

Resumen ejecutivo mes de Noviembre 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 Noviembre del año 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. Estas últimas realizadas telefónicamente vía e-mails, whatsapp y redes sociales.

La metodología del muestreo fue al azar realizando **un total de 661 encuestas**, de las cuales 35,2% fueron presenciales y 64,8% 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 Noviembre de modo presencial.

Del total de las encuestas efectuadas (203) se desprende que el (89,7%) fueron realizadas en el puesto de informes ubicado en la terminal de ómnibus San Francisco de Asís, mientras que el (1,9%) fueron realizadas en el hall del Palacio Municipal.

Asimismo, en relación a la *residencia habitual* se destaca que el (53,6%) de los visitantes fueron residentes de Bahía Blanca, el (42,9%) fueron residentes nacionales, y por último un (3,5%) se trataron de visitantes internacionales procedentes de Francia, Italia, Chile, Colombia, Bolivia y Alemania respectivamente. Se observa también que los turistas nacionales provienen principalmente de la Provincia de Buenos Aires (25%), Ciudad Autónoma de Buenos Aires (21%), Rio Negro (15%), Cordoba (9%), seguido de las provincias de Neuquen y Chubut (7%), Santa Fe (5%), La Pampa (4%) y por ultimo las provincias de Salta, San Luis, Misiones, Mendoza, La Rioja, Entre Rios y Catamarca (1,7%) respectivamente.

En su mayoría las personas viajan solas (72,5%) y en menor medida en grupos de dos (24%), tres personas (2,2%), cuatro personas (0,9%), ocho personas (0,4%).

En relación al *motivo principal por el cual los visitantes se desplazan*, se observa que los nacionales refieren a escala (34%), vacaciones (21%), tramites (20%), congresos (16%) visita a familiares y amigos (8%), trabajo y actividades culturales (7%), por motivo de educacion (5%) y por último por motivo de compras y otras consultas (3%). En cambio, los motivos principales por los cuales los visitantes internacionales se acercan a la ciudad es por escala (50%), seguido de vacaciones (37,5%), luego de actividades culturales (25%), luego por vacaciones (37,5%) y finalmente por motivo de visita a familiares y amigos y por trabajo (12,5%).

La variable referida a la *región turística de destino final del viaje* muestra por un lado que los visitantes nacionales se dirigen principalmente hacia el Sudoeste Bonaerense (41%), seguido de la Región Patagonia (22%), luego la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (21%), seguido de la Región Centro (7%), región Buenos Aires (6%) Región Norte (2%) y por último la Región Cuyo (1%). Mientras que en el caso de los visitantes internacionales, en su mayoría se dirige hacia la Región Patagonia (37,5%), mientras que el resto de los visitantes se desplazan hacia la Ciudad autónoma de Buenos Aires y el Sudoeste Bonaerense (25%) y por último el resto de los visitantes se dirige hacia la Provincia de Buenos Aires (12,5%) respectivamente.

La *estadía promedio de la muestra es de 5,53 noches*, en tanto en los visitantes nacionales es de 3,33 noches y de los internacionales son 28,8 noches. Los datos procesados referidos al tipo de *alojamiento* elegido por los visitantes nacionales reflejan que el (42%) no planean alojarse, y de quienes sí deciden hacerlo optan por hoteles 1, 2, 3 estrellas (28%), Departamento por alquiler (12%), Apart Hotel (6%), Casa de familiar/ amigo (4%), Hostel y Hotel 4 estrellas (3%) y por último Hotel Boutique y otro medio de alojamiento (1%), respectivamente. En tanto los visitantes internacionales aquellos que optaron por no alojarse (25%) y aquellos que sí lo hicieron optaron por Departamento por alquiler (37,5%), Hotel 1,2,3 estrellas (25%), y finalmente aquellos que optaron por alojarse en Hostel (12,5%).

En referencia al *gasto estimado*, el (41%) de los visitantes nacionales menciona realizar un gasto entre \$10.000 y \$50.000, mientras que el (39%) realizó un gasto de menos de \$10.000, y por último el (20%) opta por realizar un gasto superior a \$50.000. En cambio, en el caso de los visitantes internacionales los porcentajes se distribuyeron equitativamente entre aquellos que realizaron un gasto estimado entre \$10.000 a 50.000\$ y más de \$50.000 (37,5%) , mientras que el porcentaje restante se distribuyó entre aquellos que realizaron un gasto estimado de menos de \$10.000 (25%) respectivamente.

En relación al medio de transporte utilizado para arribar al destino en el caso de los visitantes nacionales se destaca que el (86%) utiliza el ómnibus, luego el (9%) se desplazó en auto particular, seguido de los visitantes se desplazaron por medio combi (3%) y finalmente se ubican aquellos que llegaron a dedo y a través de otro medio de transporte (1%), respectivamente. Mientras que en el caso de los visitantes internacionales, la mayoría se desplazó por medio de omnibus (75%),el porcentaje restante se distribuyó equitativamente entre aquellos que se desplazaron por medio de avión y auto particular (12,5%).

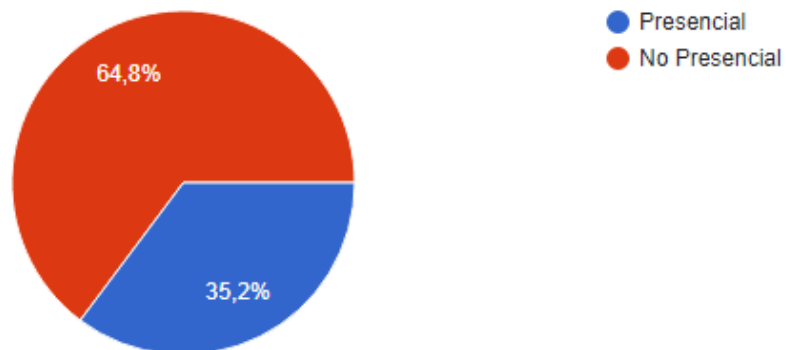
Por último, la *información solicitada en los centros de información de modo presencial* fue sobre el plano de Bahía Blanca (63,9%), seguido sobre información en general (56,5%), información sobre transporte urbano (38,9%), información

sobre atractivos (36,1%) información sobre actividades (30,6%), información sobre transporte a la región (29,6%), información sobre gastronomía (19,4%), otras consultas (18,5%), información sobre alojamiento (13,9%), y por último información sobre transporte hacia otras localidades de Argentina (4,6%)

