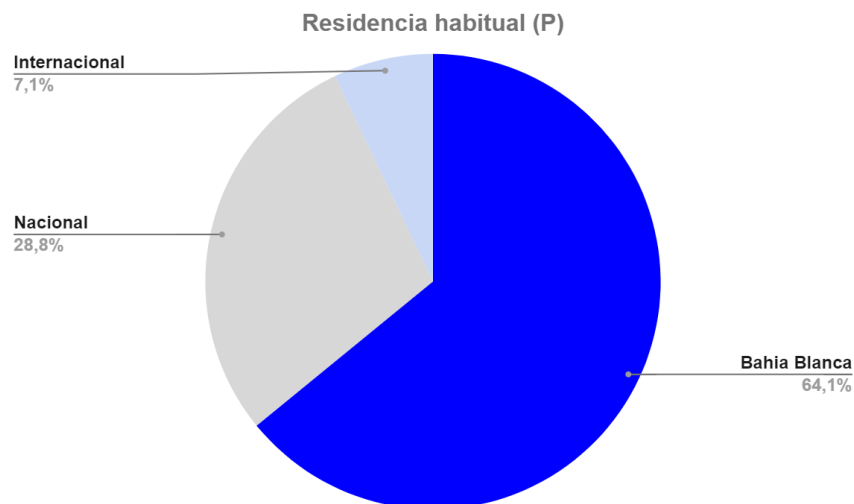
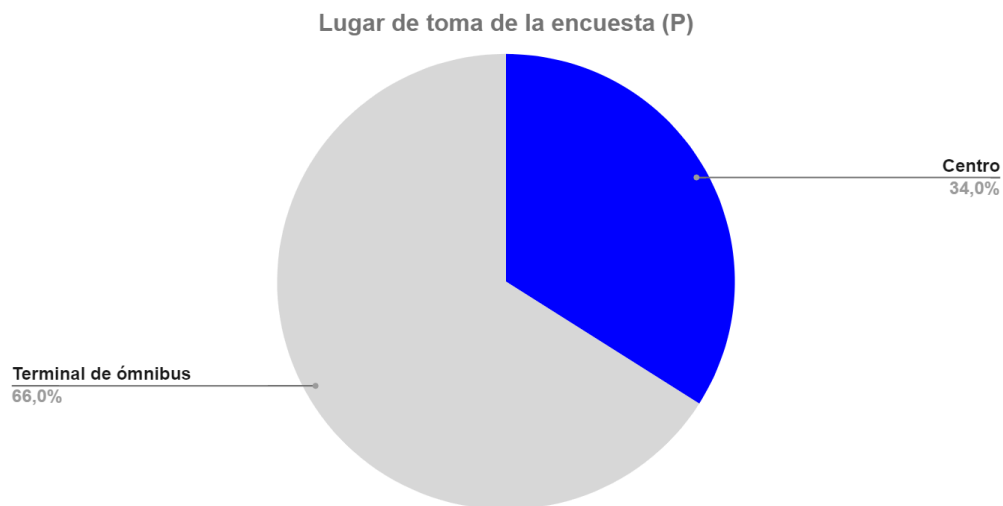
PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

sumando el 91% de la muestra y por último, los que realizaron un gasto menor de \$70.000 (9%).

En relación al *medio de transporte* utilizado para arribar al destino en el caso de los visitantes nacionales se destaca que el (53,4%) se desplazó en ómnibus, seguido de auto particular (33,3%), avión (11,1%) y otros medios (2,2%). Mientras que los visitantes internacionales se desplazaron en ómnibus (54,5%), avión (27,3%) y automóvil (18,2%).

