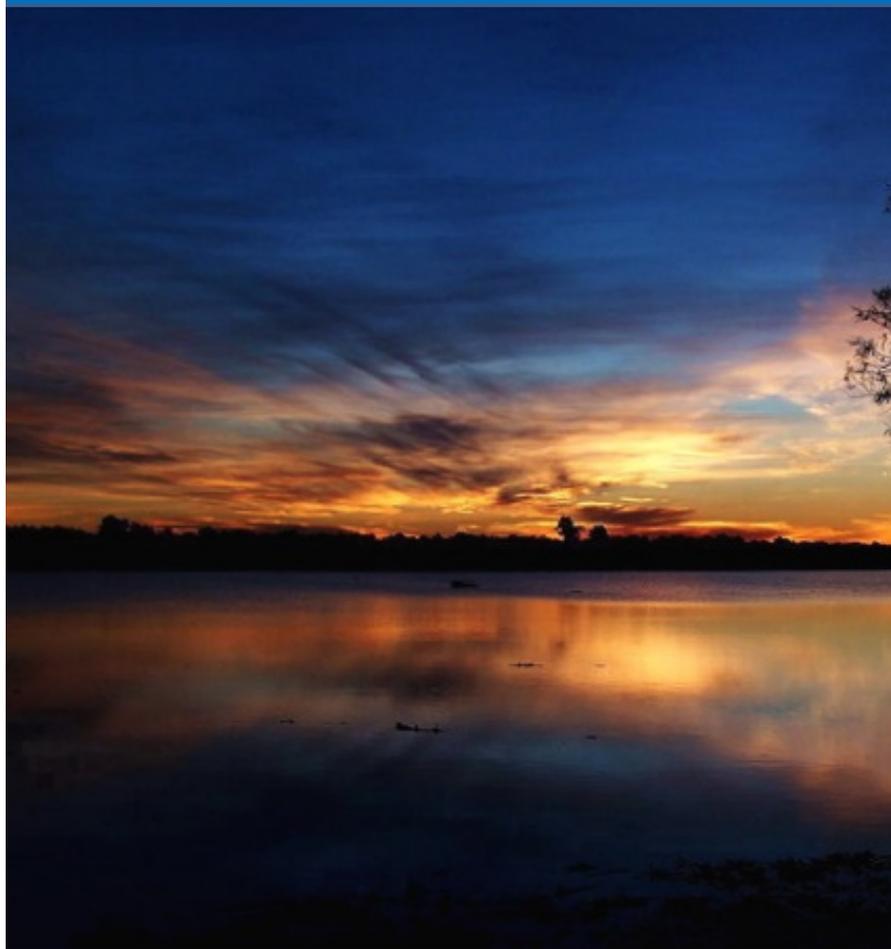


Estudio de Demanda Actual y Potencial del Partido de Mar Chiquita



Estudio de Demanda Actual y Potencial del Partido de Mar Chiquita

Este informe técnico surge a partir de la solicitud de la Dirección de Turismo del Partido de Mar Chiquita de realizar un estudio de demanda turística de manera articulada con la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata, desde la asignatura Investigación Aplicada al Turismo.

Asignatura: Investigación Aplicada al Turismo

Docentes: Mg. Bernarda Barbini
Mg. Daniela Castellucci
Mg. Gonzalo Cruz

Alumnos:

Acuña, Ana Carolina	Juárez, Lucía
Almirón, Eugenia	Lapaz, Ruth Nataly
Altamira, Tatiana	López, Sofia Elizabeth
Alza, Ivana Anahí	Mamani González, Camila Naiquen
Bacchini, Catalina	Maneiro, Yamila Ileana
Baños, Melanie	Martin, María Lucía
Barreiro, Guadalupe Itatí	Martínez, Vanina
Cabrera, Agustina Amelia	Monzón, Cesar Leonardo
Cañueto, Maria Jazmín	Muñoz, Macarena
Ciccaroni, Maria Victoria	Orefice, Santiago
De María Lupo, Antonella Michelle	Pedersen, Astrid
Delbino, Fernanda Anahí	Perez Longueira, Lucas Nahuel
Diez Queral, Guadalupe	Pérez, Ana Rocío
Domingo, Luciana	Poggi, Micaela Gabriela
Dragonetti, Jorgelina	Puigvert, Pablo Nicolás
Dranuta Iglesias, Lucía	Romanessi, Mara
Ernst, Aldana Camila	Romero, Agustina
Franco, Federico	Sendón, Rocío Micaela
Furno, Sol Fiorella	Spinoso, Micaela
Garcia, Noelia Micaela	Turchio Cipollone, Anabella Milagros
Gorosito, Facundo	Urquiza Jozami, Clara María
Guaresti, Camila	Vera, Lucas Esteban
Guiñazú, Nicolás	Vera, Virginia Vanesa
Izaguirre, Rodrigo Víctor	

Mar del Plata, diciembre 2017

Índice

Introducción.....	3
Antecedentes.....	4
Marco metodológico.....	4
Resultados.....	7
Conclusiones.....	24
Bibliografía.....	25

Estudio de la Demanda Actual y Potencial del Partido de Mar Chiquita

INTRODUCCIÓN

El Partido de Mar Chiquita es uno de los 135 municipios de la Provincia de Buenos Aires. Sus localidades son atravesadas por la Autovía Provincial N°2 y la Ruta Provincial N°11. El partido fue fundado el 25 de diciembre de 1839 y su localidad cabecera es Coronel Vidal. Tiene una población de 21.279 habitantes (INDEC 2010).

Este Partido está conformado por las localidades de General Pirán, Coronel Vidal y Vivotatá, que integran el sector mediterráneo, y por Balneario Parque Mar Chiquita, Mar de Cobo y Santa Clara del Mar que constituyen la zona marítima. Dentro de Santa Clara del Mar están los barrios Camet Norte, Playa Dorada, Santa Elena, Frente Mar y Atlántida, y dentro de Mar de Cobo se encuentran los barrios Parque Lago, La Caleta y la Baliza. En estos barrios costeros se puede disfrutar del sol y de la playa, y ofrecen el espacio adecuado para realizar variadas actividades náuticas, disfrutar de la gastronomía típica y conocer los productos artesanales. Por su parte, los atractivos naturales más importantes del partido son la Albufera de Mar Chiquita y la Reserva Mundial de Biosfera Parque Atlántico Mar Chiquito. La superficie de 26.488 hectáreas fue declarada así por la UNESCO en 1996. El paisaje está conformado por un litoral marino, playas, dunas costeras, pastizales, lagunas y bañados pampeanos. Una importante diversidad de flora y fauna conforman el lugar. Todo lo mencionado anteriormente demuestra el gran potencial turístico que posee el territorio.

Sin embargo, estas condiciones particulares que posee el destino Mar Chiquita no han sido suficientes para atraer a mayor cantidad de turistas durante la temporada estival como así tampoco fuera de ella. En este sentido, la Dirección de Turismo del Partido de Mar Chiquita tiene especial interés en conocer las motivaciones, opiniones y prácticas turístico-recreativas del residente de Mar del Plata, el centro turístico más importante y cercano al Partido, y en particular el del residente que lo conoce y visita. La información generada por este estudio servirá de insumo para la toma de decisiones futuras de este organismo.

De esta manera, el objetivo principal del presente estudio es analizar las características de la demanda turística actual y potencial del Partido de Mar Chiquita, procedente de la ciudad de Mar del Plata. En tanto los objetivos particulares consisten en:

- Describir las motivaciones, prácticas turístico-recreativas y opiniones respecto del Partido de Mar Chiquita que tienen los residentes marplatenses que visitan el destino.
- Describir las prácticas turístico-recreativas y las motivaciones de viaje de los residentes marplatenses que aún no han visitado este Partido.

Se entiende por demanda turística al número de personas que viajan o desean viajar, para utilizar instalaciones turísticas y servicios lejos de sus lugares de trabajo o residencia (Mathieson y Wall, 1990). Esta puede ser actual o potencial. Mathieson y Wall (1990), definen a la demanda actual como aquellas personas que comúnmente viajan a destinos turísticos y utilizan sus servicios e instalaciones; y la demanda potencial como aquellas personas motivadas a viajar pero que no son capaces de hacerlo debido a diversas limitaciones económicas, familiares, laborales, entre otras. Un aspecto importante en el estudio de la demanda es la motivación, que es definida por Chiavenato (2000) como aquello que impulsa a una persona a actuar de

determinada manera o que origina una propensión hacia un comportamiento específico.

1. ANTECEDENTES

Como antecedente de la presente investigación se encuentran los estudios realizados por los Centros de Investigación Turística y de Investigaciones Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata, centrados en la localidad de Santa Clara del Mar.

