#### Resumen ejecutivo mes de Septiembre 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 Septiembre 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 341 encuestas**, de las cuales 68,3% fueron presenciales y 31,7% no presenciales.

#### Encuestas realizadas bajo la modalidad presencial

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

Del total de las encuestas efectuadas (233) se desprende que el (78,1%) fueron realizadas en el puesto de informes ubicado en la terminal de ómnibus San Francisco de Asís, mientras que el (21,9%) fueron realizadas en el hall del Palacio Municipal.

Asimismo, en relación a la *residencia habitual* se destaca que el (62,2%) de los visitantes fueron residentes de Bahía Blanca, el (33%) fueron residentes nacionales, y por último un (4,7%) se trataron de visitantes internacionales procedentes de Francia, España, Chile, Brasil, Uruguay y Estados Unidos respectivamente. Se observa también que los turistas nacionales provienen principalmente de la Provincia de Buenos Aires (42,8%), Ciudad Autonoma de Buenos Aires (18,2%), Rio Negro (14,3%), Neuquen (7,8%), Chubut (5,2%), Cordoba (2,6%), y por ultimo las provincias de Entre Rios,, Formosa, La Pampa, Mendoza, Misiones, Santa Cruz y Tierra del Fuego (1,3%) respectivamente.

En su mayoría las personas viajan solas (66,5%) y en menor medida en grupos de dos (27,9%), tres personas (3%), cuatro personas (1,3%), cinco personas (0,9%) o seis personas (0,4%).

En relación al *motivo principal por el cual los visitantes se desplazan*, se observa que los nacionales refieren a escala (31,2%), tramites (19,5%), vacaciones (13%), trabajo y visita a familiares y amigos (11,7%), por motivo de compras y actividades culturales (7,8%) por motivos de salud y otra (6,5%), por congresos (3,9%) y por motivos de educación (27,3%). En cambio, los motivos principales por los cuales los visitantes internacionales se acercan a la ciudad son por escala (72,7%),

vacaciones y actividades culturales (27,3%), por visita a familiares y amigos (18,2%) y finalmente por motivos de compras y otra (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 hacia la Región Patagonia (39%), seguido del Sudoeste Bonaerense (22%), Buenos Aires (15,6%), Ciudad Autónoma de Buenos Aires (14,3%), Región Centro (5,2%) y por último las Regiones Cuyo, Litoral y Norte (1,3%). Mientras que en el caso de los visitantes internacionales, en su mayoría se dirige hacia la Patagonia (45,5%) mientras que el resto de los visitantes se desplazan hacia el Sudoeste Bonaerense (27,3%), la Ciudad autónoma de Buenos Aires (18,2%) y por último Provincia de Buenos Aires (9,1%) respectivamente.

La estadía promedio de la muestra es de 5,98 noches, en tanto en los visitantes nacionales es de 6,15 noches y de los internacionales son 4,85 noches. Los datos procesados referidos al tipo de alojamiento elegido por los visitantes nacionales reflejan que el (42,9%) no planean alojarse, y de quienes sí deciden hacerlo optan por hoteles 1, 2, 3 estrellas (15,6%), Departamento por alquiler y Hostel (11,7%), Hotel 4 estrellas (7,8%), Casa de familiar/ amigo (6,5%), otro medio de alojamiento (2,6%) y por último Apart Hotel (1,3%), respectivamente. En tanto los visitantes internacionales aquellos que optaron por no alojarse (36,4%) y aquellos que sí lo hicieron optaron por Departamento por alquiler (27,3%), Hotele 1, 2, 3 estrellas (18,2%) y finalmente aquellos que optaron por alojarse en Casa de familiar/ amigo y Camping (9,1%).

En referencia al *gasto estimado*, el (58,4%) de los visitantes nacionales menciona realizar un gasto entre \$10.000 y \$50.000, mientras que el (32,5%) realizó un gasto de menos de \$10.000, y por último el (9,1%) opta por realizar un gasto superior a \$50.000. En cambio, en el caso de los visitantes internacionales, la mayoría de los visitantes (54,5%) realizó un gasto estimado de entre \$10.000 a 50.000\$, seguido de aquellos que realizaron un gasto de más de 50.000\$ (27,3%) y por último aquellos que realizaron un gasto estimado de menos de \$10.000 (18,2%) respectivamente.