Informe gráfico

Modalidad

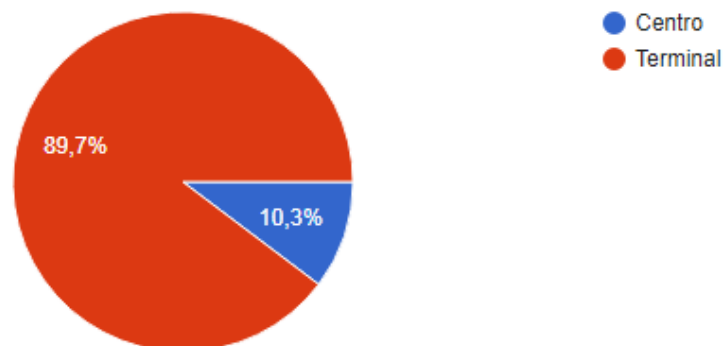
661 respuestas



Lugar de consulta

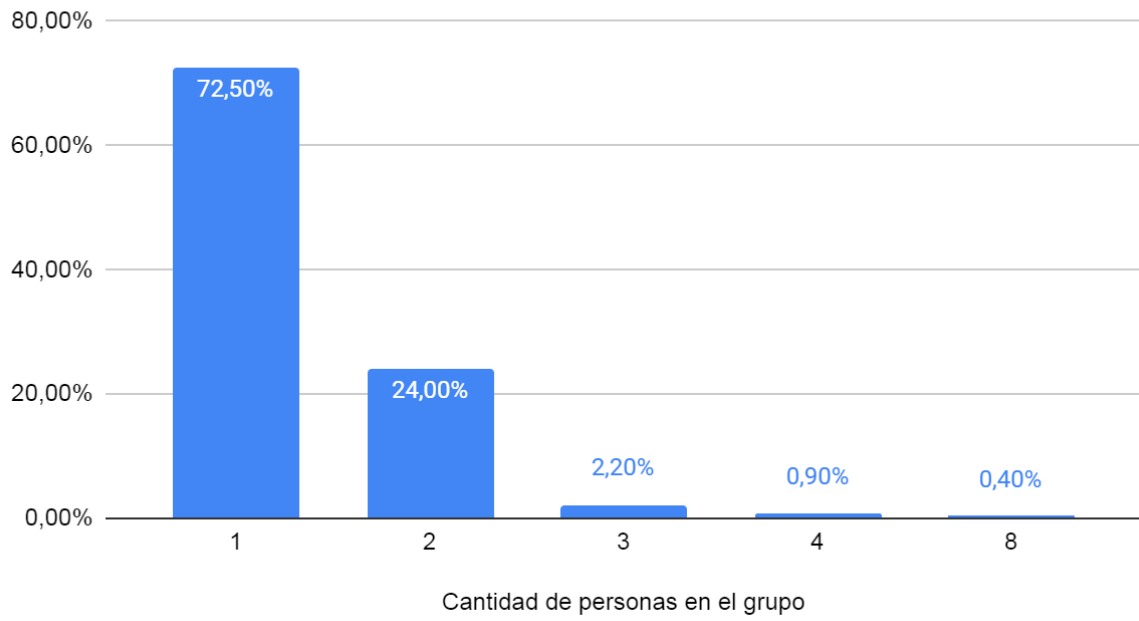
Lugar de consulta (P)