En 1999 el Centro de Investigaciones Turísticas realiza una “Encuesta a turistas de los centros del litoral”(Mantero et al., 1999). En esta investigación se llevaron a cabo una serie de encuestas destinadas a conocer al turista, su perfil socio económico, sus expectativas y conductas, sus usos y consumos, su grado de satisfacción, su percepción y valoración, con relación a las actividades, los servicios y los centros. Para ello se realizaron 5885 encuestas a turistas en las playas de los centros turísticos de diversas localidades litorales, entre las que estaba incluida la localidad de Santa Clara del Mar.

Además se encuentra el estudio de demanda llevado a cabo por la cátedra de Política y Planificación de la carrera de Licenciatura en Turismo y el Grupo Turismo y Territorio del Centro de Investigaciones Económicas y Sociales (Cañueto, Borthiry, Corbo y Muñoz, 2014). El trabajo se realizó en el año 2014 en la ciudad de Santa Clara del Mar en el marco del proyecto de investigación “Turismo y Desarrollo en Destinos Costeros de la Provincia de Buenos Aires” que tenía como objetivo formular un diagnóstico de la situación actual y una propuesta de Desarrollo Turística integrando aspectos ambientales, sociales, económicos, culturales y políticos en esta localidad. En particular, el estudio de la demanda se realizó a través de la aplicación de una encuesta a turistas y excursionistas que indagaba acerca del tiempo de estadía, el tipo de alojamiento elegido, las motivaciones, la frecuencia de visita, los puntos fuertes y débiles de la localidad, y las falencias del destino.

2. MARCO METODOLÓGICO

Enfoque: Para dar cumplimiento al objetivo de investigación planteado se decide realizar el estudio de la demanda turística desde un abordaje cuantitativo.

Tipo de Investigación: El tipo de investigación es descriptiva ya que se pretende establecer las características de la demanda, identificando sus principales rasgos.

Unidad de Análisis: Residente de la ciudad de Mar del Plata.

Universo: Todos los residentes de la ciudad de Mar del Plata que se encuentran viviendo en la localidad en el año 2017.

Muestra: No probabilística, por cuotas de sexo y edad. El tamaño total de la muestra fue de 400 casos.

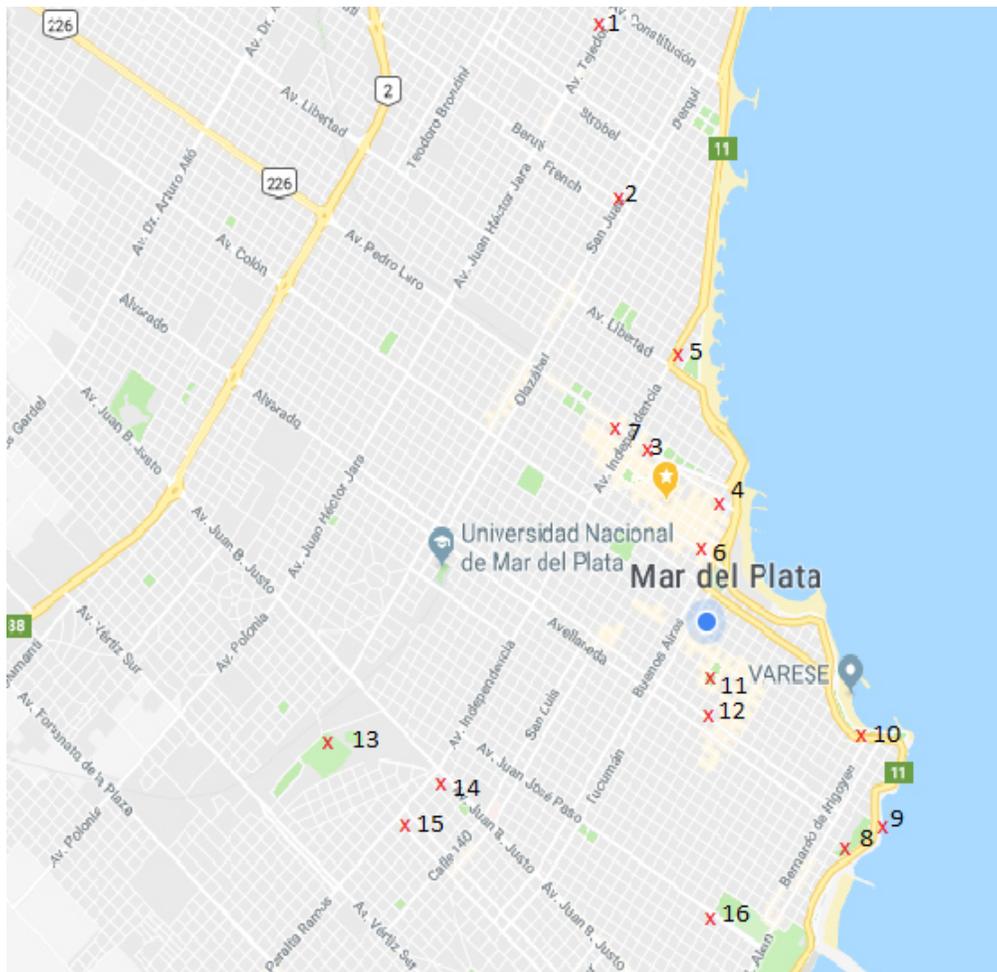
Puntos de relevamiento: Las encuestas se realizaron en la vía pública en distintas zonas de la ciudad de Mar del Plata. Los puntos de relevamiento fueron los siguientes:

1. Constitución y Av. Tejedor
2. Calle comercial San Juan
3. Peatonal San Martín
4. Rambla Casino

5. Plaza España
6. Plaza Colón
7. Shopping Los Gallegos y Av. Luro y Av. Independencia
8. Parque San Martín
9. Playa Grande
10. Calle Alem y la costa
11. Calle comercial Güemes
12. Plaza del Agua
13. Estadio – Polideportivo
14. Av. Juan B. Justo
15. Calle 12 de octubre
16. Parque Primavera

Las encuestas se realizaron entre los días 22 de octubre y 08 de noviembre de 2017, dentro de una franja horaria que cubría desde las 9:00 hs hasta las 17:00 hs.

Mapa N° 1: Plano de la ciudad de Mar del Plata con los puntos de relevamiento.



Fuente: Elaboración propia en base a Google Maps.

Técnica de recolección de datos: Encuesta. Se elaboró un cuestionario estructurado que incluía las dimensiones perfil socio-demográfico, demanda actual y demanda potencial, con sus respectivas variables.

Tabla N° 1: Operacionalización de las variables

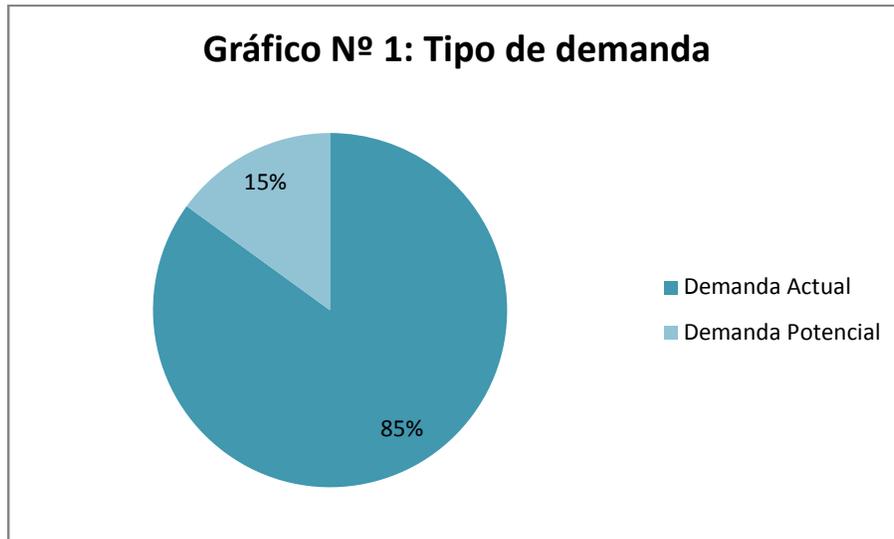
Dimensión	Variabes	Categorías
Perfil socio-demográfico	Sexo	Masculino, Femenino.
	Edad	18 a 24, 25 a 34, 35 a 49, 50 a 65, 66 años o más.
	Con quien vive	Solo, pareja, familia, otros.
	Nivel de estudios del encuestado	Sin estudios, primario incompleto, primario completo, secundario incompleto, secundario completo, terciario incompleto, terciario completo, universitario incompleto, universitario completo.
	Situación ocupacional del encuestado	Trabajo permanente, trabajo temporario, desocupado buscando empleo, busca primer empleo, no ocupado, jubilado o pensionado, rentista, ama de casa, estudiante.
Demanda actual	Actividades realizadas fines de semana en Mar del Plata	Estar en familia, practicar deporte, arreglar su casa o jardín, reunirse con amigos, asistir a espectáculos/ir al cine /visitar museos, pasear por la ciudad, salir de compras, mirar tv/escuchar música, descansar, ir a la playa, ir a comer afuera, viajar, otros.
	Localidades visitadas	Santa Clara del Mar, Coronel Vidal, Mar de Cobo, General Pirán, Mar Chiquita, Vivotatá, La Armonía.
	Frecuencia de visita al año	1 a 5 veces, 6 a 10 veces, más de 10 veces.
	Pernocte	Sí, no.
	Motivo de visita Pdo. Mar Chiquita	La naturaleza, el deporte, la pesca, el descanso, encontrarse con amigos/familia, ir a la playa, el trabajo/estudio, la gastronomía, ir de compras, asistir a espectáculos/visitar museos, otros
	Nivel satisfacción servicios	Excelente, muy bueno, bueno, regular, malo.
Demanda potencial	Actividades realizadas fines de semana en Mar del Plata	Estar en familia, practicar deporte, arreglar su casa o jardín, reunirse con amigos, asistir a espectáculos/ir al cine /visitar museos, pasear por la ciudad, salir de compras, mirar tv/escuchar música, descansar, ir a la playa, ir a comer afuera, viajar, otros.
	Motivo por el que no lo visita*	Falta de interés, no lo conoce, falta de tiempo, otros. (*categorías emergentes)
	Frecuencia con que transita Ruta 11 hacia el norte	Nunca, a veces, varias veces, muchas veces
	Viaje los fines de semana	Sí, no.
	A donde viaja*	Capital Federal, Cariló, Necochea, otros. (*categorías emergentes)
	Pernocte	Ninguna noche, una noche, dos noches.
	Motivos elección	La naturaleza, el deporte, la pesca, el descanso, encontrarse con amigos/familia, ir a la playa, el trabajo/estudio, la gastronomía, ir de compras, asistir a espectáculos/visitar museos, otros.