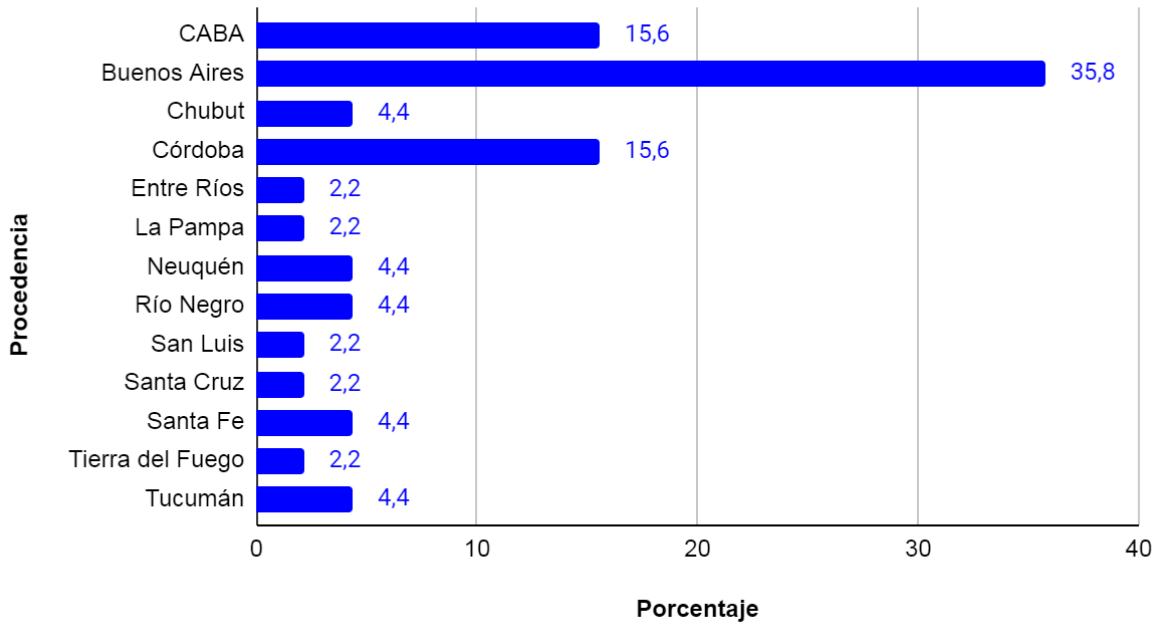
Por último, la *información solicitada* en los centros de información turística de modo presencial fue principalmente por información en general (37,2%), seguido de la solicitud de plano (32,7%), información sobre actividades (22,4%), atractivos (19,2%), transporte a la región y otros (17,3%), información sobre otras localidades argentinas (12,8%), transporte urbano (10,9%), gastronomía (8,3%), actividades organizadas por la Dirección (6,4%) y alojamiento (5,1%).

