Resumen ejecutivo mes de Mayo 2022

El estudio presentado refiere a los resultados de las encuestas realizadas en los puestos de información turística localizados 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 mayo de 2022, 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 113 encuestas,** de las cuales 59,3% fueron presenciales y el 40,7 % no presenciales.

<u>Encuestas realizadas bajo la modalidad presencial</u>

Objetivo: Conocer el perfil de la demanda que se acerca a los puestos de informes turísticos durante el mes de mayo de modo presencial.

Del total de las encuestas efectuadas (67) se desprende que el (91%) fueron realizadas en el puesto de informes ubicado en la terminal de ómnibus San Francisco de Asís, mientras que el (9%) fueron realizadas en el hall del Palacio Municipal.

Asimismo, en relación a la *residencia habitual* se destaca que el (52,2%) de los visitantes fueron nacionales; el (43,3%) residentes de Bahía Blanca, y por último un (4,5%) internacionales procedentes de España, Colombia y Uruguay respectivamente. Se observa también que los turistas nacionales provienen principalmente de Ciudad Autonoma de Buenos Aires (28,6%), provincia de Buenos Aires y Rio Negro (17,1%), Chubut (8,6%), Neuquen (5,4%) y por ultimo las provincias de Catamarca, Cordoba, La Pampa, Mendoza, San Luis, Santa Cruz, Santa Fe y Tierra del Fuego (2,9%) respectivamente.

En su mayoría las personas viajan solas (67,10%) y en menor medida en grupos de dos (26,90%), tres personas (4,50%) o cinco personas (1,50%).

En relación al *motivo principal por el cual los visitantes se desplazan*, se observa que los nacionales refieren a trámites (28,6%), escala (22,9%), visitas a familiares/amigos (17,1%), por trabajo (14,3%), por vacaciones (11,4%), por actividades culturales (5,7%) y por motivos de compras, salud y congresos (2,9%). En cambio, los motivos principales por los cuales los visitantes internacionales se acercan a la ciudad son por educación, escala y visita a familiares y amigos

La variable referida a la *región turística de destino final del viaje* muestra por un lado que los visitantes nacionales se dirigen principalmente hacia la región Patagonia y

Ciudad autónoma de Buenos Aires (28,6%),Buenos Aires (17,1%), Sudoeste Bonaerense (14,3%) y por último la región Cuyo y el Centro del país (5,7%) . Mientras que en el caso de los visitantes internacionales, en su mayoría se dirigen hacia la región CABA (66,7%) mientras que el resto se desplazan hacia el Patagonia (33,3%) respectivamente.

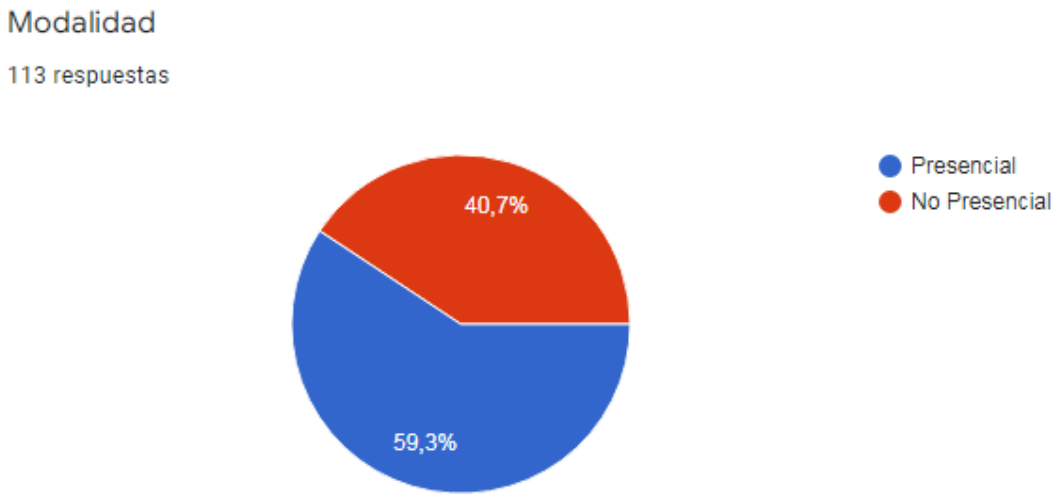
La *estadía promedio de la muestra es de 4,12 noches, en tanto en* los visitantes nacionales es de 3,08 noches y de los internacionales son 16 noches. Los datos procesados referidos al tipo *de alojamiento* elegido por los visitantes nacionales reflejan que el (34,3%) no planean alojarse, y de quienes sí deciden hacerlo optan por hoteles 1, 2, 3 estrellas (25,5%), Departamento por alquiler y Casa de familiar/amigo (14,3%) y por último Hostel, Apart Hotel, Hotel 4 estrellas y Camping (2,9%), respectivamente. En tanto los visitantes internacionales optaron por no planean alojarse, y quienes sí lo hicieron optaron por departamentos por alquiler y casa de familiar/ amigo.

En referencia al *gasto estimado*, el (51,4%) de los visitantes nacionales menciona realizar un gasto de menos de $10.000, mientras que el (45,7%) realiza un gasto estimado entre $10.000 y $50.000 y por último el (2,9%) opta por realizar un gasto superior a $50.000. En cambio, en el caso de los visitantes internacionales, la mayoría de los visitantes (66,7%) realizó un gasto de menos de $10.000 en su estadía, mientras que el (33,3%) restante de los visitantes refleja un gasto superior a $50.000, respectivamente.