Fuente: Elaboración propia.

3. RESULTADOS

3.1. DEMANDA ACTUAL Y POTENCIAL DEL PARTIDO DE MAR CHIQUITA

Del total de los residentes marplatenses encuestados 400 casos, el 85% (339 casos) corresponde a la Demanda turística actual, mientras que el 15% (61 casos) encuestados corresponde a la Demanda turística potencial.

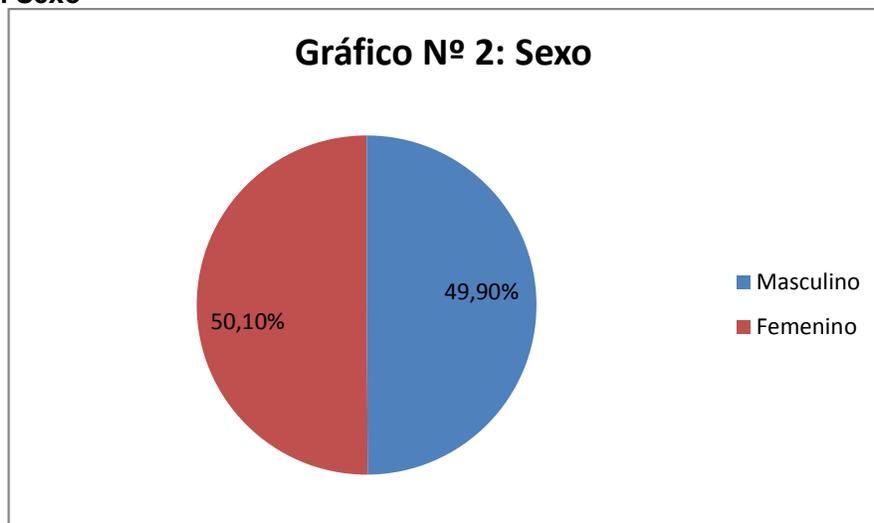


Fuente: Elaboración propia.

3.2. DEMANDA ACTUAL

3.2.1. Perfil socio demográfico

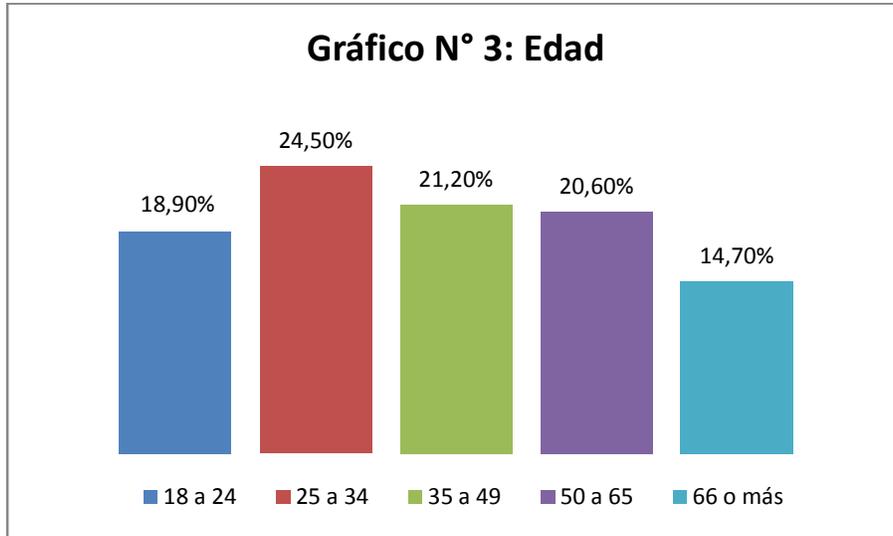
3.2.1.1. Sexo



Fuente: Elaboración propia.

Del total de los residentes encuestados correspondientes a la demanda actual el 49,9% (169 casos) es de sexo masculino, mientras que el 50,1% (170 casos) es de sexo femenino.

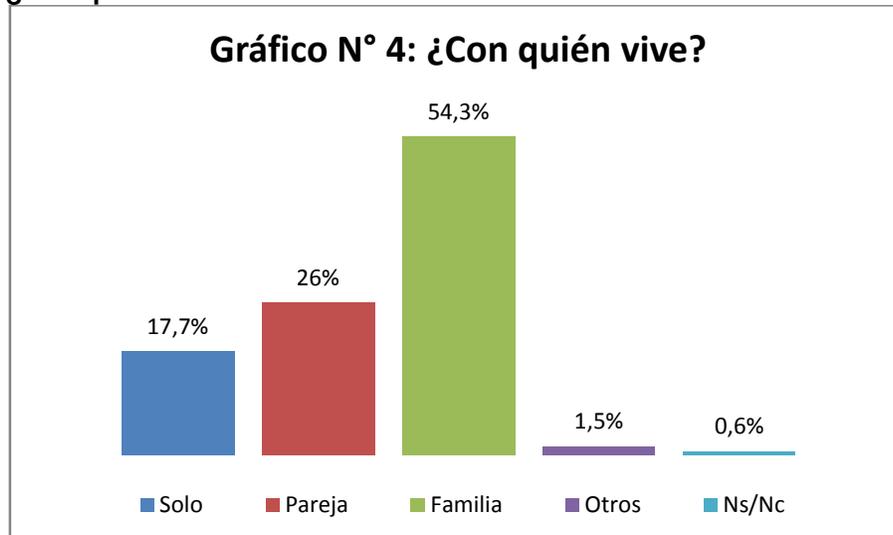
3.2.1.2. Edad



Fuente: Elaboración propia.

Del total de los residentes encuestados en su gran mayoría han sido de un rango de edad entre 25 a 34 años (24,5%), le siguen los residentes de entre 35 a 49 años (21,2%) y luego con edades de entre 50 a 65 años (20,6%). En los últimos lugares se encuentran con un 18,9% los residentes de entre 18 a 24 años de edad. Y finalmente con un 14,7% residentes con una de edad de 66 años en adelante.