233 respuestas

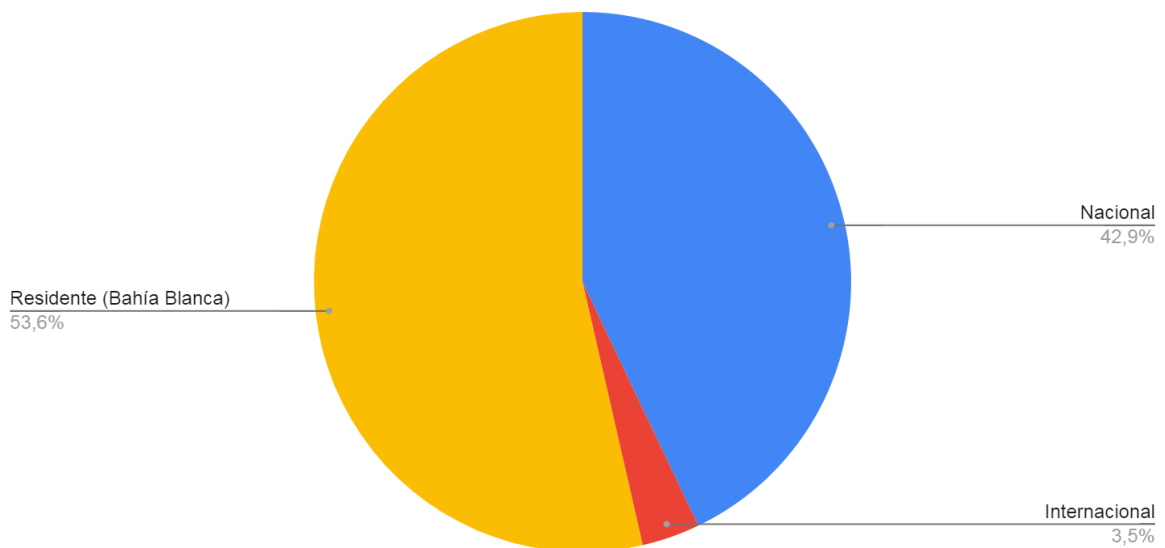


Composición del grupo

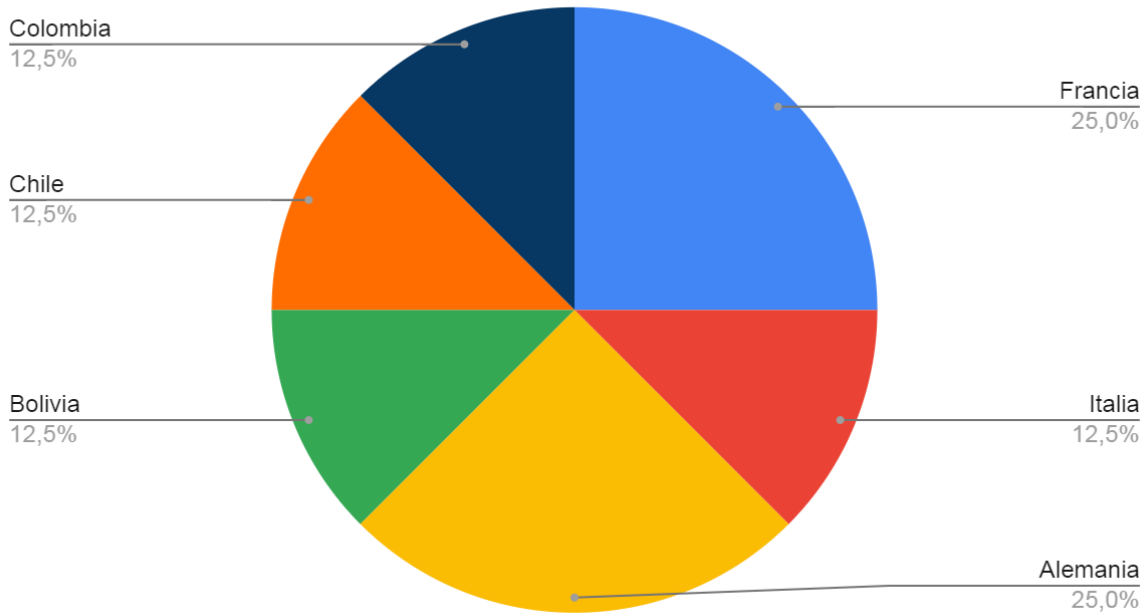
Cantidad de personas en el grupo



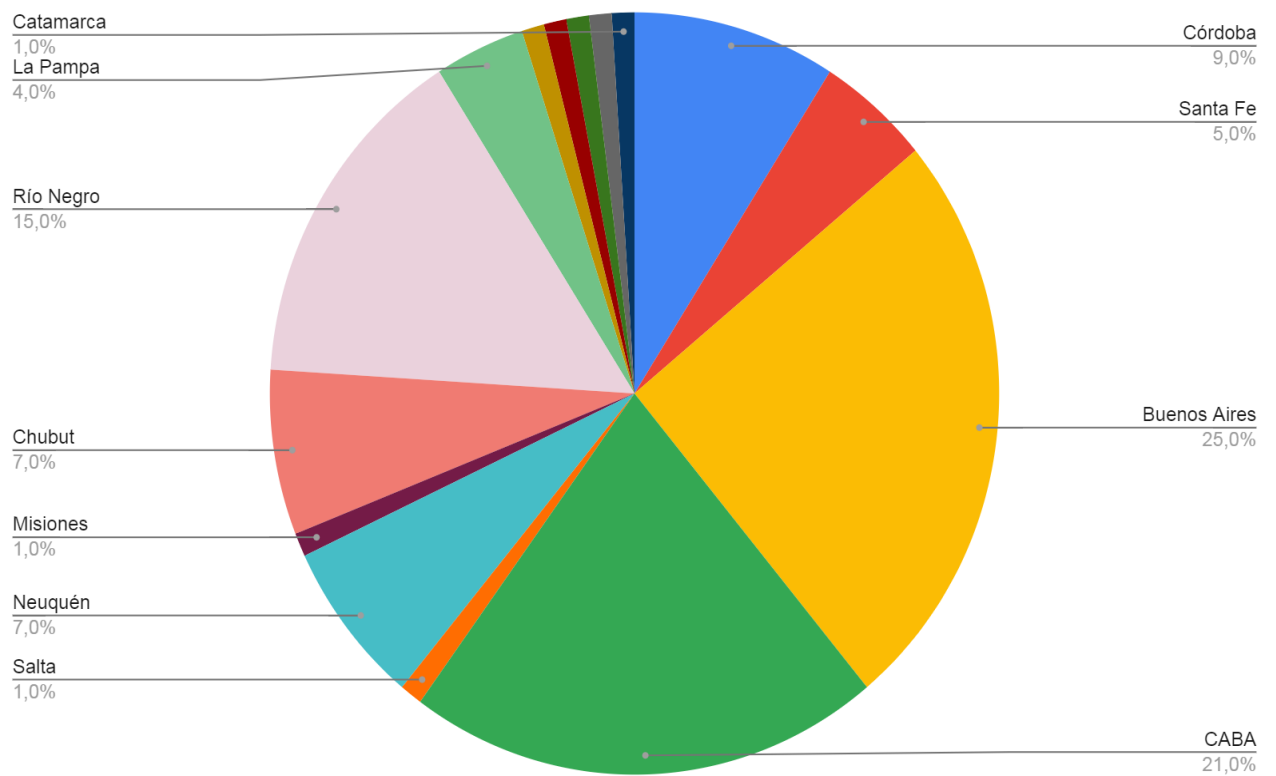
Residencia habitual



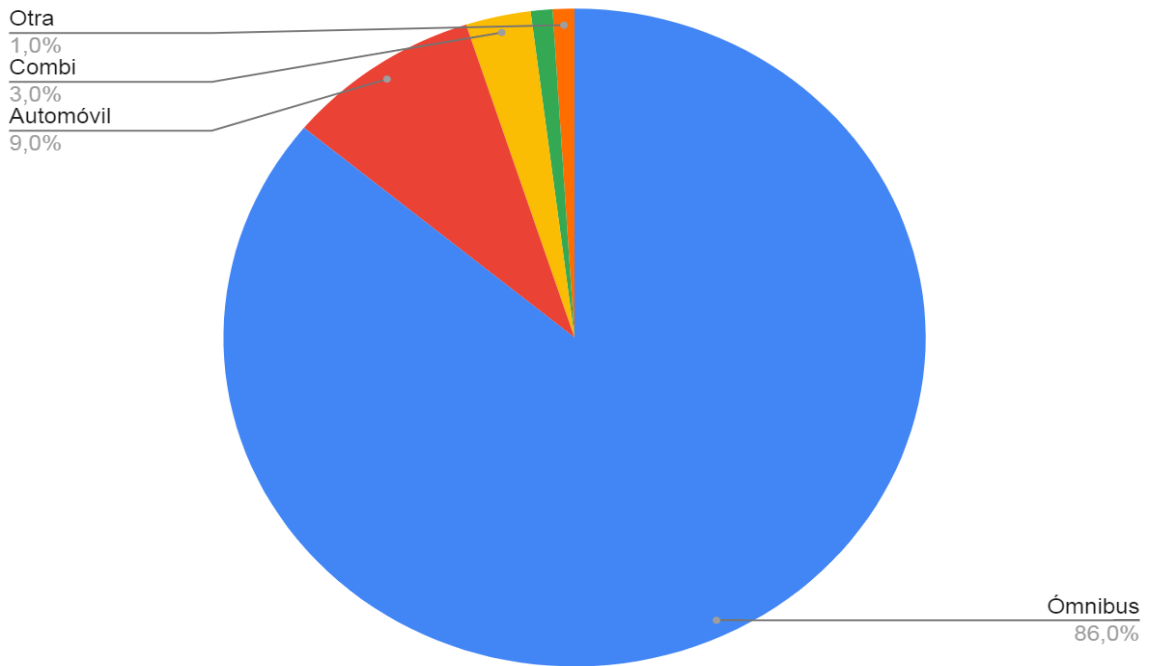