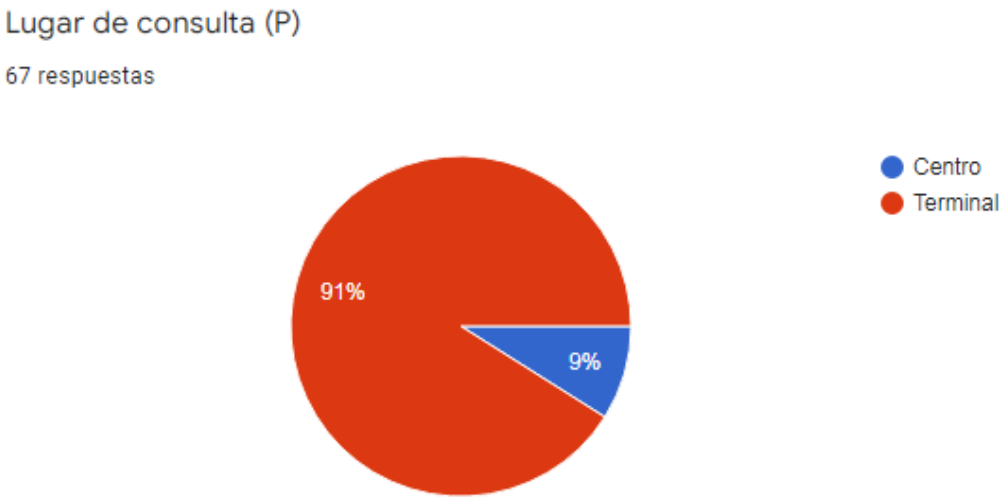
En relación al medio de transporte utilizado para arribar al destino en el caso de los visitantes nacionales se destaca que el (77,1%) utiliza el ómnibus,el (20%) se desplazó en auto particular y finalmente (2,9%) se desplazó en avión, respectivamente. Mientras que en el caso de los visitantes internacionales refleja que la totalidad de los visitantes arribó a la ciudad por medio del ómnibus (100%).

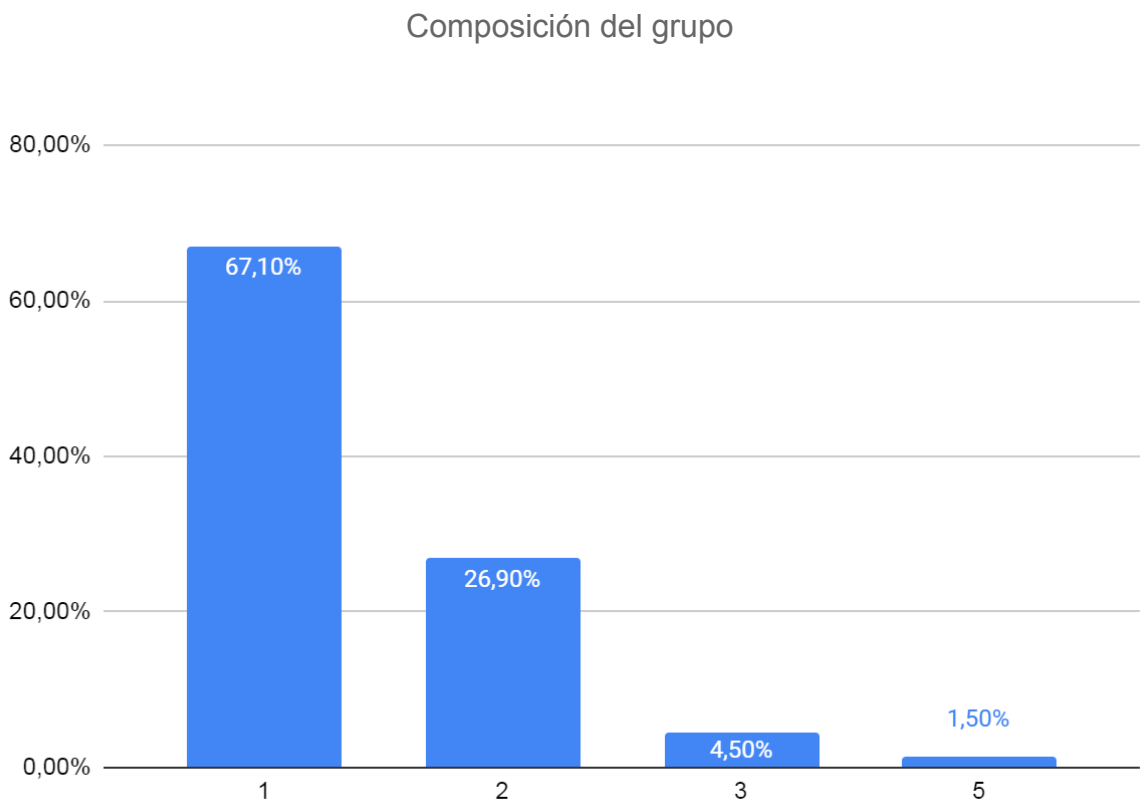
Por último, la *información solicitada en los centros de información de modo presencial* fue sobre el plano de Bahía Blanca (76,3%), información en general (63,2%), información sobre transporte urbano (52,6%), información sobre atractivos (26,3%), información sobre actividades (23,7%), información sobre alojamiento (15,8%), información sobre transporte a la región (7,9%) y por último información sobre transporte hacia otras localidades de Argentina y información sobre gastronomía (5,3%) respectivamente.