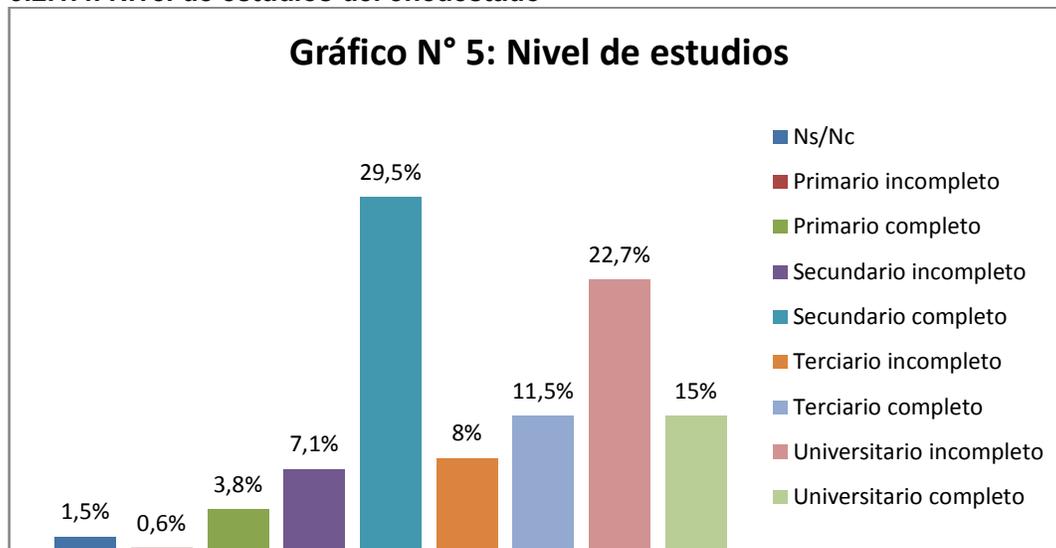
3.2.1.3. ¿Con quién vive?



Fuente: Elaboración propia.

De los residentes marplatenses encuestados que efectivamente concurren al Partido de Mar Chiquita, se observa que el 54,3% viven en familia, el 26% vive en pareja y el 17,7% viven solos.

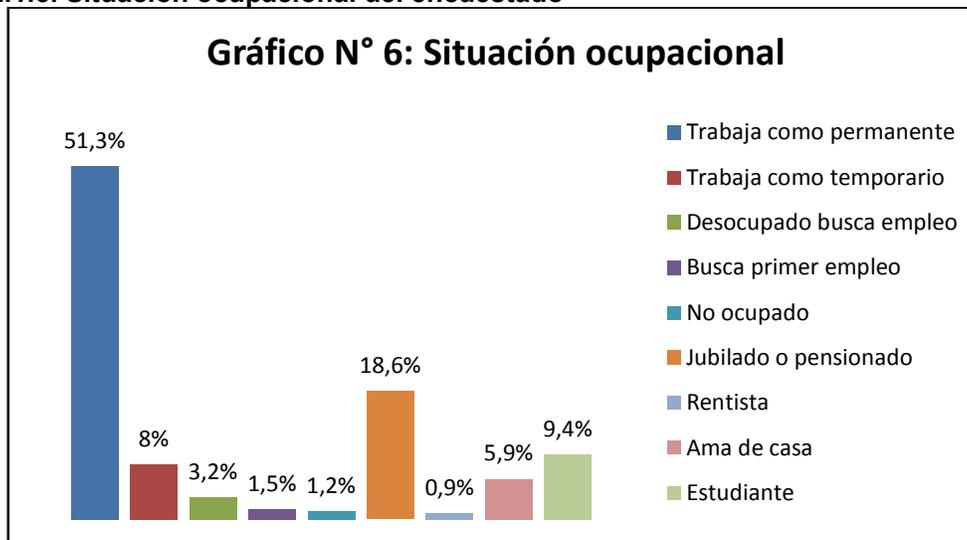
3.2.1.4. Nivel de estudios del encuestado



Fuente: Elaboración propia.

De los encuestados que efectivamente concurren al Partido de Mar Chiquita, se observa que el 29,5% tiene el secundario completo, el 22,7% posee estudios universitarios incompletos, el 15% tiene estudios universitarios completos y el 11,5% posee estudios terciarios completos.

3.2.1.5. Situación ocupacional del encuestado

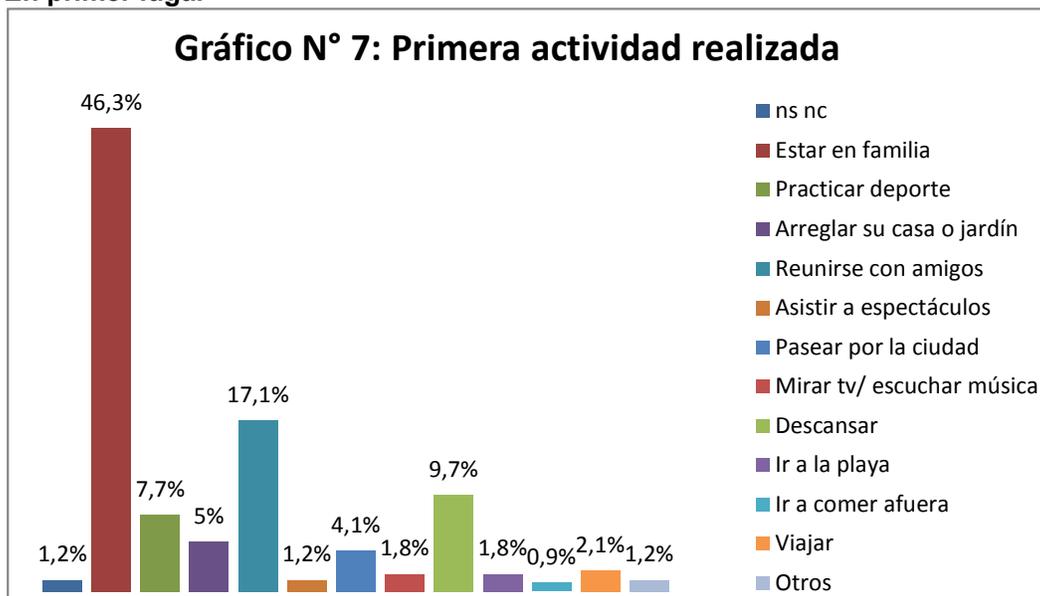


Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, se observa que de los encuestados que efectivamente concurren al Partido de Mar Chiquita el 51,3% trabajan como permanentes, el 18,6% son jubilados o pensionados y el 9,4% son estudiantes.

3.2.2. Actividades realizadas los fines de semana o fines de semana largo

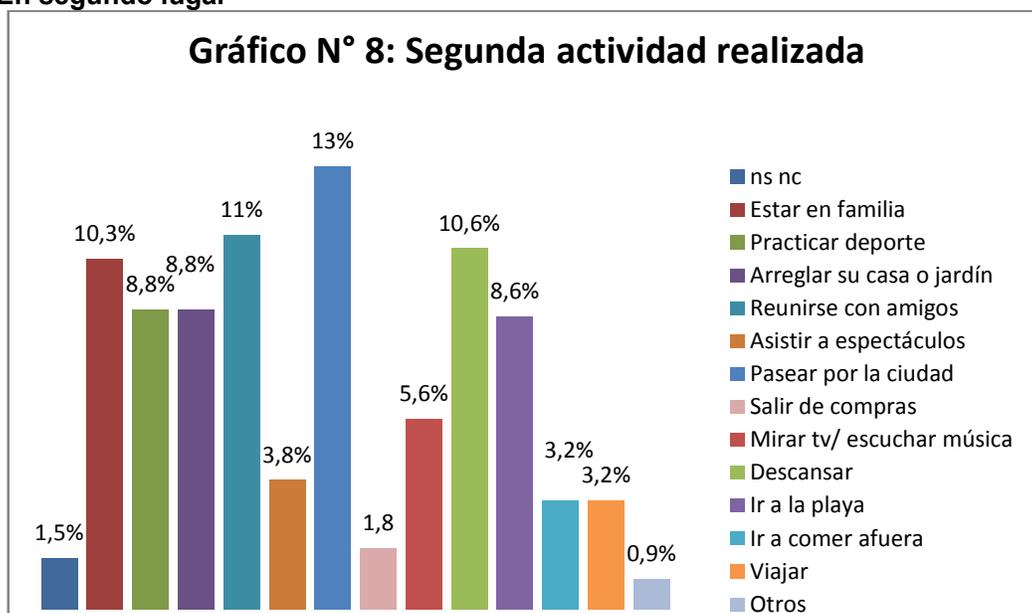
En primer lugar



Fuente: Elaboración propia.

Respecto de las actividades que los residentes realizan los fines de semana o fines de semana largo, a los encuestados se les solicita que indiquen tres actividades efectuadas por orden de importancia. En el caso de la principal actividad realizada por los residentes encuestados, se observa que el mayor porcentaje corresponde al tiempo utilizado para “estar en familia”, representando el 46,3%. Seguido a esto, otras de las actividades más elegidas son las de “reunirse con amigos” (17,1%) y “descansar” (9,7%).