Pais de residencia visitantes Internacionales



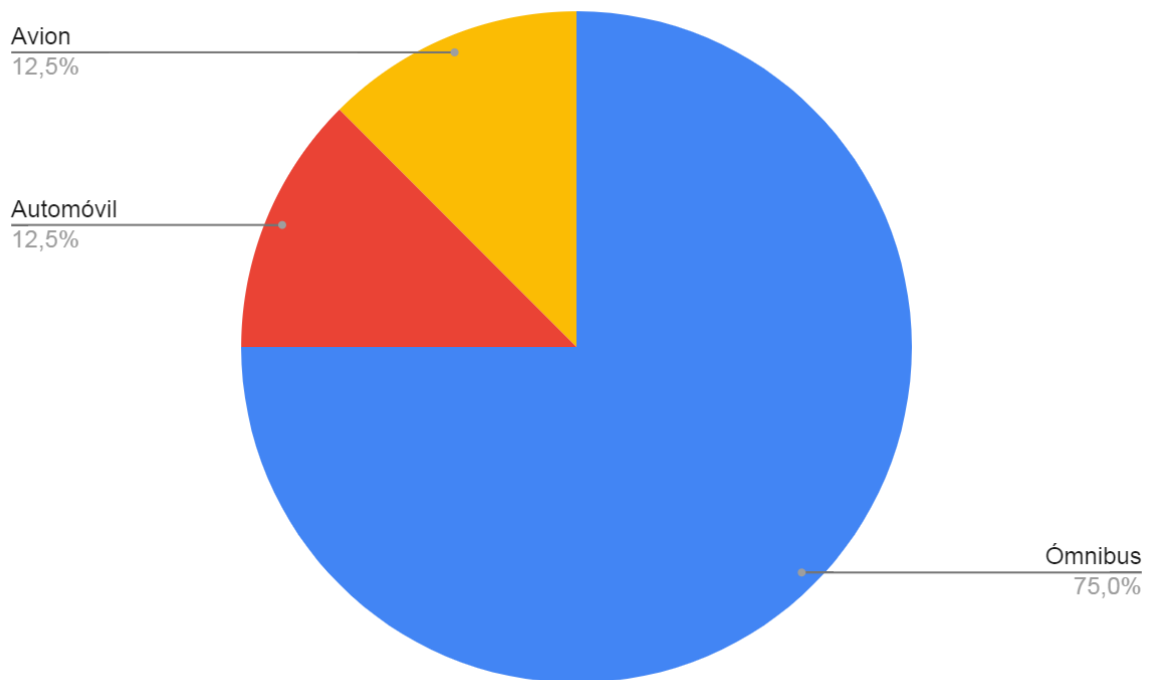
Provincia emisora de visitantes Nacionales



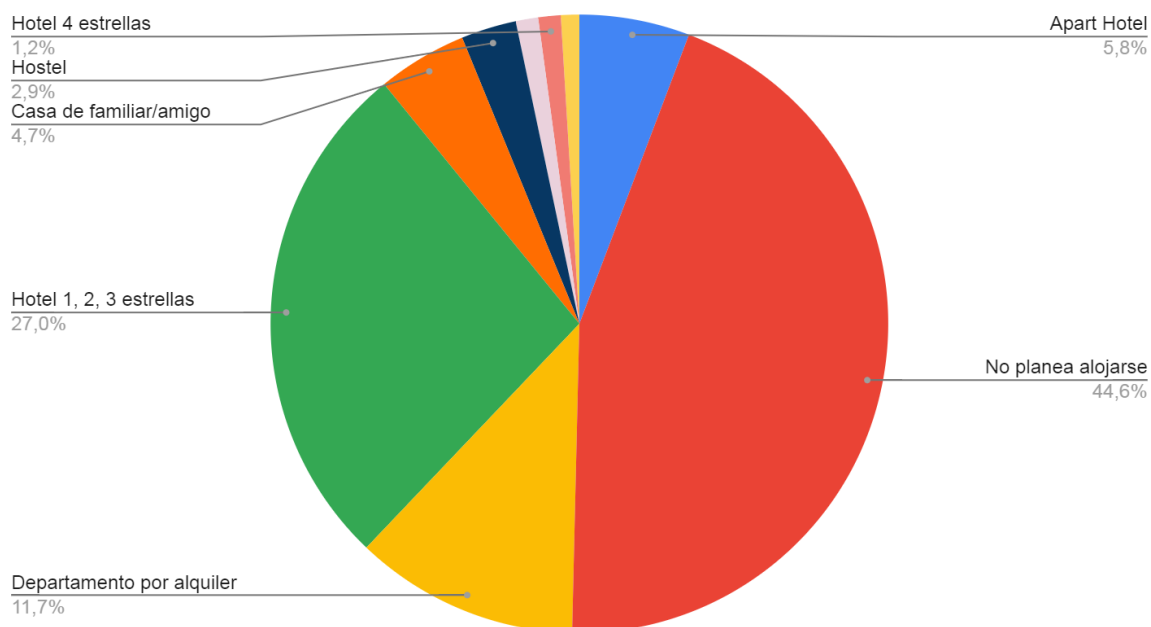
Transporte que se utilizó el visitante para arribar a la ciudad