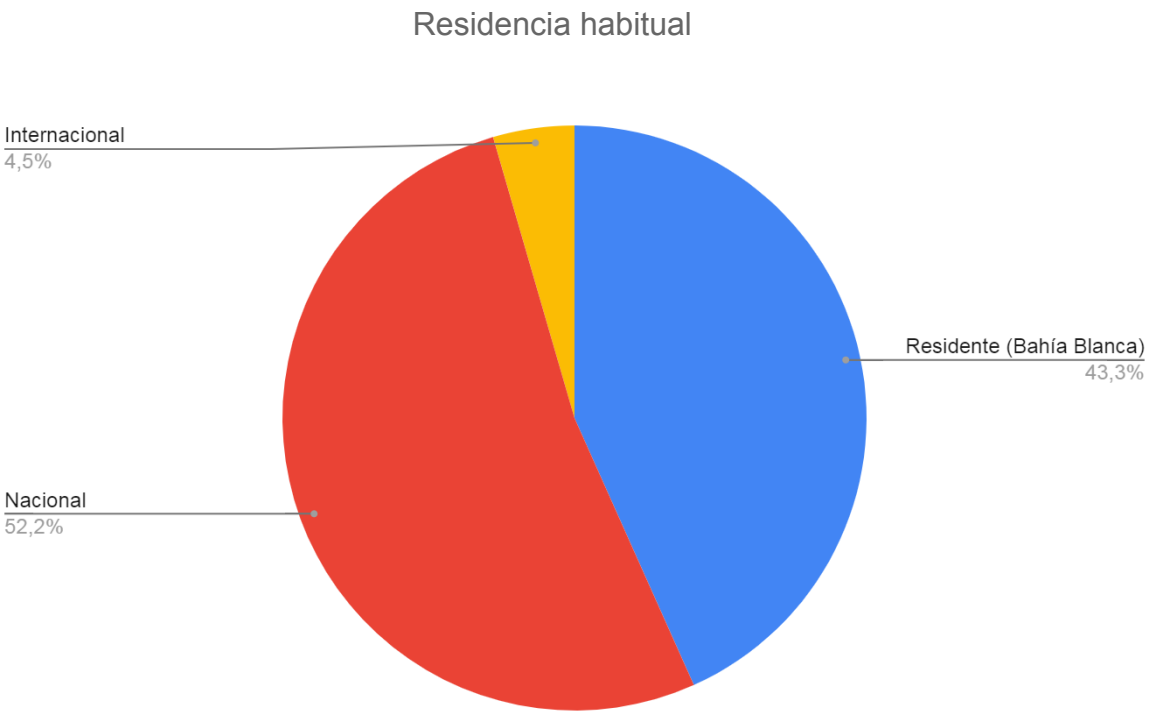
Modalidad de la encuesta



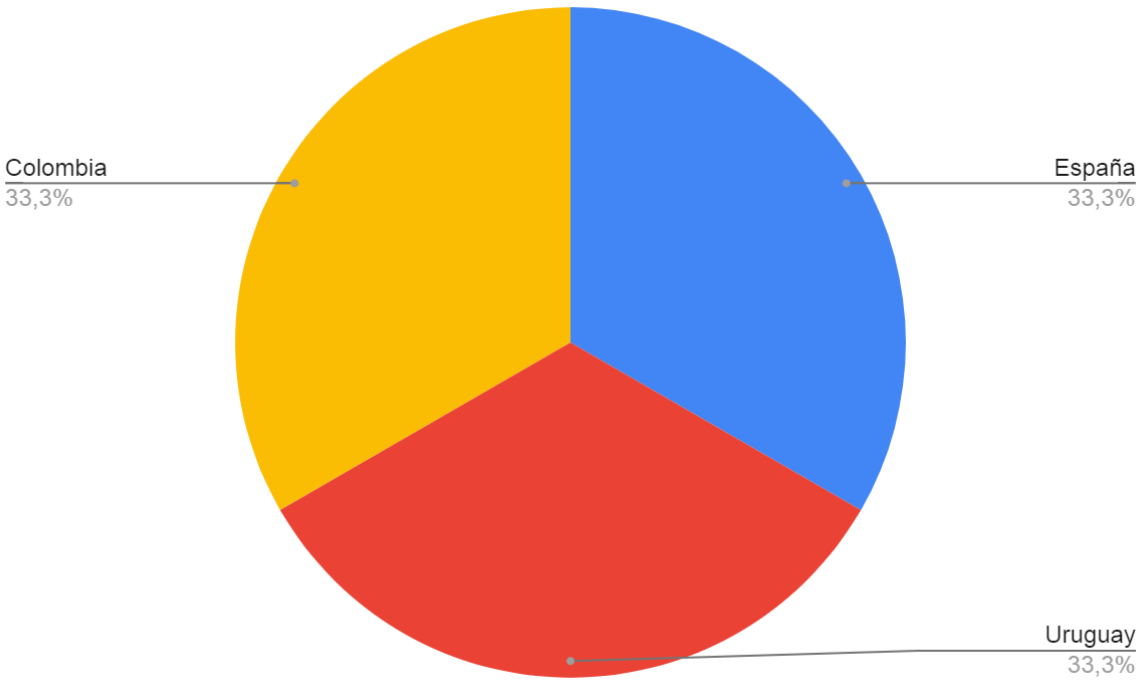
Lugar de consulta



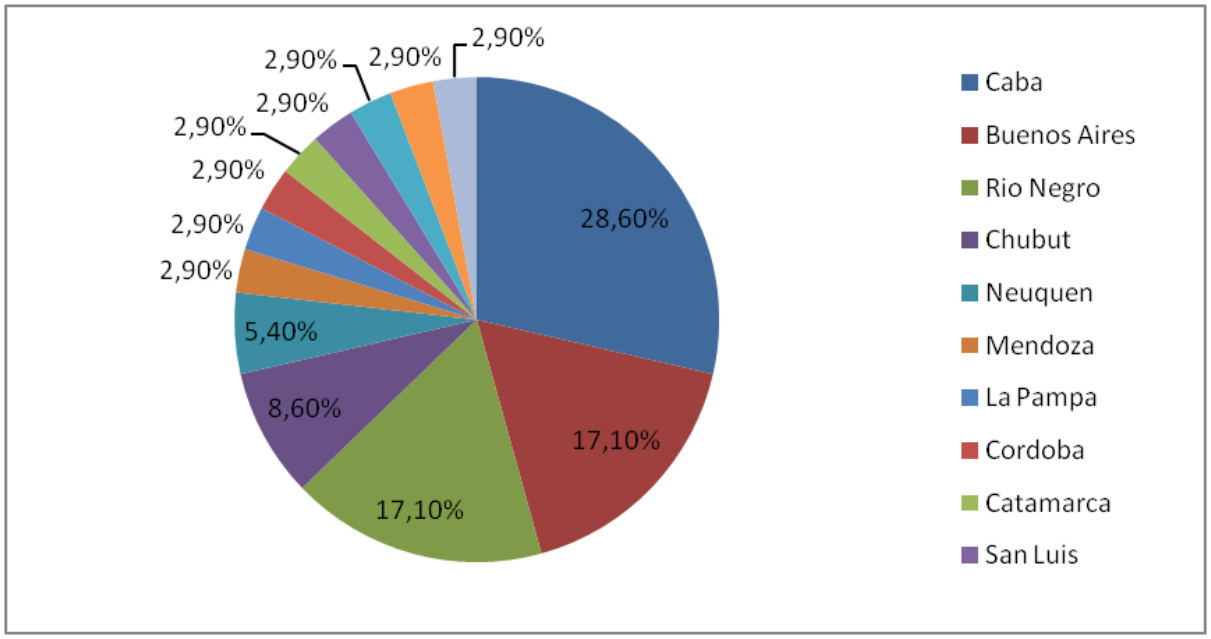

Composición del grupo
80,00%
60,00%
40,00%
20,00%
0,00%
67,10%
26,90%
4,50%
1,50%
1
2
3
5