Informe gráfico encuestas presenciales

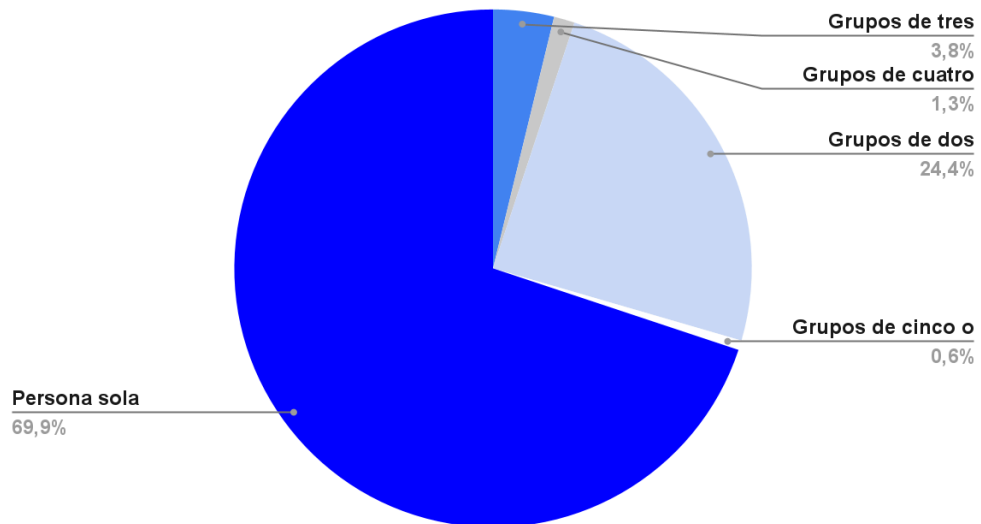


PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

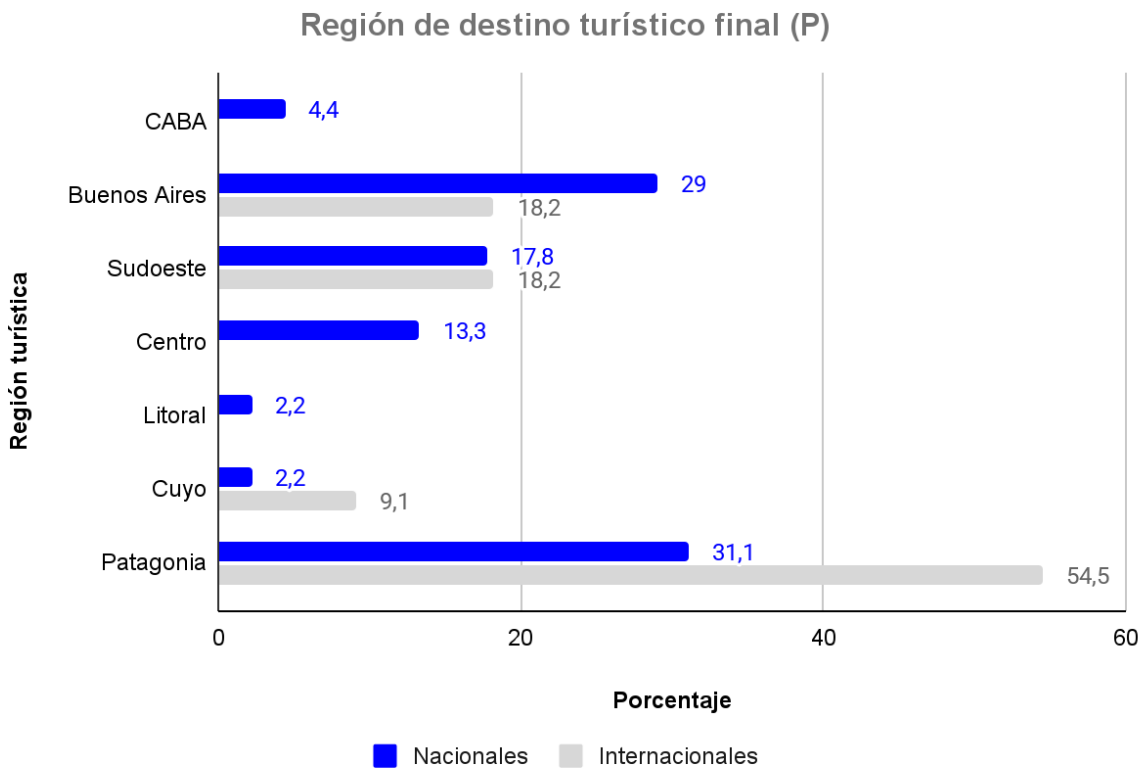
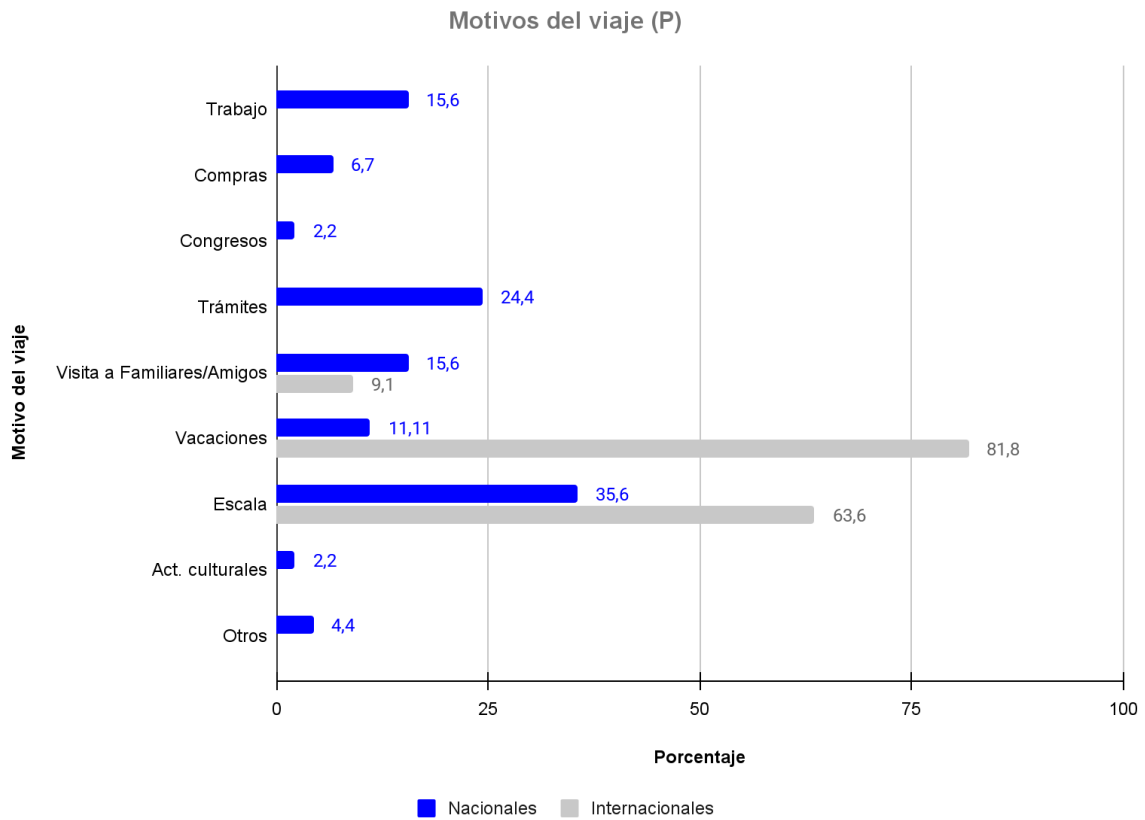
Procedencia de visitantes nacionales (PN)