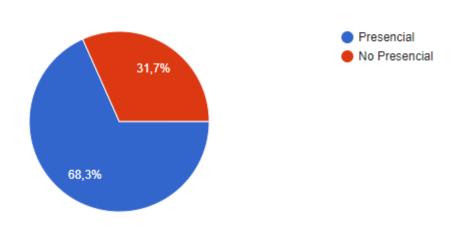
En relación al medio de transporte utilizado para arribar al destino en el caso de los visitantes nacionales se destaca que el (75,3%) utiliza el ómnibus, (13%) se desplazó en auto particular, (9,1%) de los visitantes se desplazaron por medio de ferrocarril y finalmente (2,6%) se desplazó en avión, respectivamente. Mientras que en el caso de los visitantes internacionales, la mayoría se desplazó por medio de omnibus (45,4%), luego aquellos que se desplazaron por medio de avión (36,4%) mientras que el porcentaje restante arribó a la ciudad por medio de auto particular (18,2%).

Por último, la *información solicitada en los centros de información de modo presencial* fue sobre el plano de Bahía Blanca (72,7%), seguido sobre información en general (67%), información sobre atractivos (39,8%), información sobre transporte urbano (38,6%), información sobre, información sobre actividades (34,1%), información sobre gastronomía (23,9%), información sobre alojamiento (21,6%) Información sobre transporte a la región (13,6%), información sobre transporte hacia otras localidades de Argentina (9,1%) y por último otras consultas (1,1%).

#### Informe gráfico

#### Modalidad

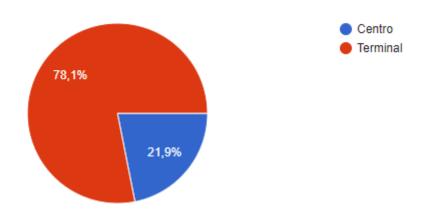
341 respuestas



Lugar de consulta

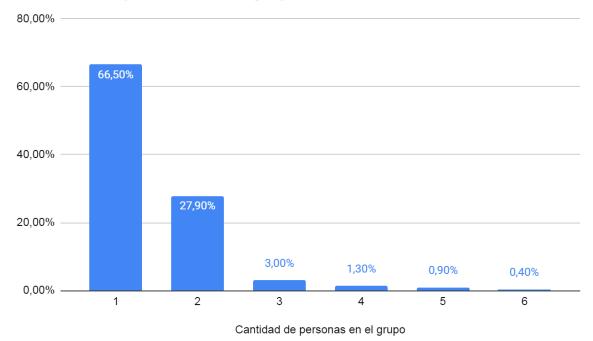
# Lugar de consulta (P)

233 respuestas

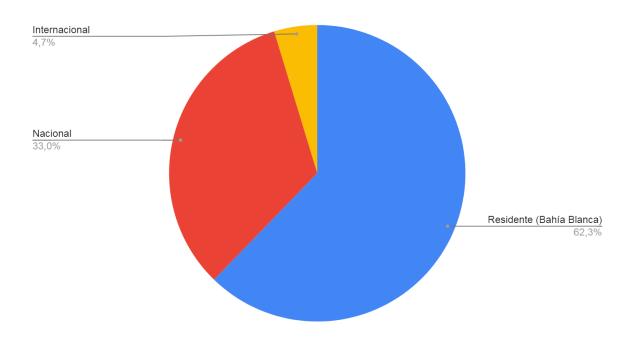


Composición del grupo

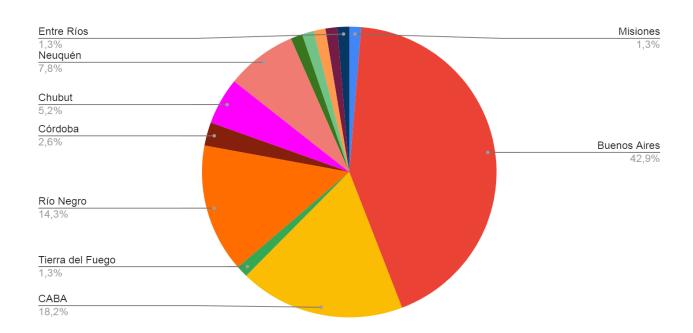
# Cantidad de personas en el grupo



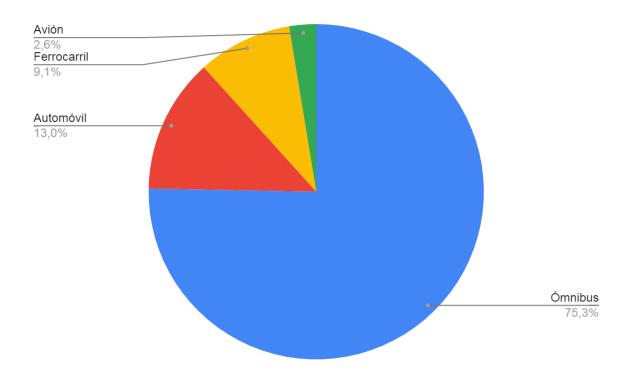
#### Residencia habitual



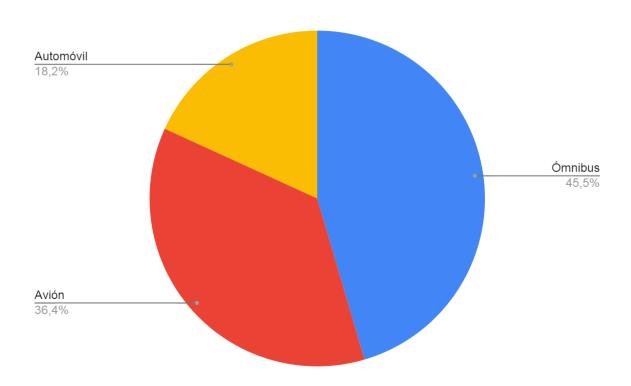
#### Provincia emisora de visitantes Nacionales