Residencia habitual
Internacional
4,5%
Residente (Bahía Blanca)
43,3%
Nacional
52,2%

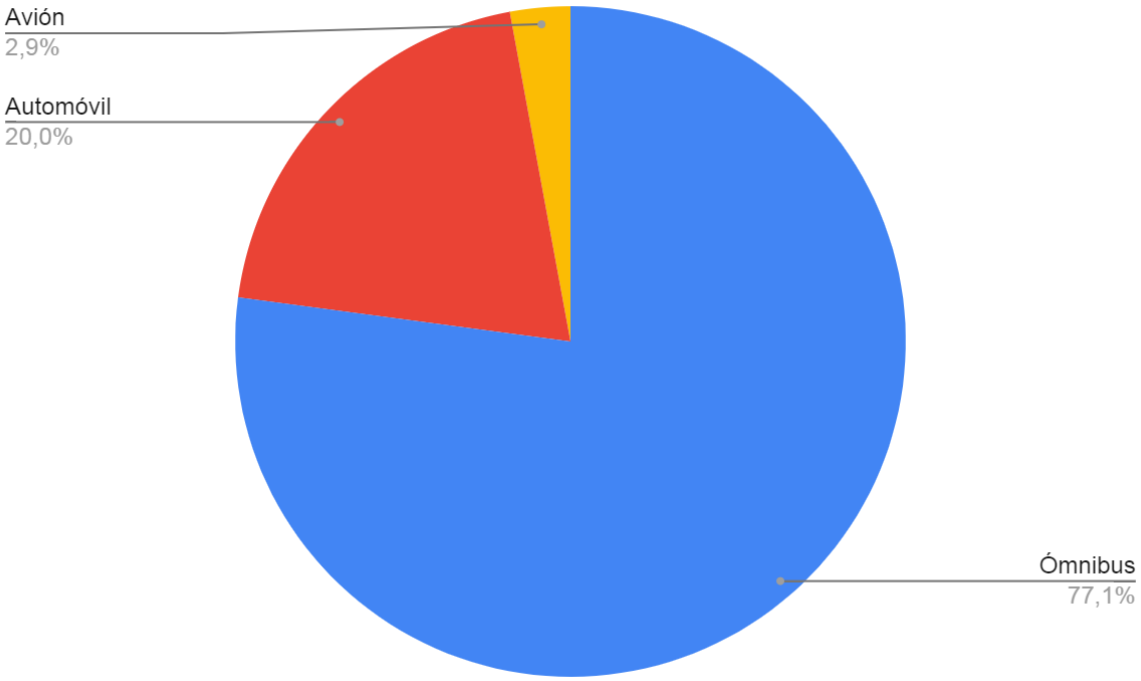
País de origen visitantes Internacionales



Provincia emisora de visitantes Nacionales

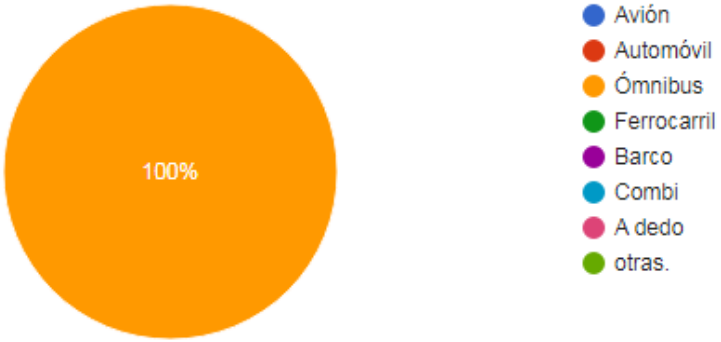


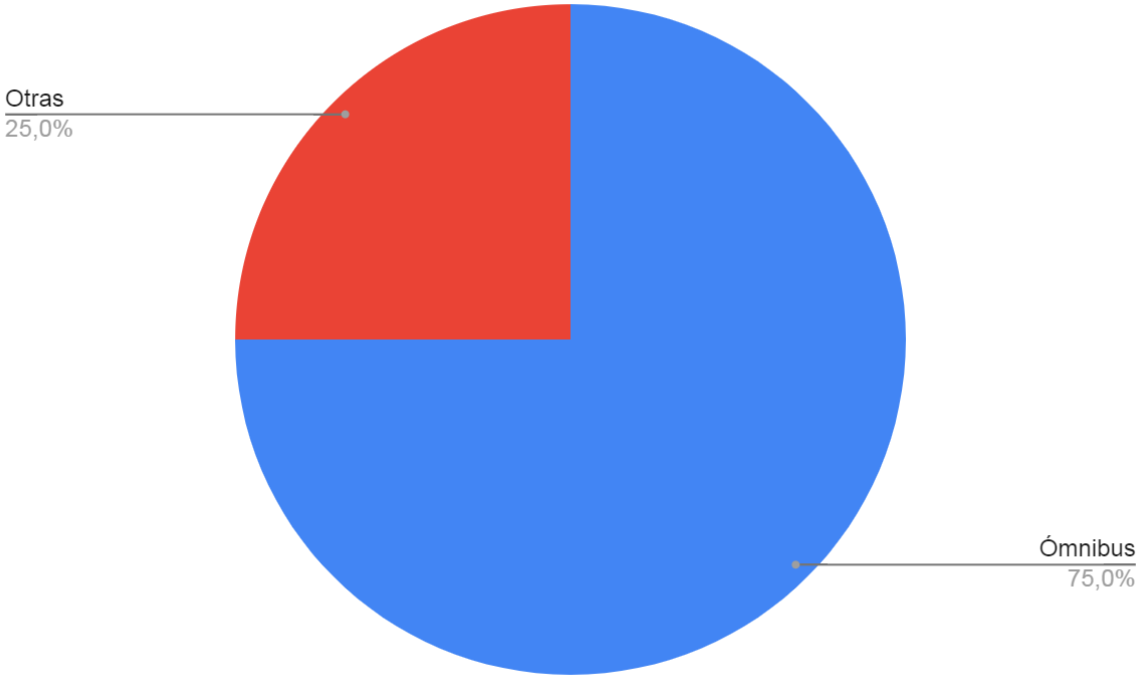
Transporte que se utilizó el visitante para arribar a la ciudad