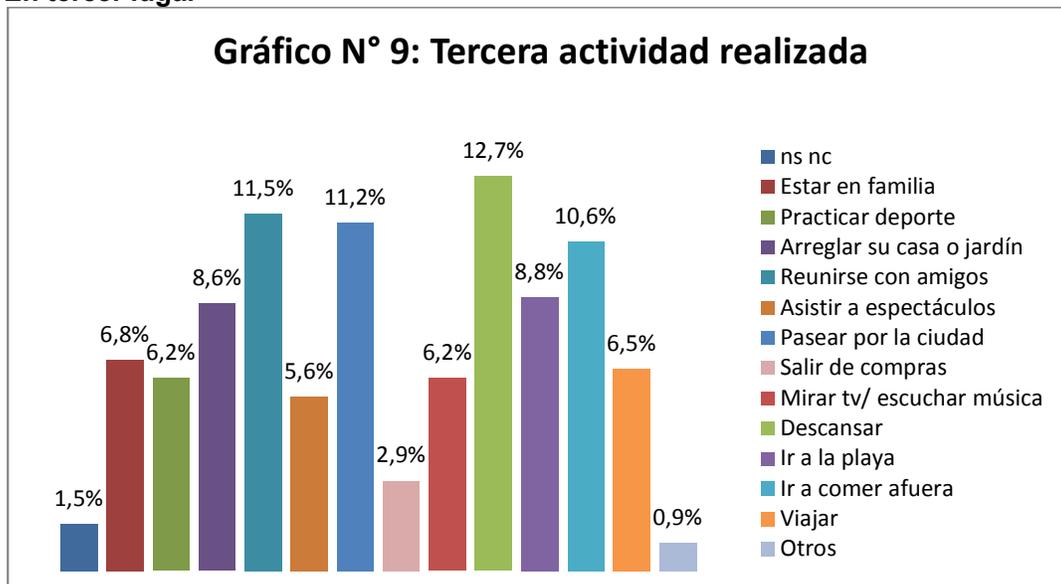
En segundo lugar



Fuente: Elaboración propia.

En el caso de las actividades realizadas los fines de semana/largo que representan el segundo nivel de importancia elegido por los residentes encuestados, se observa que “pasear por la ciudad” representa el mayor valor con el 13%. Seguido a esto, existen porcentajes bastante equiparados entre “reunirse con amigos” (11%), “descansar” (10,6%) y “estar en familia” (10,3%).

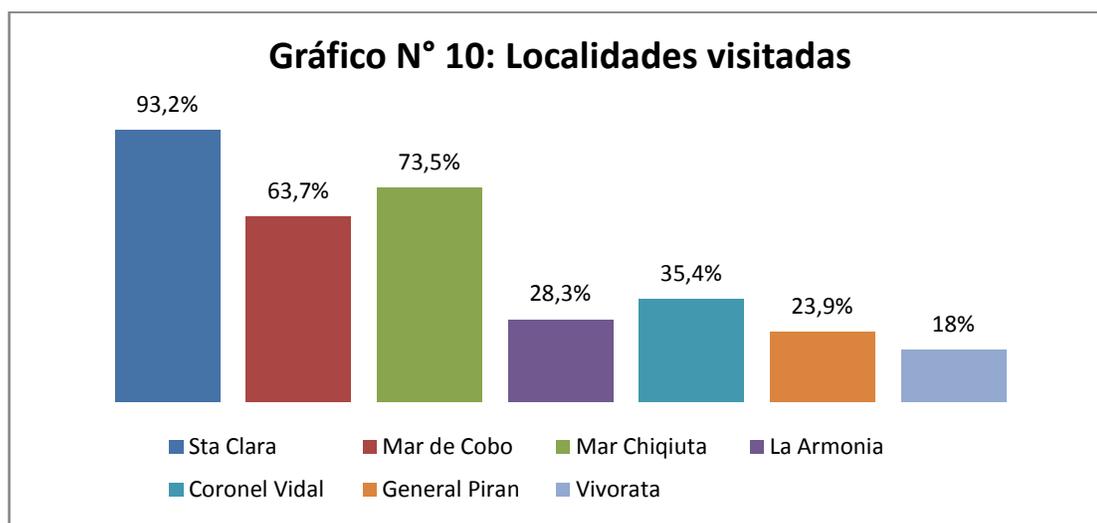
En tercer lugar



Fuente: Elaboración propia.

En el caso de la tercera opción elegida como actividad de fin de semana/largo por los residentes encuestados, se observa que el mayor porcentaje se encuentra en la categoría “descansar” con un 12,7%. Seguido de este, con un 11,5% la opción destacada es la de “reunirse con amigos” y, con un porcentaje muy similar (11,2%) se ubica la actividad “pasear por la ciudad”.

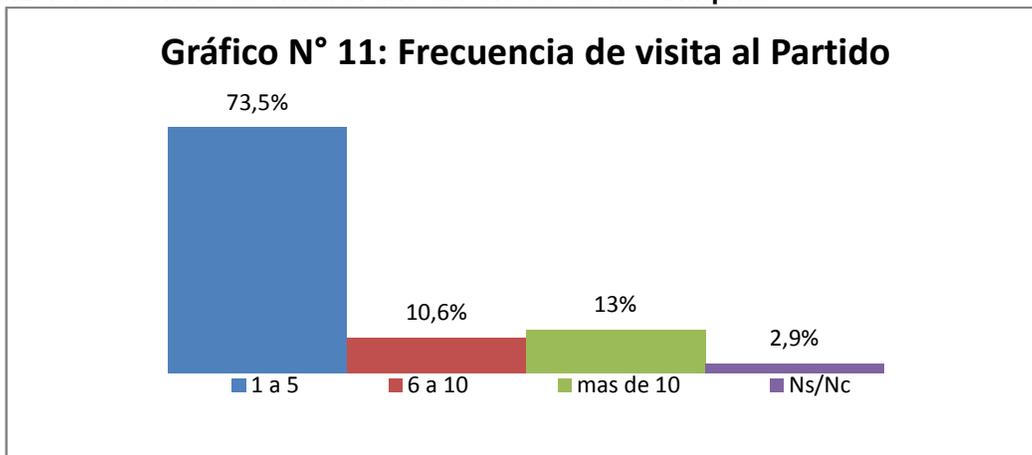
3.2.3. Localidades visitadas en el Partido de Mar Chiquita



Fuente: Elaboración propia.

De los residentes encuestados, casi la totalidad de ellos (93,2%) ha visitado la localidad de Santa Clara del Mar, siendo así este el paraje más frecuentado. En segundo lugar, se encuentra la ciudad de Mar Chiquita, visitada por el 73,50%. Luego le sigue Mar de Cobo, visitada por el 63,70%. Y finalmente, en orden decreciente, las localidades de Coronel Vidal, La Armonía, General Piran y Vivoratá, son las menos frecuentadas, no llegando ninguna de ellas a superar el 36% de los encuestados.

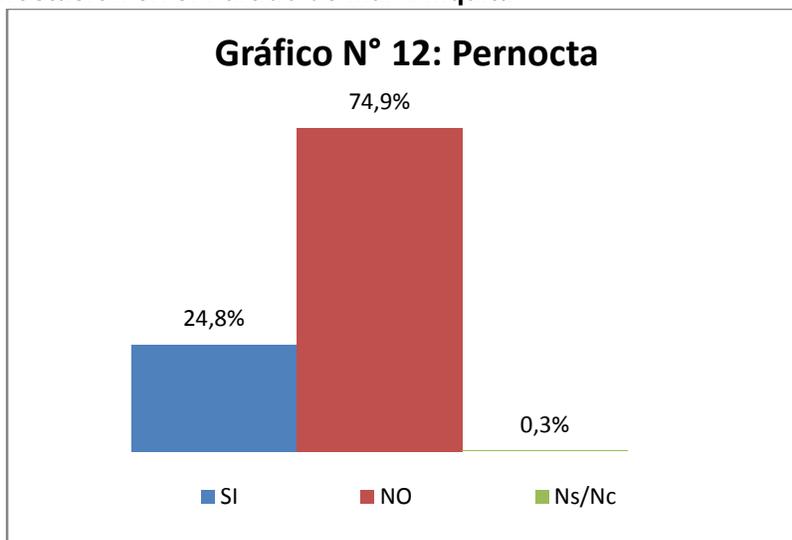
3.2.4. Frecuencia de visita al año al Partido de Mar Chiquita



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la cantidad de veces que el Partido es visitado por los residentes encuestados, la gran mayoría de ellos (73,50%) la frecuenta entre 1 y 5 veces al año. Por otra parte, solo el 23,60% la visita más de 6 veces al año.