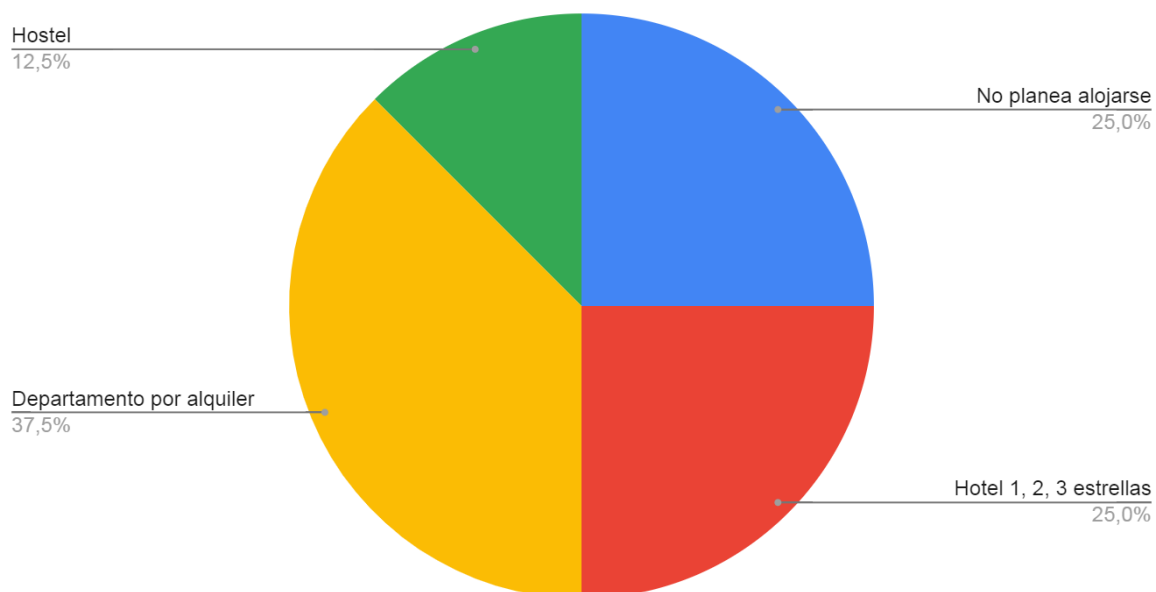
Transporte utilizado por visitantes internacionales (P)



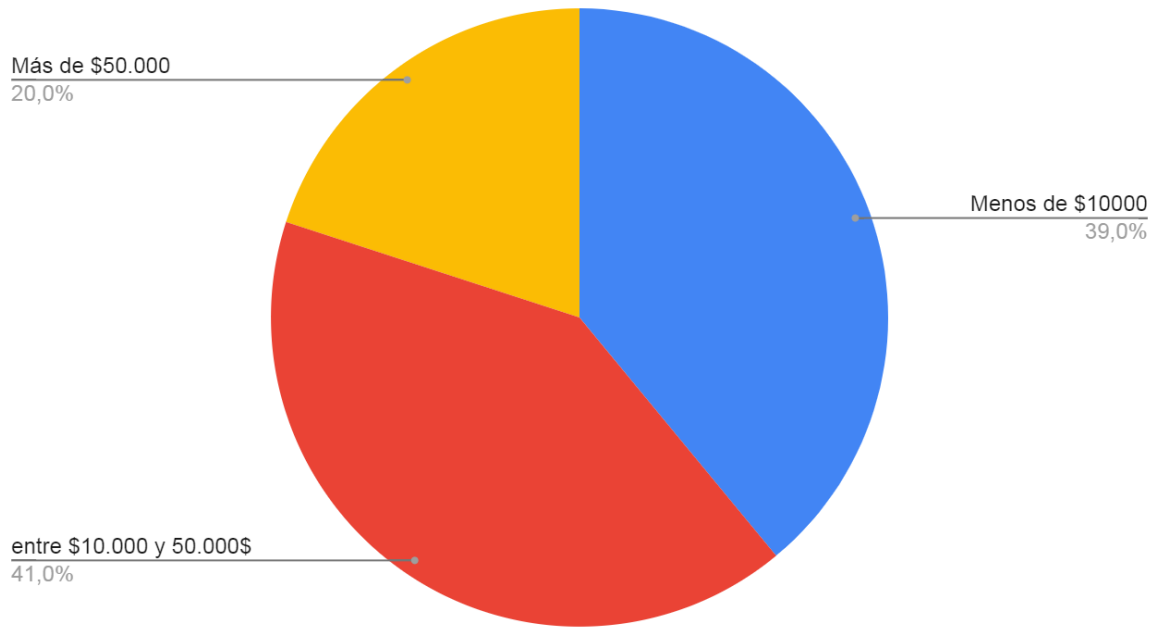
Tipo de alojamiento de los visitantes nacionales