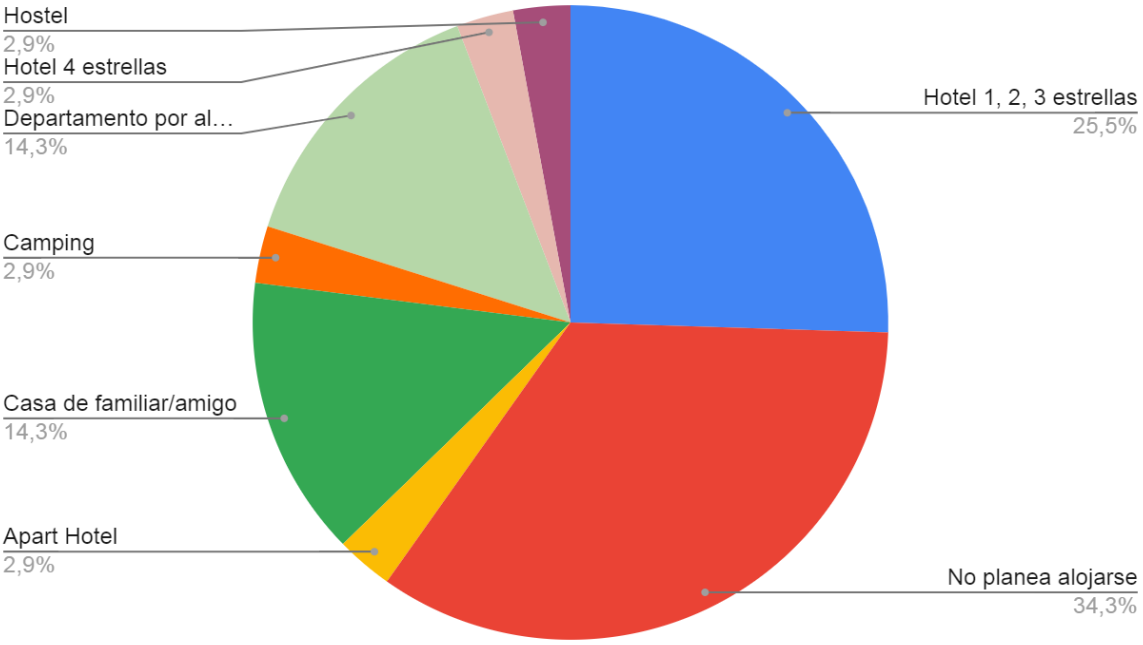
Transporte utilizado por visitantes internacionales (P)