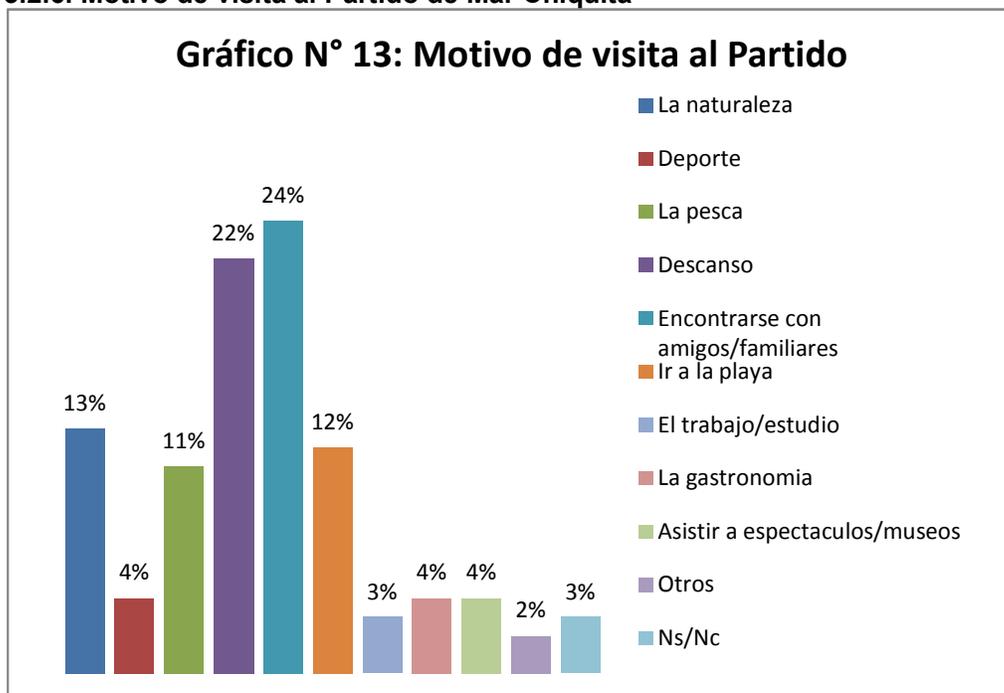
3.2.5. Pernoctación en el Partido de Mar Chiquita



Fuente: Elaboración propia.

Al preguntar acerca del pernocte en el Partido, solo el 24,80% de los encuestados afirmó que pasa alguna noche en alguna de las localidades. Esto demuestra que la mayoría de los encuestados (74.9%) son excursionistas, es decir que solo visitan el Partido por el día.

3.2.6. Motivo de visita al Partido de Mar Chiquita

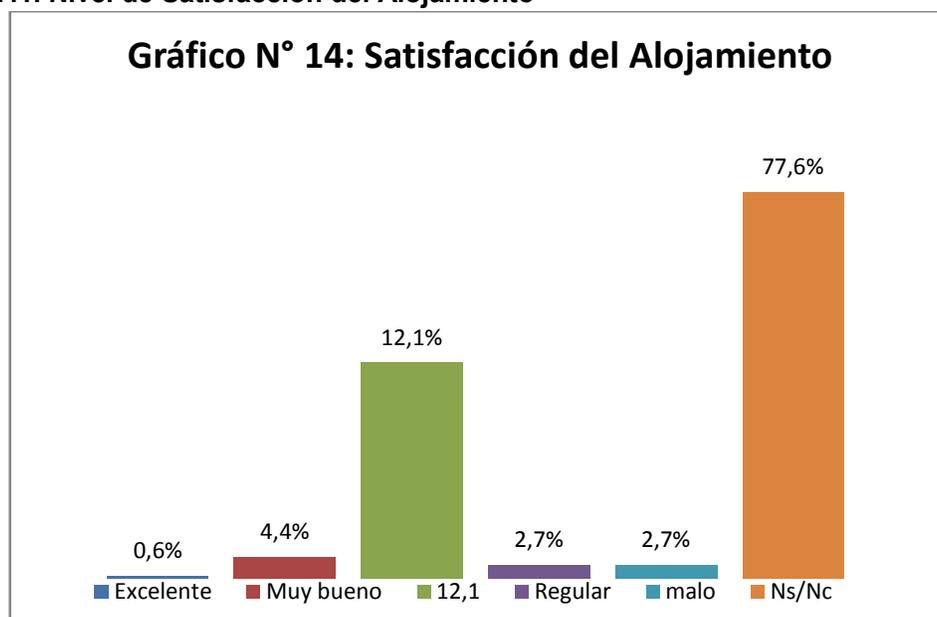


Fuente: Elaboración propia.

De los residentes encuestados, el 24% eligió el destino para encontrarse con amigos y/o familia, seguido por el 22% que lo seleccionó por el descanso, el 13% por la naturaleza, el 12% por la playa y el 11% por la pesca.

3.2.7. Nivel de satisfacción respecto de los servicios turísticos

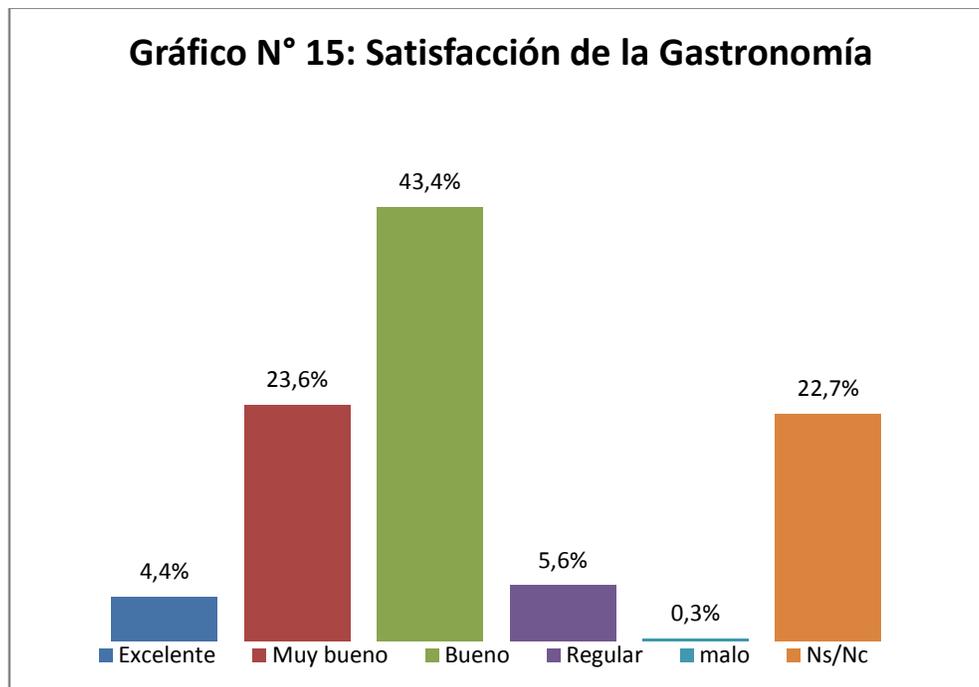
3.2.7.1. Nivel de Satisfacción del Alojamiento



Fuente: Elaboración propia.

Por último, a los encuestados se les consultó sobre su opinión respecto de los servicios turísticos ofrecidos en el Partido de Mar Chiquita. Las calificaciones dadas fueron: excelente, muy bueno, bueno, regular y malo. Más de la tercera parte no ha podido responder porque no usa el servicio. El 12,1% ha calificado al alojamiento del Partido como bueno, un 4,4% como muy bueno, el 2,7% como regular y otro 2,7% como malo.

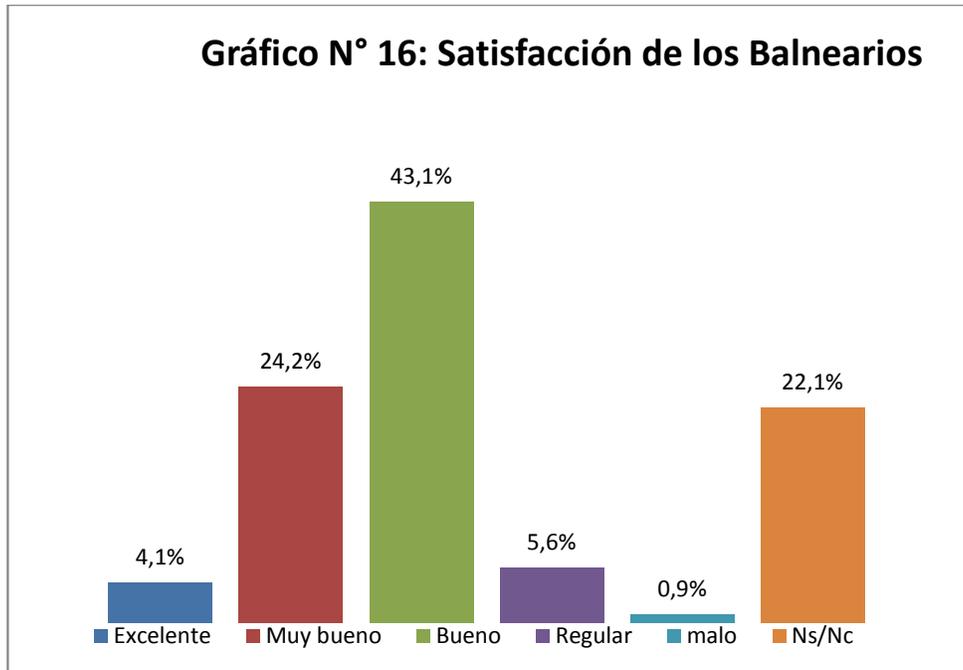
3.2.7.2. Nivel de satisfacción de la Gastronomía



Fuente: *Elaboración propia.*

Los residentes encuestados han valorado a la gastronomía según las siguientes calificaciones: excelente, muy bueno, bueno, regular, malo. Casi la cuarta parte no supo o pudo responder. El 43,4% ha calificado a este servicio como bueno, el 23,6% como muy bueno y un 5,6% como regular.