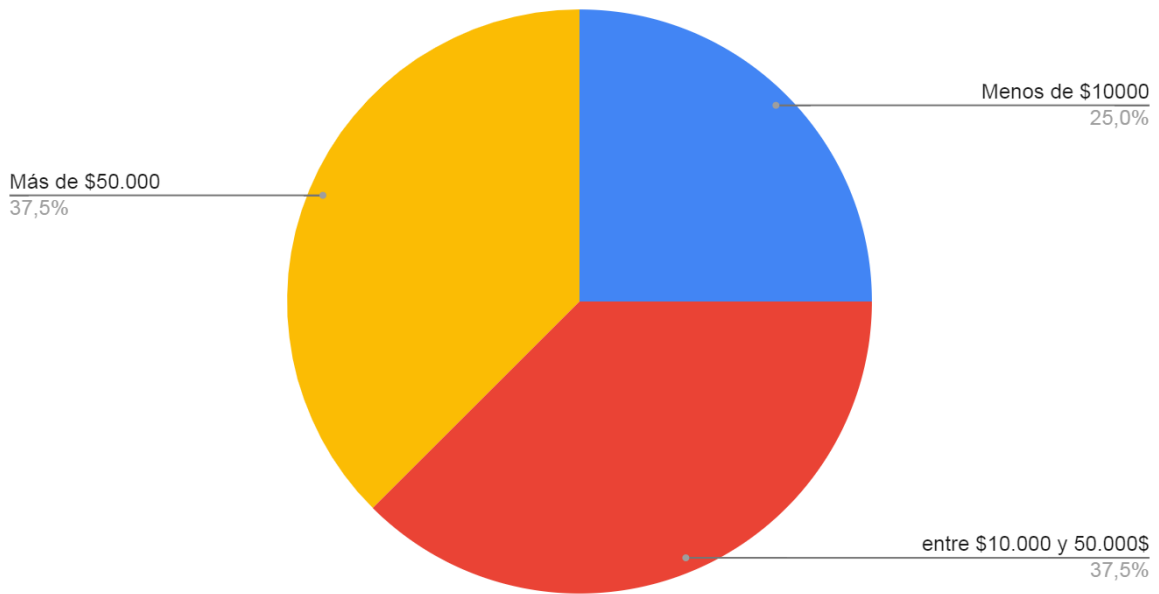
Tipo de alojamiento Visitantes Internacionales (P)



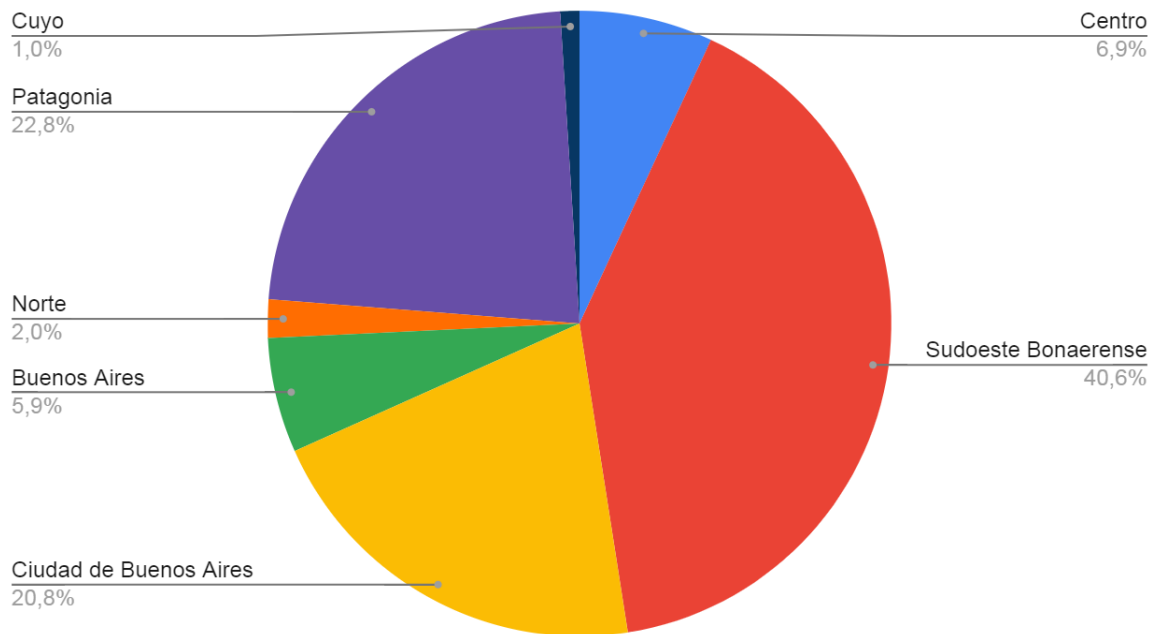
Gasto promedio Visitantes Nacionales



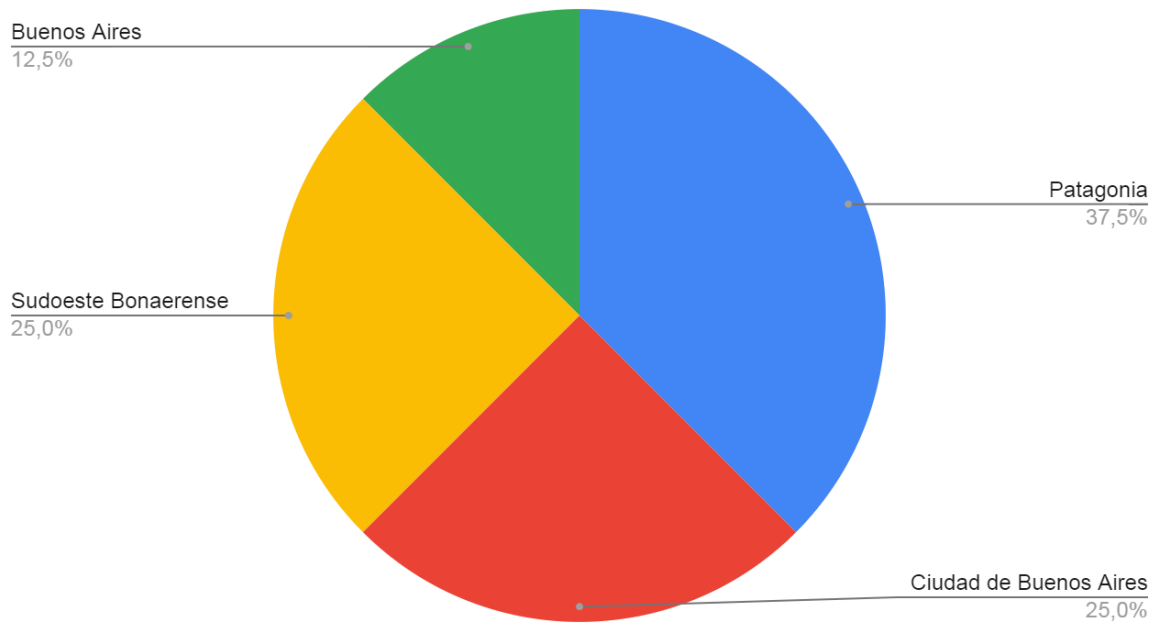
Gasto estimado de los visitantes internacionales (P)