3 respuestas

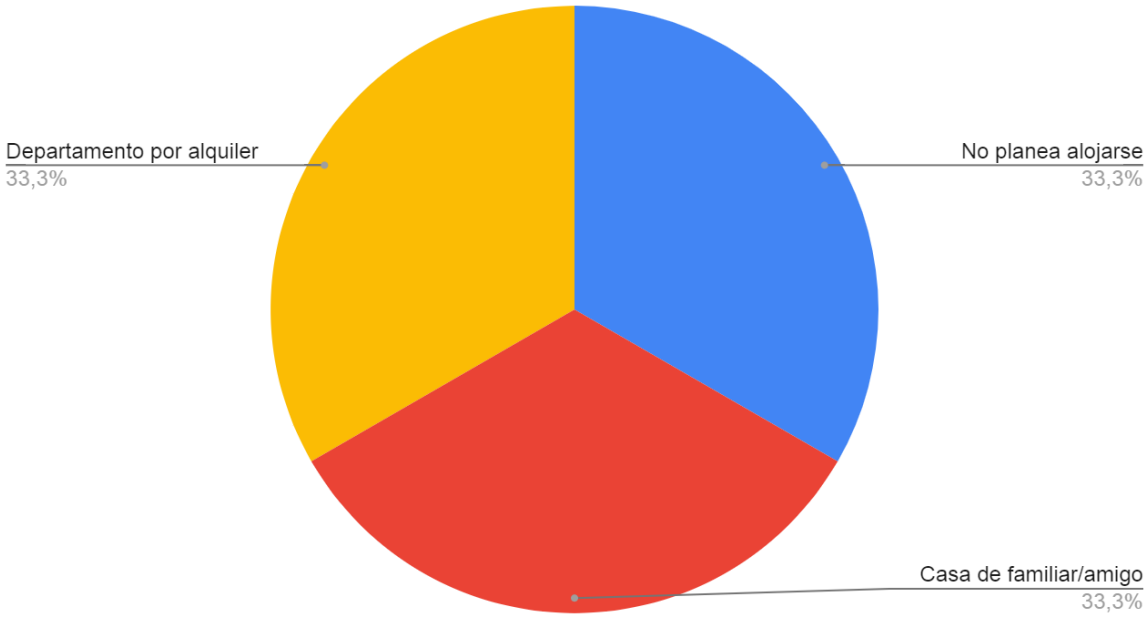




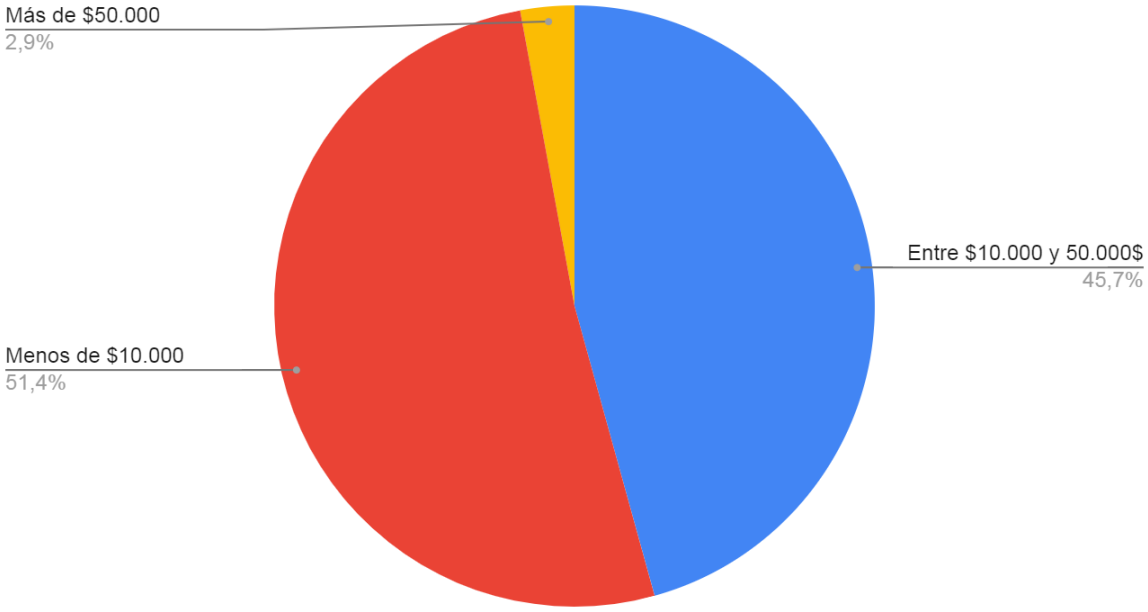
Tipo de alojamiento de los visitantes nacionales



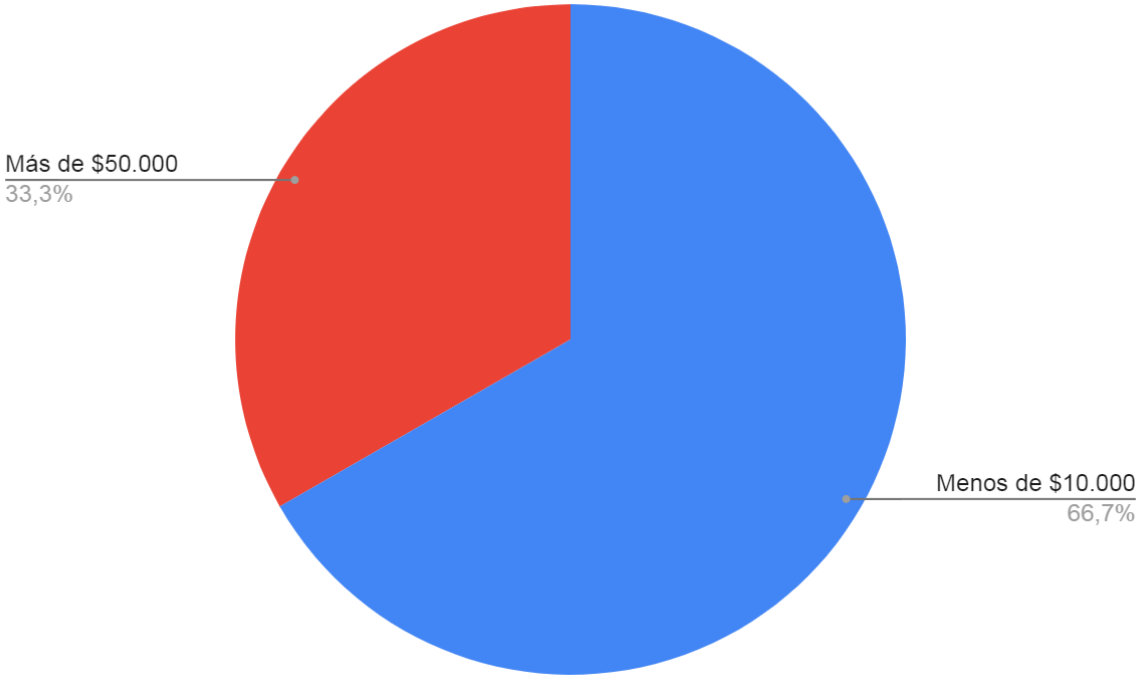
Tipo de alojamiento Visitantes Internacionales (P)