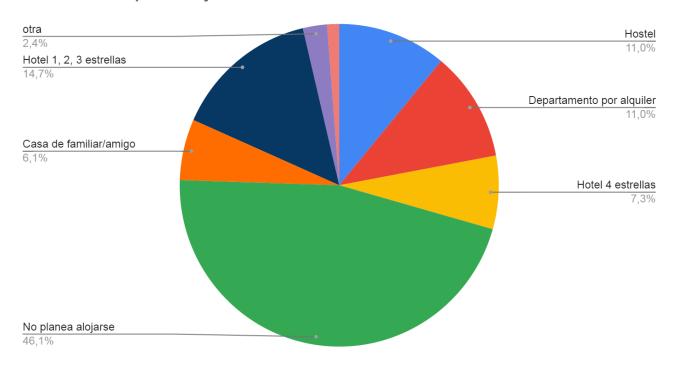
# Transporte que se utilizó el visitante para arribar a la ciudad



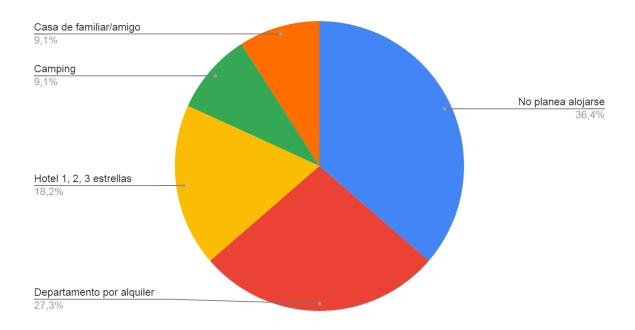
# Transporte utilizado por visitantes internacionales (P)



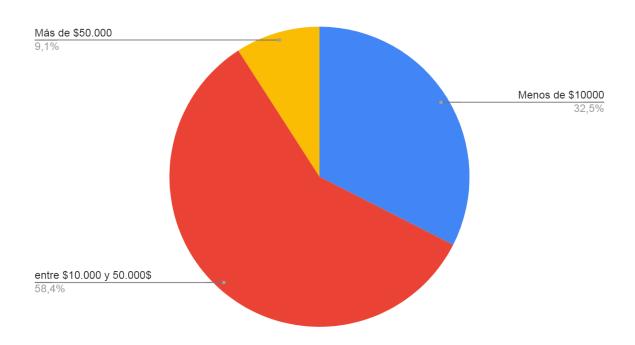
# Tipo de alojamiento de los visitantes nacionales



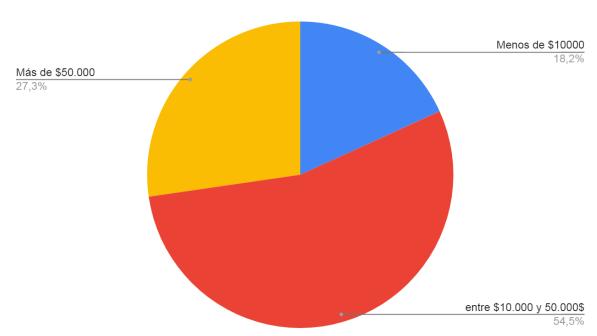
#### Tipo de alojamiento Visitantes Internacionales (P)



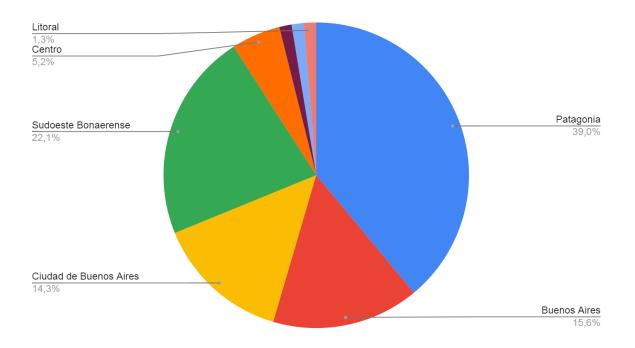
#### **Gasto promedio Visitantes Nacionales**