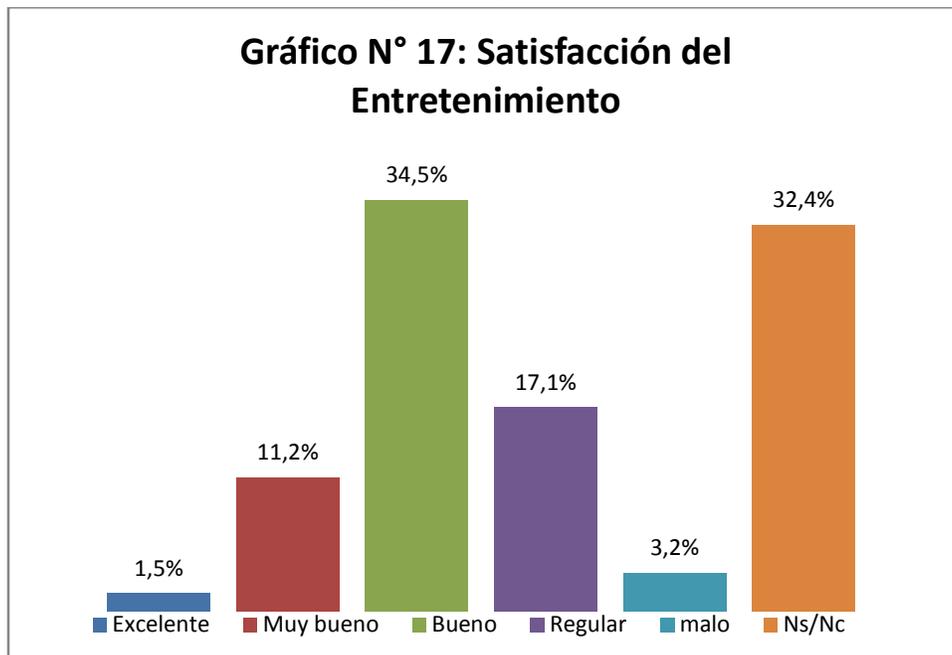
3.2.7.3. Nivel de satisfacción de los Balnearios



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a los balnearios los residentes encuestados lo han valorado según las siguientes calificaciones: excelente, muy bueno, bueno, regular, malo. Casi la cuarta parte no supo o pudo responder. El 43,1% ha calificado a los balnearios como bueno, el 24,2% como muy bueno y un 5,6% como regular.

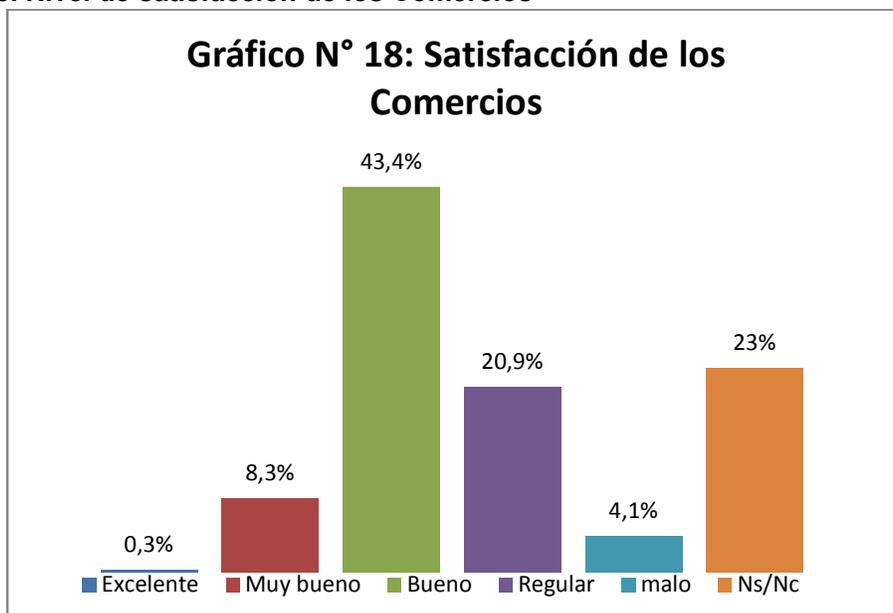
3.2.7.4. Nivel de satisfacción del Entretenimiento



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al Entretenimiento, los residentes encuestados lo han valorado según las siguientes calificaciones: excelente, muy bueno, bueno, regular y malo. Casi la tercer parte no supo o pudo responder. El 34,5% ha calificado este servicio como bueno, el 17,1% como regular y el 11,2% como muy bueno.

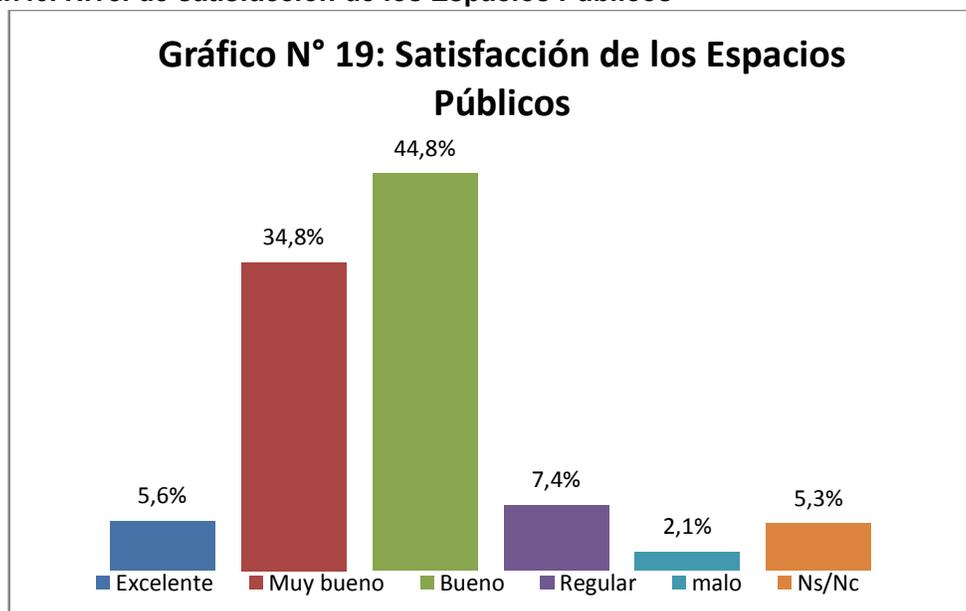
3.2.7.5. Nivel de satisfacción de los Comercios



Fuente: Elaboración propia.

Los residentes encuestados han calificado a los comercios del partido de Mar Chiquita. Las calificaciones dadas fueron: excelente, muy bueno, bueno, regular y malo. Casi la cuarta parte no supo o pudo responder. El 43,4% ha calificado este servicio como bueno, el 20,9% como regular y un 8,3% como muy bueno.

3.2.7.6. Nivel de satisfacción de los Espacios Públicos



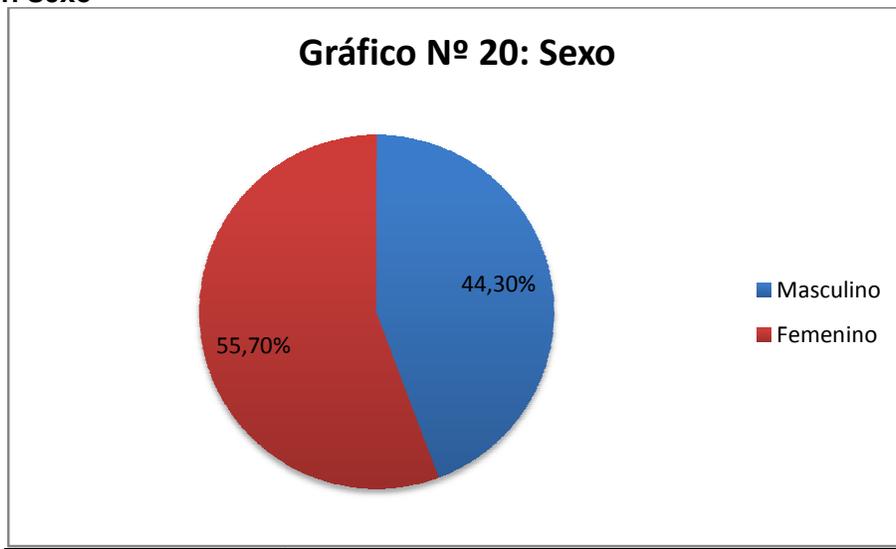
Fuente: Elaboración propia.