Composición de grupo (P)

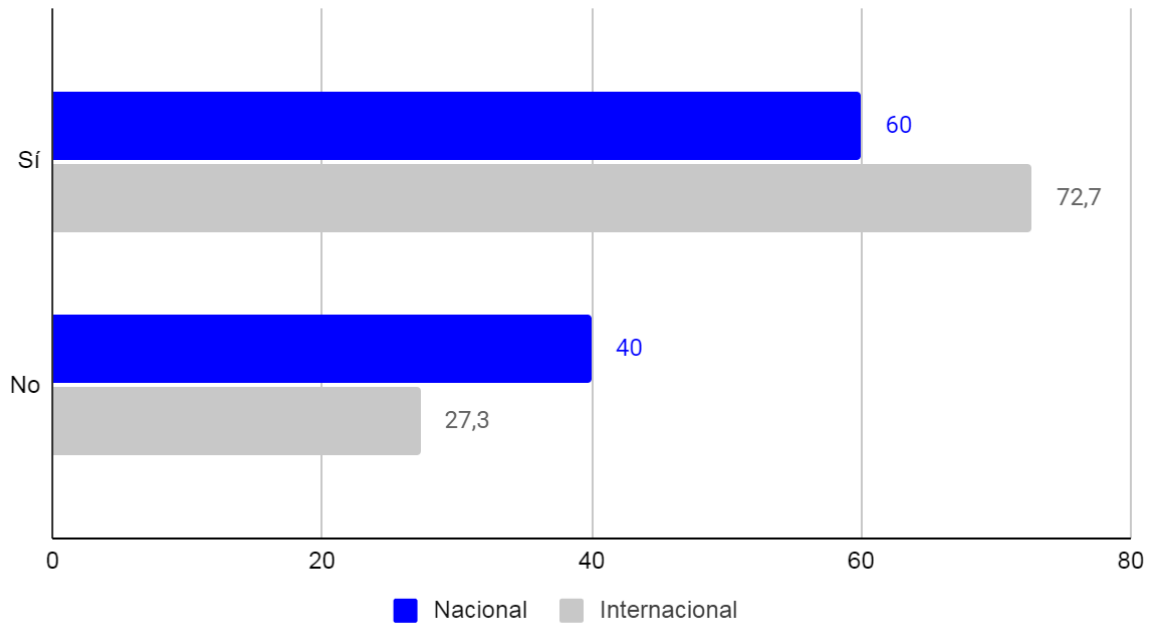


PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

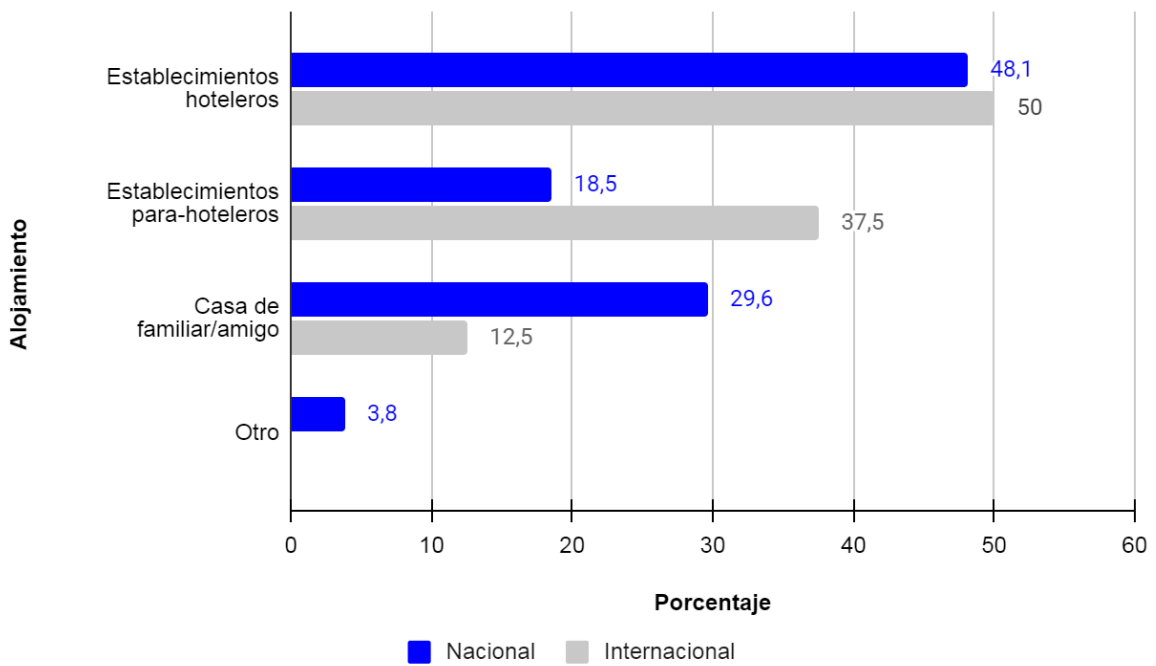


PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

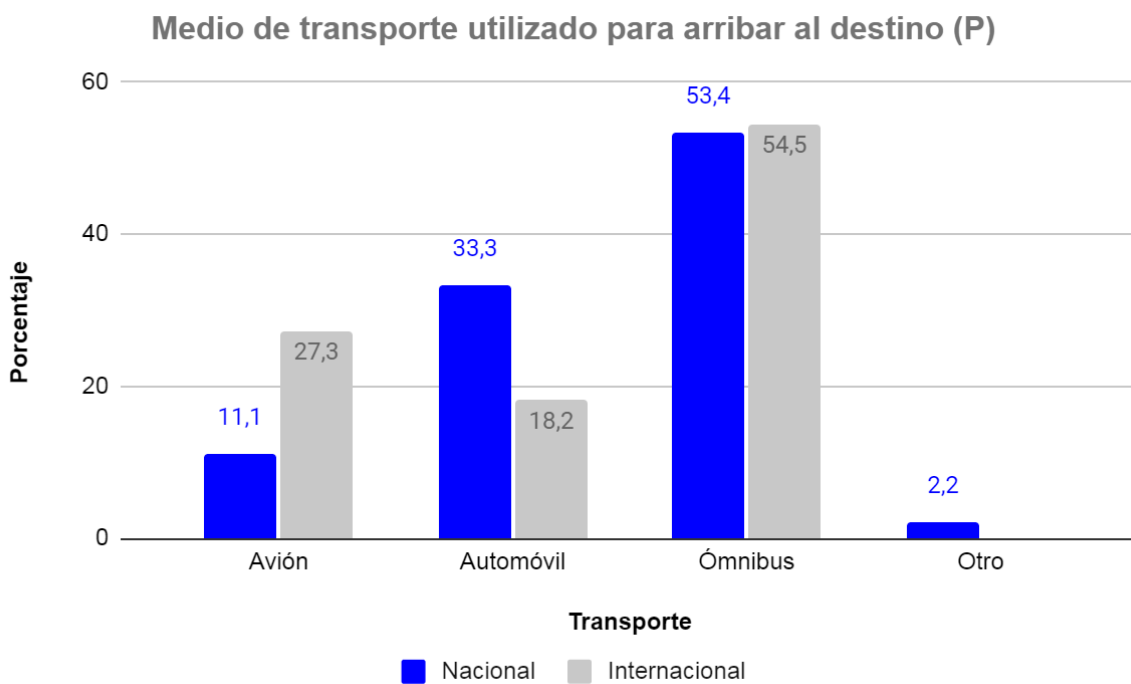
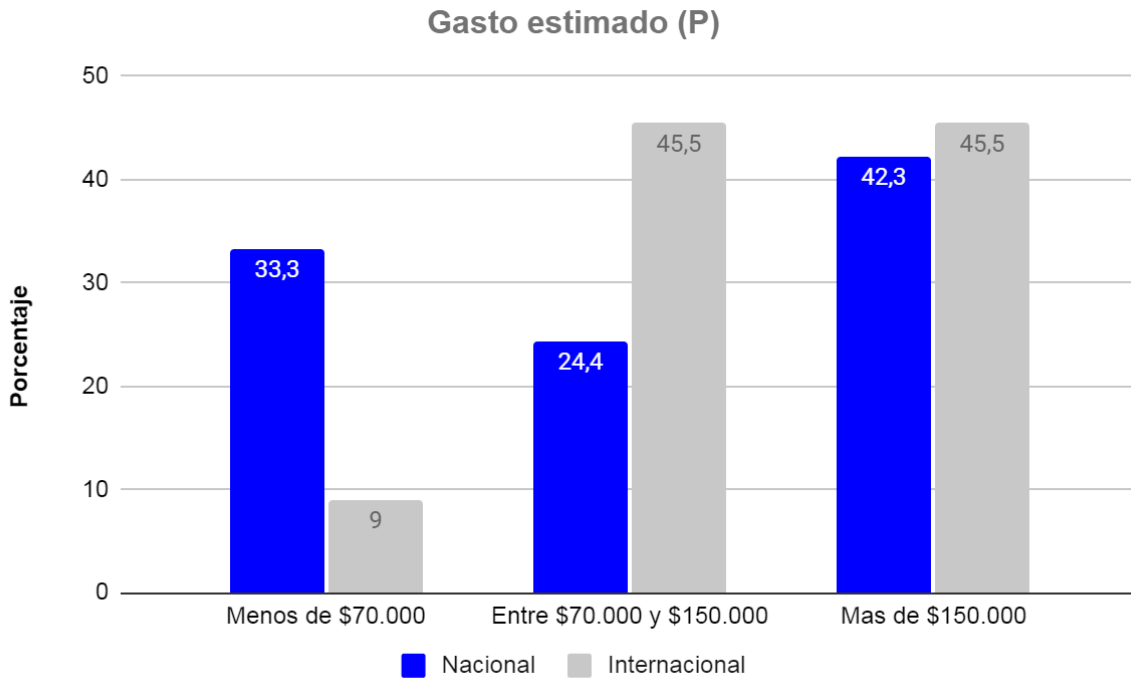
Alojamiento en la Ciudad (P)