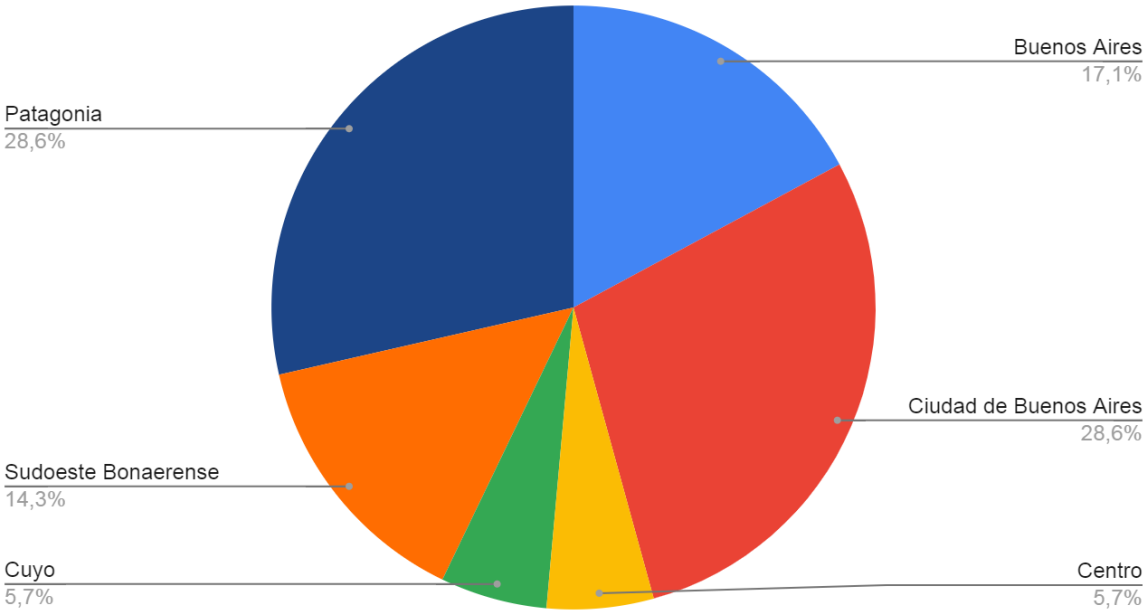
Gasto promedio Visitantes Nacionales



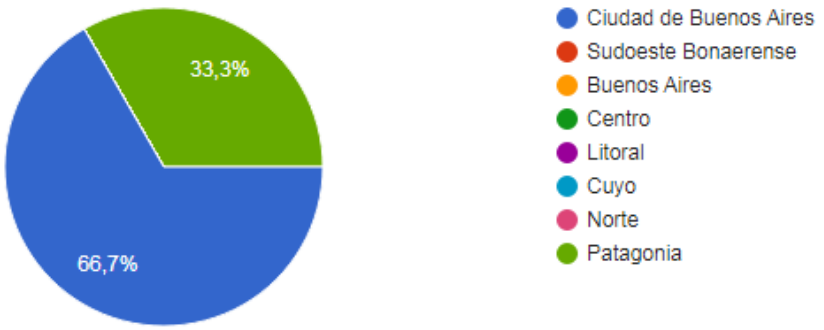
Gasto estimado de los visitantes internacionales (P)



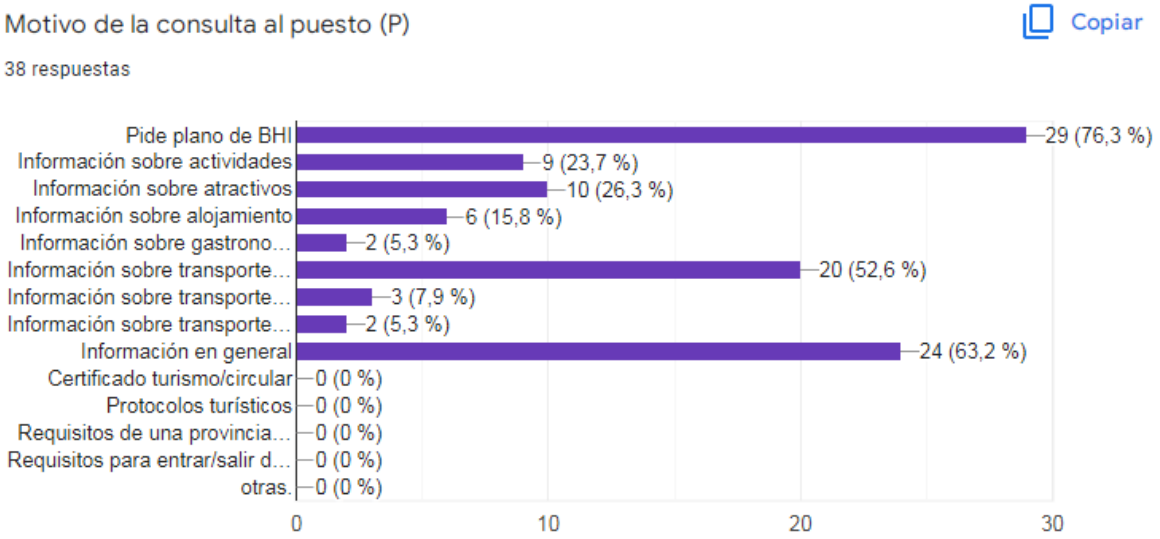
Región de destino final del viaje de visitantes nacionales



Región de destino final del viaje de visitantes internacionales



Motivo de consulta al puesto



<u>Encuestas efectuadas bajo la modalidad no Presencial</u>

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 Terminal de Ómnibus Drago 1900 y el Palacio Municipal en Alsina 65 durante el mes de Mayo.

En total se efectuaron (46) encuestas siendo realizadas en su totalidad en el puesto de información turística ubicado en la Terminal de Ómnibus (100%). El análisis del *medio utilizado para hacer la consulta* evidencia que el (95,7%) realizó las consultas

a través de un medio telefónico, mientras que el (4,3%) restante realizó las consultas vía email.

Del total de las encuestas se desprende que (71,7%) de las consultas fueron realizadas por residentes locales, (17,4%) fueron efectuadas por residentes nacionales, del restante (10,9%) no se obtuvieron datos.

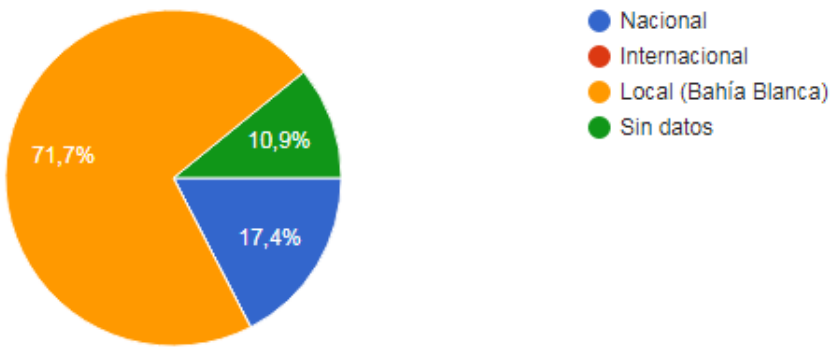
En relación al *lugar de residencia habitual*, se destaca que la mayoría de las consultas realizadas por nacionales fueron de residentes de la provincia de Buenos Aires (75%), y finalmente aquellos pertenecientes a las provincias de Córdoba y La Pampa (12,5%).