Región de destino final del viaje de visitantes nacionales



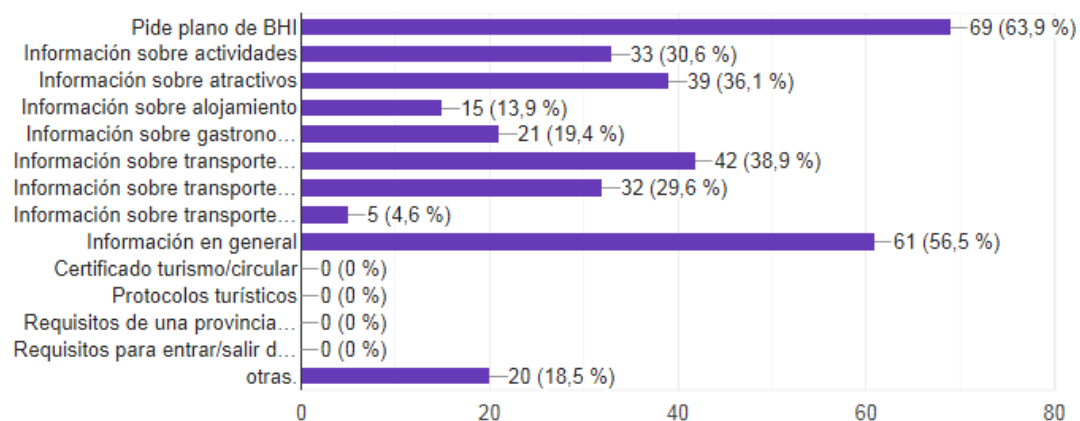
Región de destino final del viaje de visitantes internacionales



Motivo de la consulta la puesto de los visitantes nacionales (P)

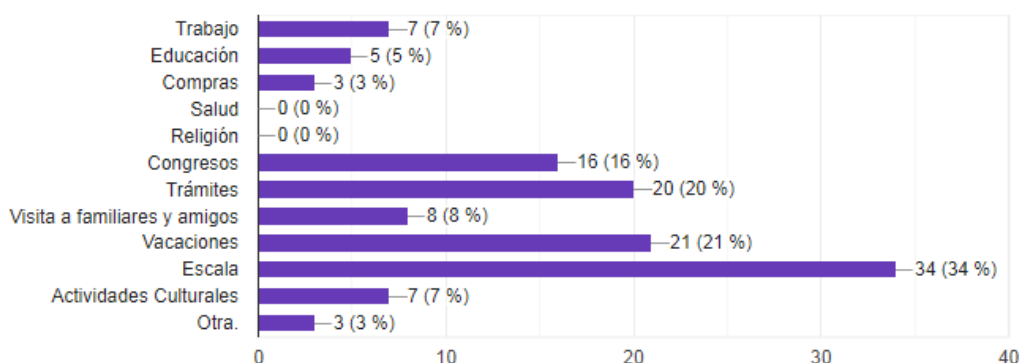
Motivo de la consulta al puesto (P)

108 respuestas



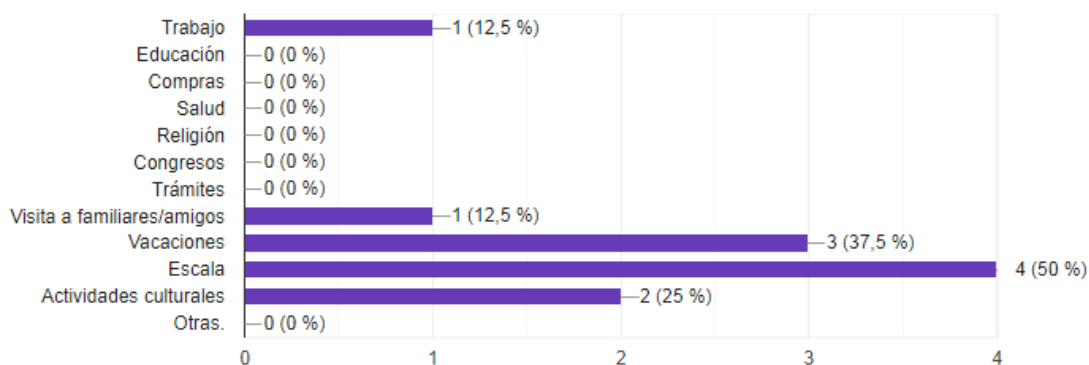
Motivo del Viaje(P)

100 respuestas



Motivo del viaje, internacional (P)

8 respuestas



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

En total se efectuaron (428) encuestas siendo realizadas en su mayoría en el puesto de información turística ubicado en el Hall del Palacio Municipal (78,3%) y en menor medida en el puesto de información turística ubicado en la Terminal de Ómnibus (21,7%).

El análisis del *medio utilizado para hacer la consulta* evidencia que el (75,9%) realizó las consultas a través de whatsapp, seguido de aquellas consultas que se realizaron a través de un medio telefónico (21%), luego aquellas que se realizaron a través de email (2,1%) y finalmente (0,9%) de las consultas restantes se realizaron a través de redes sociales.

Del total de las encuestas se desprende que (89%) de las consultas fueron realizadas por residentes locales, (8,9%) de los encuestados fueron efectuadas por residentes nacionales, (1,2%) por residentes internacionales procedentes de Costa Rica, Colombia, Rumania y Bolivia y finalmente el porcentaje de los encuestados restante (0,9%) 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 (42,2%), seguido de aquellos residentes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (18,4%), luego aquellos pertenecientes a la provincia de Rio Negro (15,8%), seguido de aquellos pertenecientes a la provincia de La Pampa (10,5%), luego los residentes de la provincia de Neuquen (7,9%) y finalmente aquellos pertenecientes a las provincias de San luis y Santa Fe (2,6%).