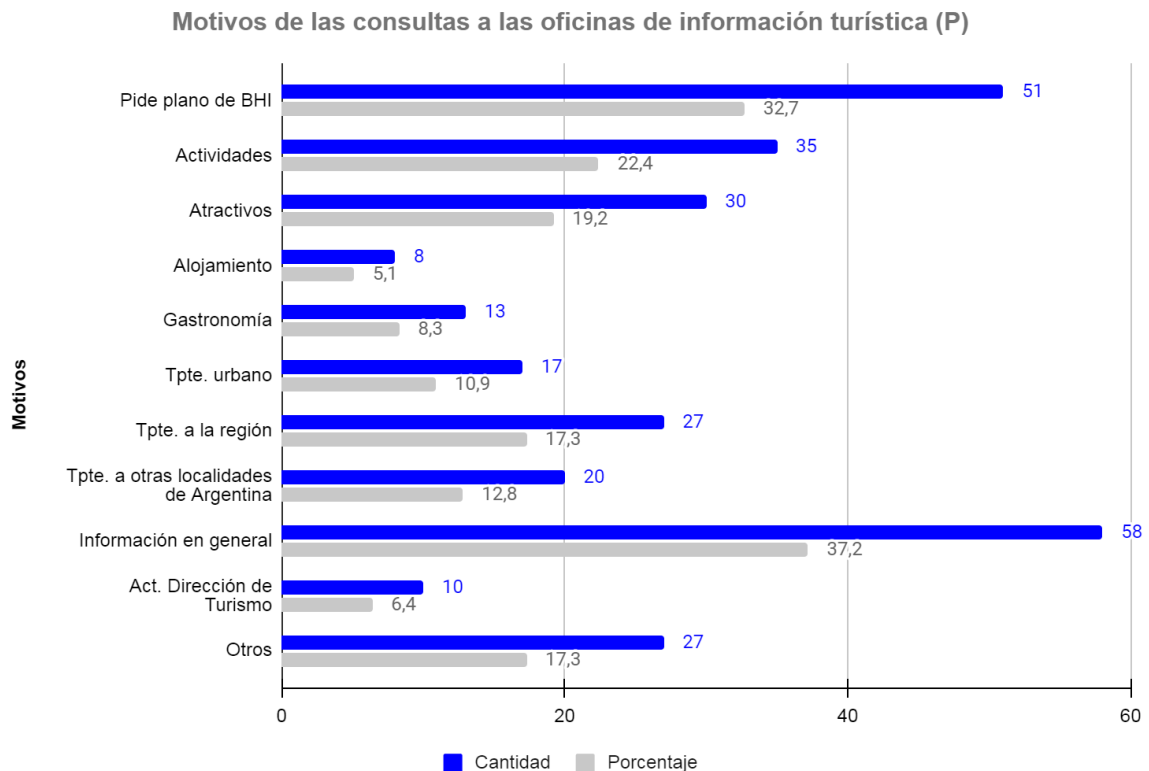
Lugar de alojamiento (P)



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 diciembre.

En total se efectuaron (204) encuestas siendo realizadas en su mayoría en la oficina de información turística ubicada en la Peatonal Drago y Av. Colón (88,2%) y en menor medida en el puesto de información turística de la Terminal de Ómnibus (11,8%).

El análisis del *medio utilizado para realizar la consulta* evidencia que (87,2%) de los encuestados realizó las consultas a través de Whatsapp, seguido de medio telefónico (11,8%) y redes sociales (1%).