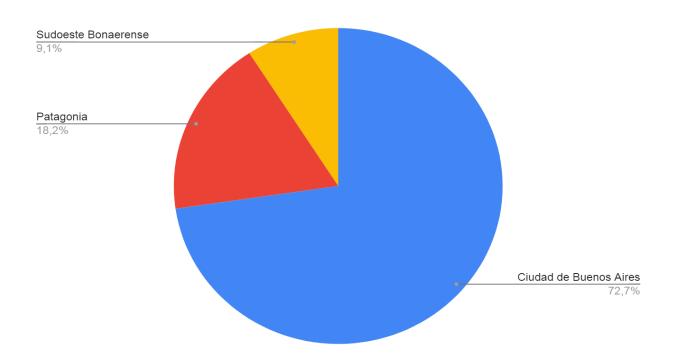
# Gasto estimado de los visitantes internacionales (P)



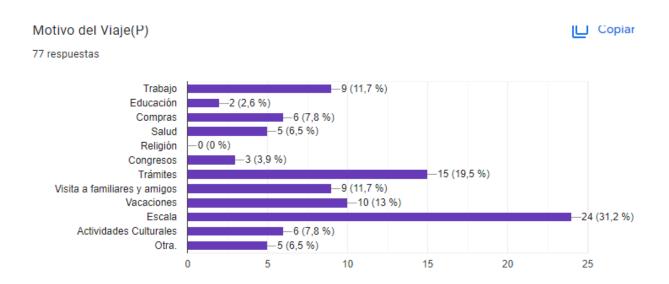
#### Región de destino final del viaje de visitantes nacionales



# Región de destino final del viaje de visitantes internacionales







**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 Septiembre.

En total se efectuaron (108) encuestas siendo realizadas en su mayoría en el puesto de información turística ubicado en el Hall del Palacio Municipal (53,7%) y en menor medida en el puesto de información turística ubicado en la Terminal de Ómnibus (46,3%).

El análisis del *medio utilizado para hacer la consulta* evidencia que el (57,4%) realizó las consultas a través de un medio telefónico, seguido de consultas a través de whatssapp (39,8%) y finalmente (2,8%) de las consultas restantes se realizaron a través de redes sociales.

Del total de las encuestas se desprende que (77,8%) de las consultas fueron realizadas por residentes locales, (15,7%) de los encuestados fueron efectuadas por residentes nacionales, (5,6%) no se obtuvieron datos y finalmente el porcentaje de los encuestados restante (0,9%) fueron efectuadas por residentes internacionales.

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 (35,3%), seguido de aquellos residentes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (29,4%), luego aquellos pertenecientes a las provincias de Neuquen y Rio Negro (11,8%), y finalmente aquellos pertenecientes a las provincias de Chubut y Santa Fe (5,9%), por otra parte aquellos que residentes internacionales que realizaron su consulta de manera no presencial fueron en su totalidad de procedencia chilena (100%).

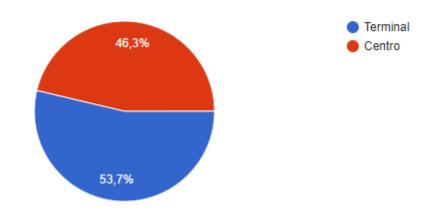
Por último, teniendo en cuenta el *motivo principal de la consulta* se destacan aquellos que solicitaron información en general (44,7%), seguido de aquellos que solicitaron información sobre las actividades (28,9%), luego aquellos que solicitaron información sobre transporte hacia otras localidades de Argentina (19,4%), luego aquellos que solicitaron transporte hacia la región (16,6%), información sobre atractivos (5,1%), información sobre plano de Bahía Blanca e información sobre alojamiento (4%), información sobre transporte urbano (3,2%)y por último información sobre gastronomía (0,4%).

#### Informe Gráfico

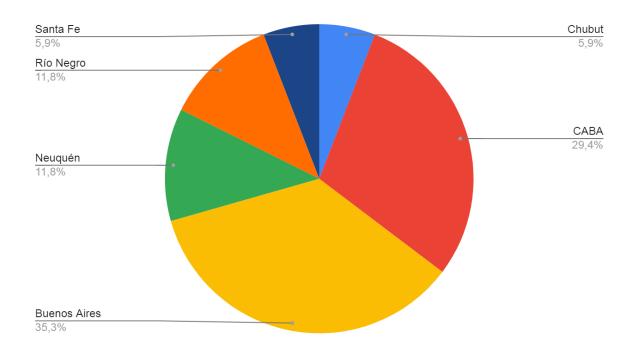
Lugar de consulta (NP)

# Lugar de consulta (NP)

108 respuestas



# Residencia de quienes realizan la consulta (NP)



#### Motivo de la consulta (NP)

#### Motivo de la consulta al puesto (NP)

□ Copi

253 respuestas