Por último, teniendo en cuenta el *motivo principal de la consulta* se destaca que el (52%) solicitó información en general, seguido de aquellos que solicitaron información sobre transporte hacia otras localidades de Argentina (28%), luego aquellos que solicitaron información sobre transporte a la región (24%), información sobre actividades (20%), información sobre atractivos (4%), información sobre alojamiento y gastronomía (2,7%) y por último solicitud de información sobre transporte urbano (1,3%) respectivamente.

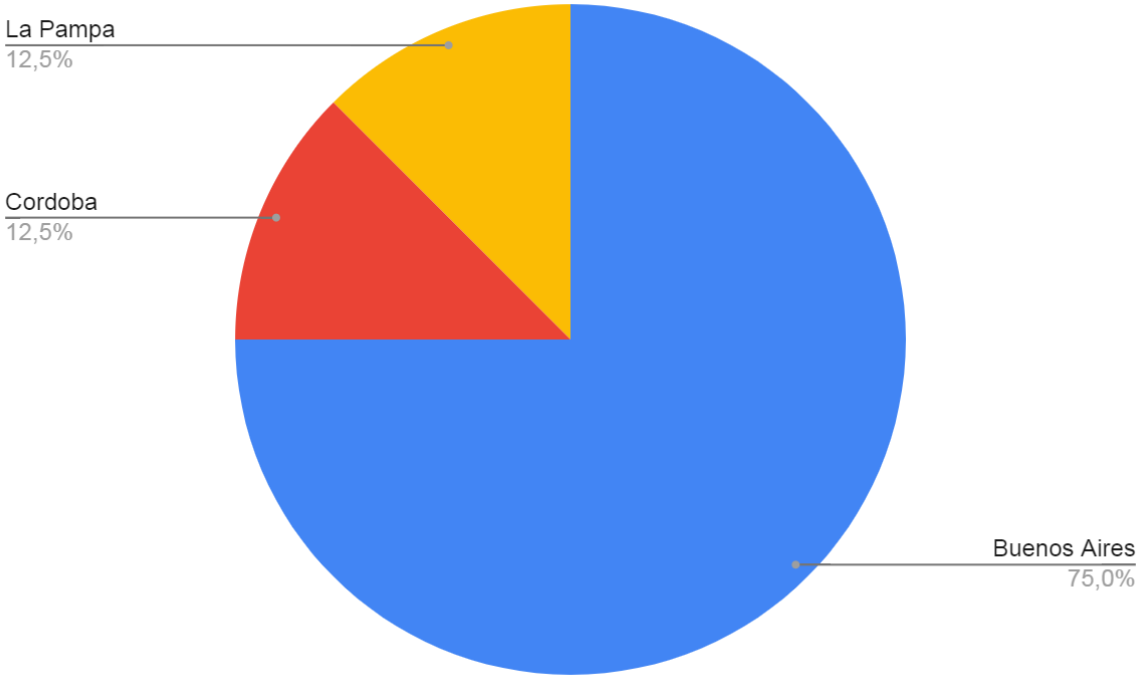
Informe Gráfico

Residencia de la persona que realiza la consulta (NP)

46 respuestas

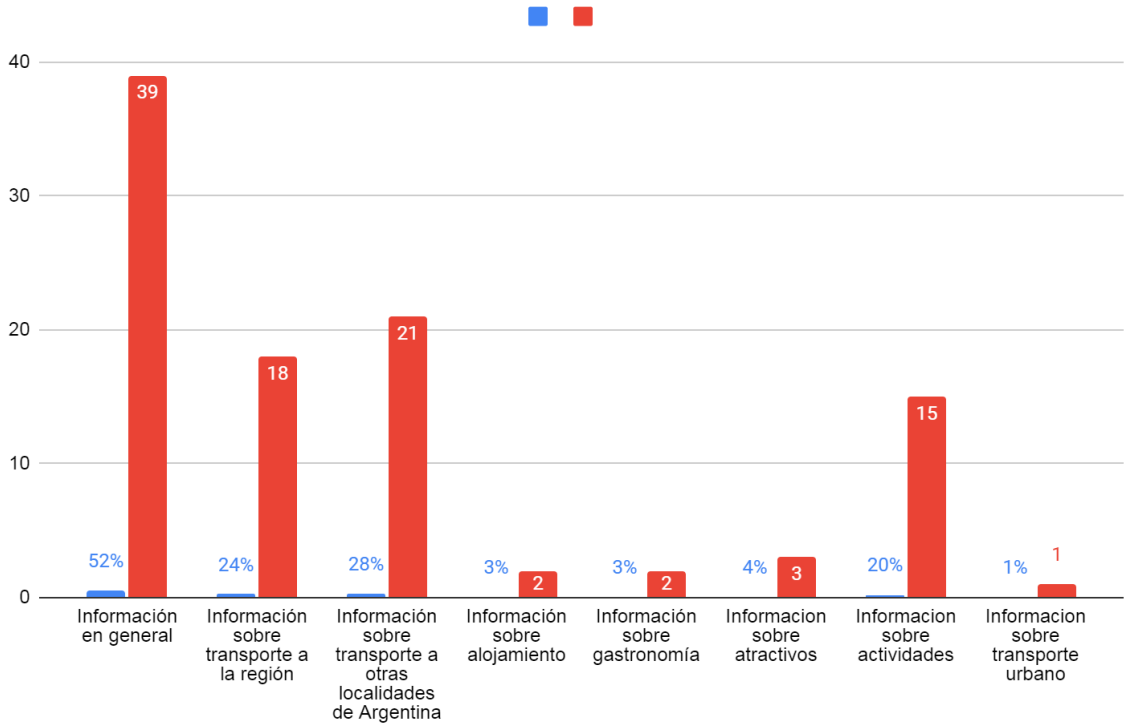


Residencia de quienes realizan la consulta (NP)



Motivo de la consulta (NP)

Cantidad de respuestas: 75


40
30
20
10
0
39
18
21
15
1
52%
24%
28%
3%
2
3%
2
4%
3
20%
1%
Información en general
Información sobre transporte a la región
Información sobre transporte a otras localidades de Argentina
Información sobre alojamiento
Información sobre gastronomía
Informacion sobre atractivos
Informacion sobre actividades
Informacion sobre transporte urbano