Del total de las encuestas se desprende que (90,7%) de las consultas fueron realizadas por residentes de la ciudad, sin datos (4,9%), nacionales (3,9%) e internacionales (0,5%).

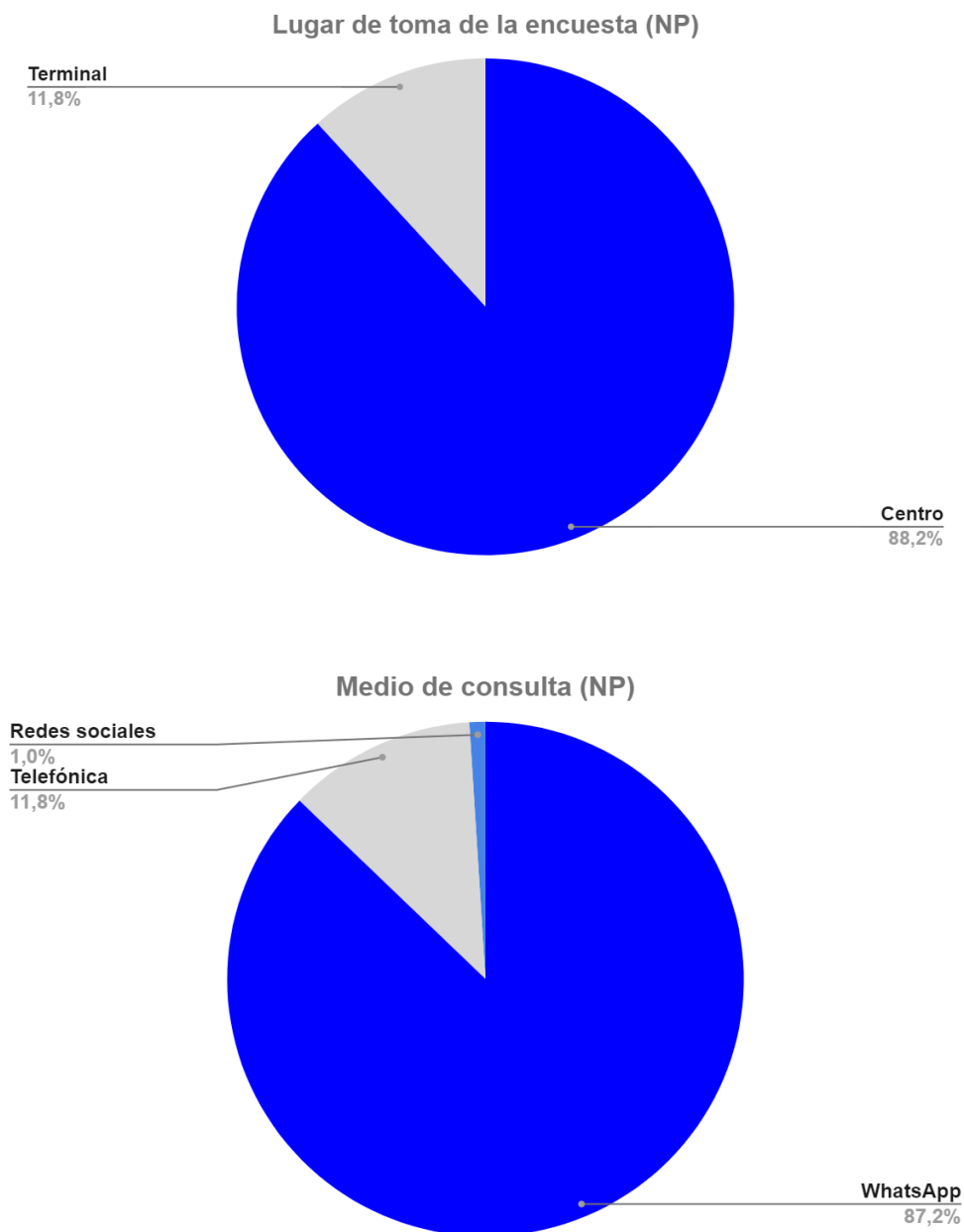
En relación a la provincia de residencia habitual, se destaca que las consultas realizadas por nacionales fueron de residentes de la provincia de Buenos Aires

PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

(37,5%), La Pampa (25%) y de CABA, Córdoba y Neuquén (12,5%) respectivamente.