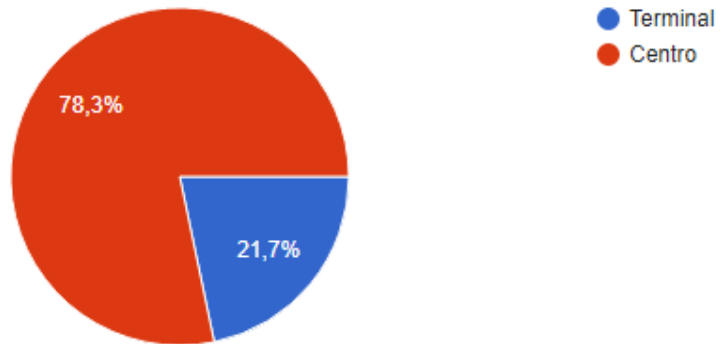
Por último, teniendo en cuenta el *motivo principal de la consulta* se destacan aquellos que solicitaron información sobre actividades (61,3%), seguido de aquellos que solicitaron información en general (18,3%), luego aquellos que solicitaron información sobre transporte hacia otras localidades de Argentina e información sobre transporte a la región (11,4%), luego aquellos que solicitaron información sobre el plano de Bahía Blanca e información sobre alojamiento (2,2%), información sobre transporte urbano (2%), información sobre atractivos (0,7%) y por último información sobre gastronomía (0,4%).

Informe Gráfico

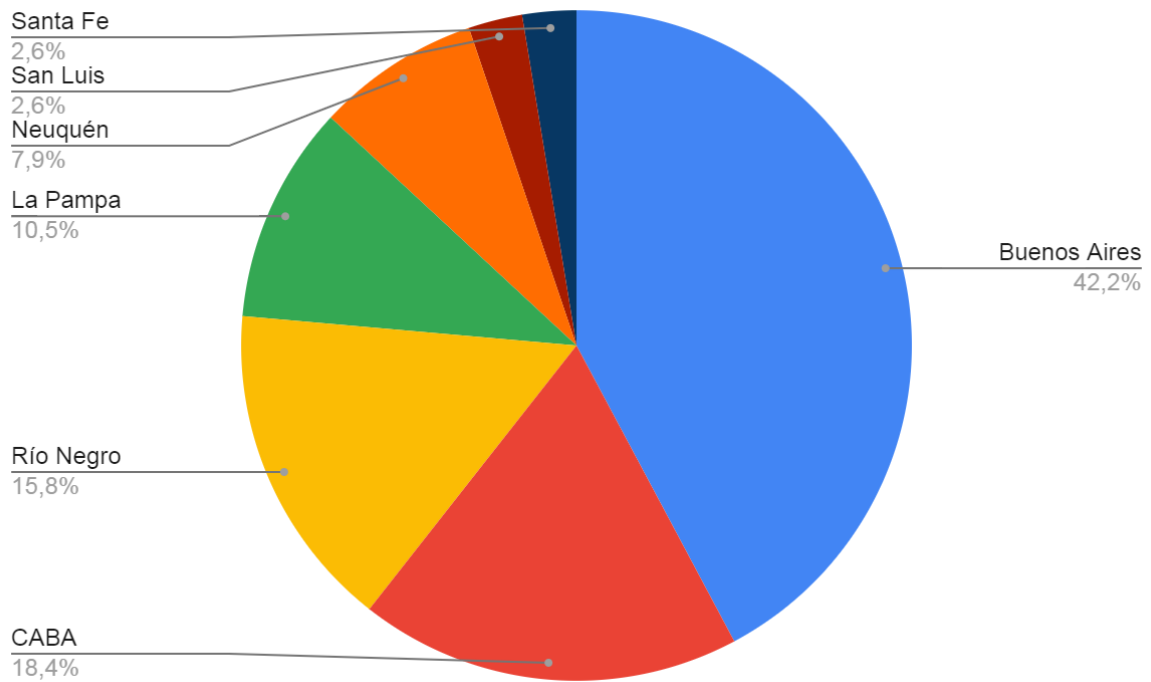
Lugar de consulta (NP)

Lugar de consulta (NP)

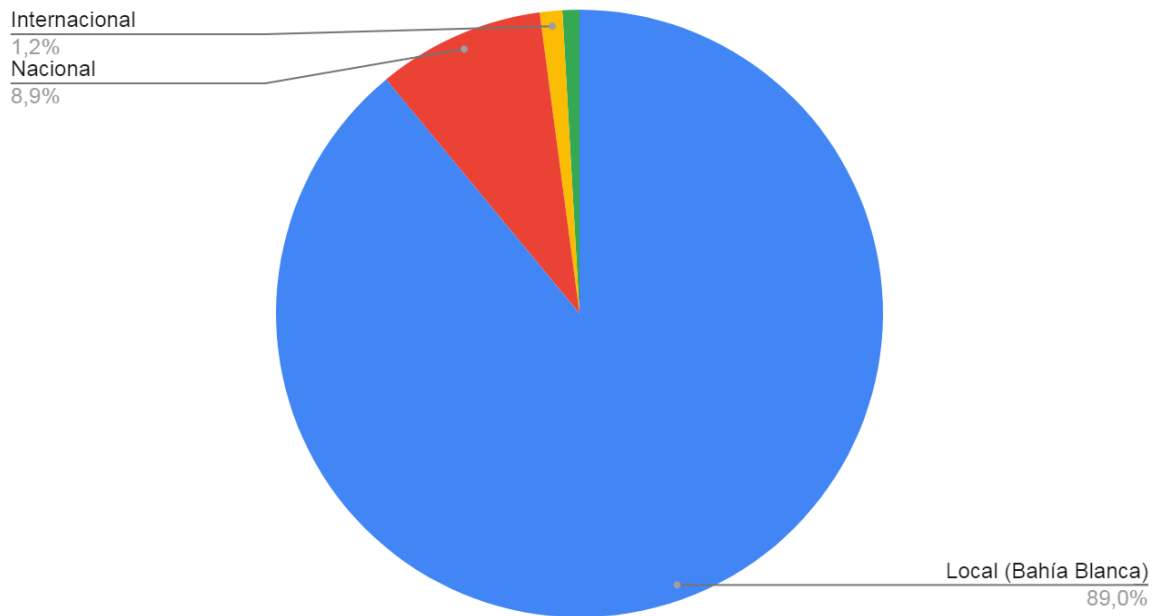
428 respuestas



Residencia de quienes realizan la consulta (NP)



Residencia habitual (NP)



Motivo de la consulta (NP)

Motivo de la consulta al puesto (NP)

553 respuestas