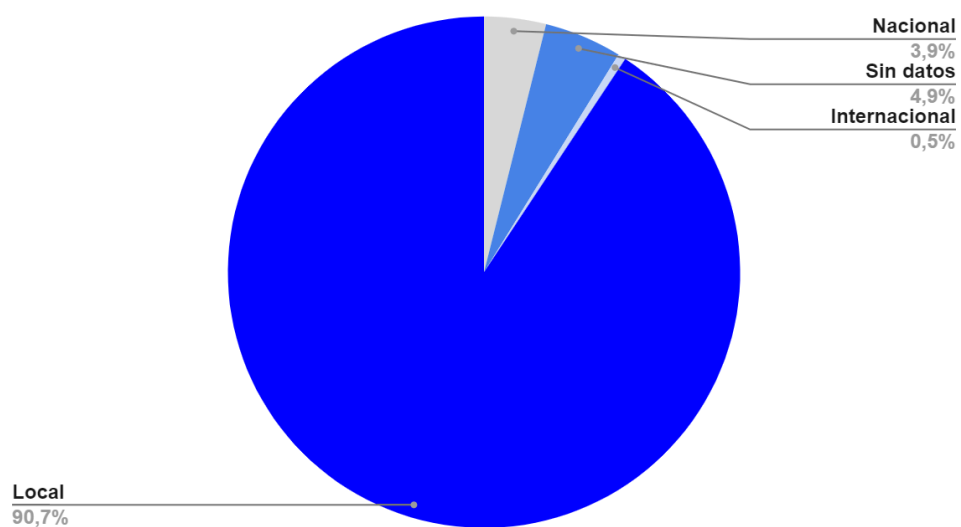
Por último, teniendo en cuenta los *motivos principales de la consulta* se destacan aquellos que solicitaron información sobre las actividades programadas por la Dirección de Turismo (85,8%), actividades (6,4%), transporte hacia otras localidades (5,9%), Información general (4,9%), Información sobre transporte a la región (2,9%), sobre alojamiento (1,5%), sobre atractivos (0,5%) y otros (1%).

Informe gráfico encuestas no presenciales

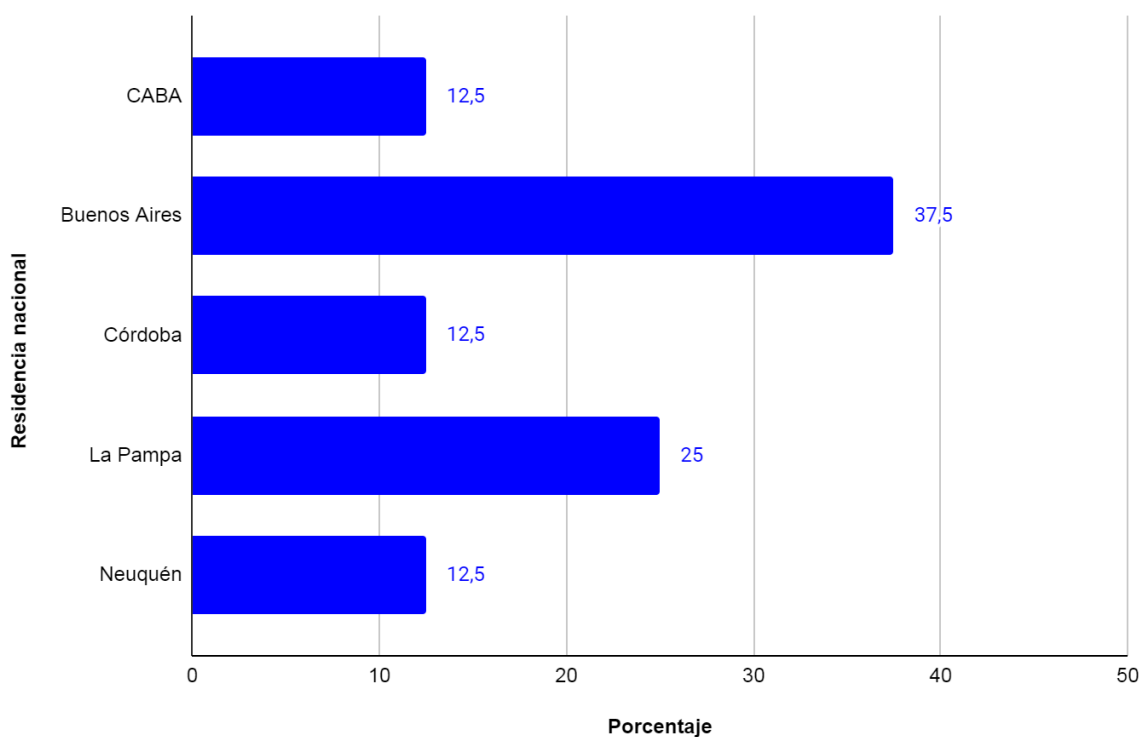


PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

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