Los residentes encuestados han valorado a los espacios públicos según las siguientes calificaciones: excelente, muy bueno, bueno, regular y malo. El 44,8% lo ha calificado como bueno, el 34,8% muy bueno y un 7,4 como regular.

3.3. DEMANDA POTENCIAL

3.3.1. Perfil socio demográfico

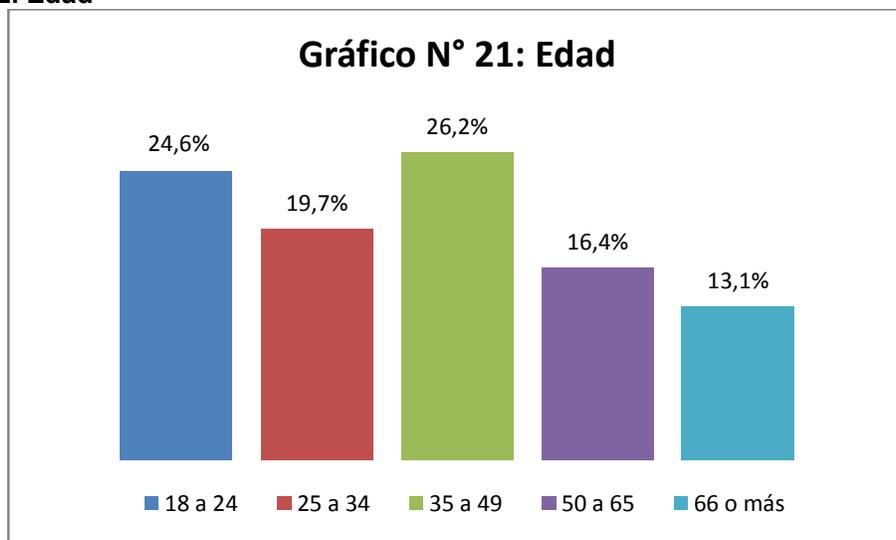
3.3.1.1. Sexo



Fuente: Elaboración propia.

De los residentes encuestados (61 casos), el 55,7% es de sexo femenino, mientras que el 44,3% es de sexo masculino.

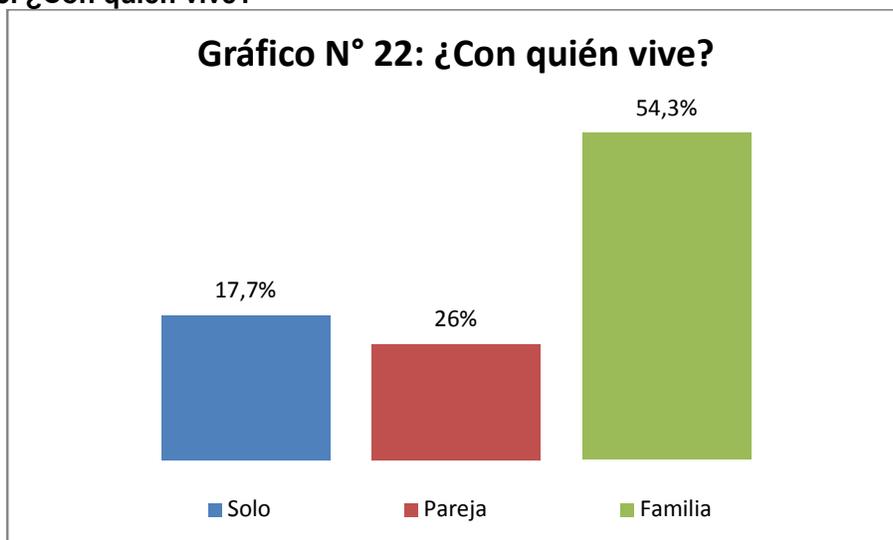
3.3.1.2. Edad



Fuente: Elaboración propia.

De los residentes encuestados, la mayoría han sido adultos entre 35 y 49 años (26,2%), seguido por aquellos entre 18 y 24 años (24,6%) y los que tienen entre 25 y 34 años (19,7%).

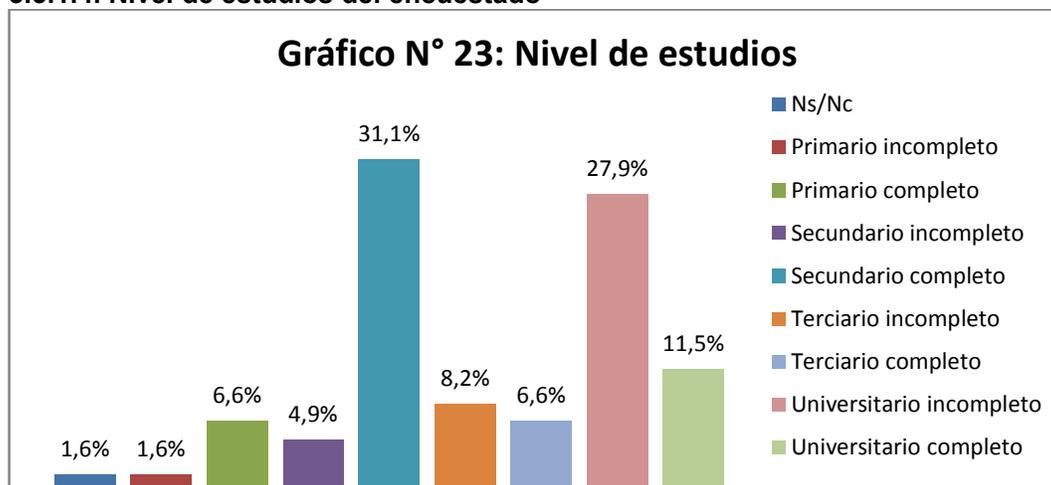
3.3.1.3. ¿Con quién vive?



Fuente: Elaboración propia.

De los encuestados, un 55,7% vive con su familia, un 24,6% vive solo y un 19,7% con su pareja.

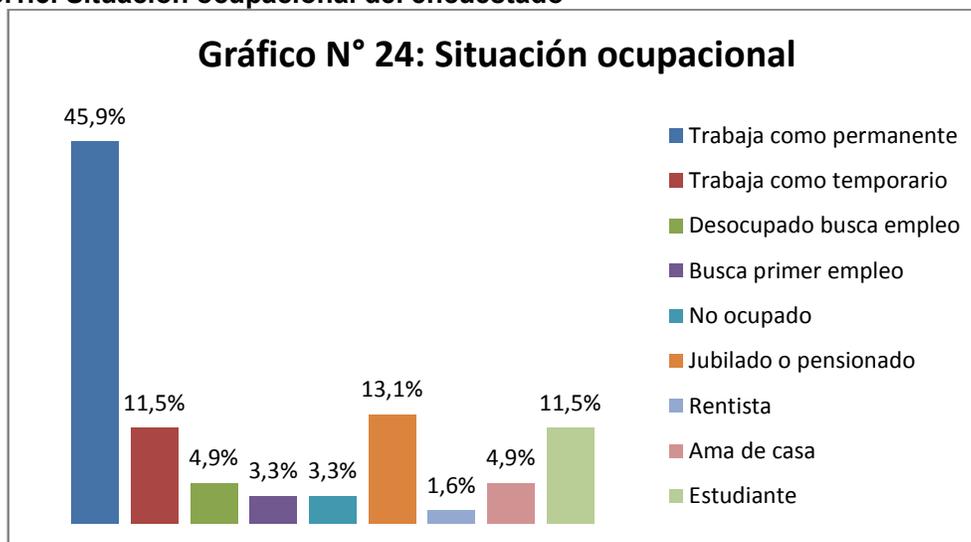
3.3.1.4. Nivel de estudios del encuestado



Fuente: Elaboración propia.

Se ha preguntado a los encuestados sobre su máximo nivel de estudios alcanzado. De esta manera se obtuvo que el 31,1% concluyó los estudios secundarios, el 27,9% no terminó los estudios universitarios y el 11,5% si concluyó la universidad.

3.3.1.5. Situación ocupacional del encuestado

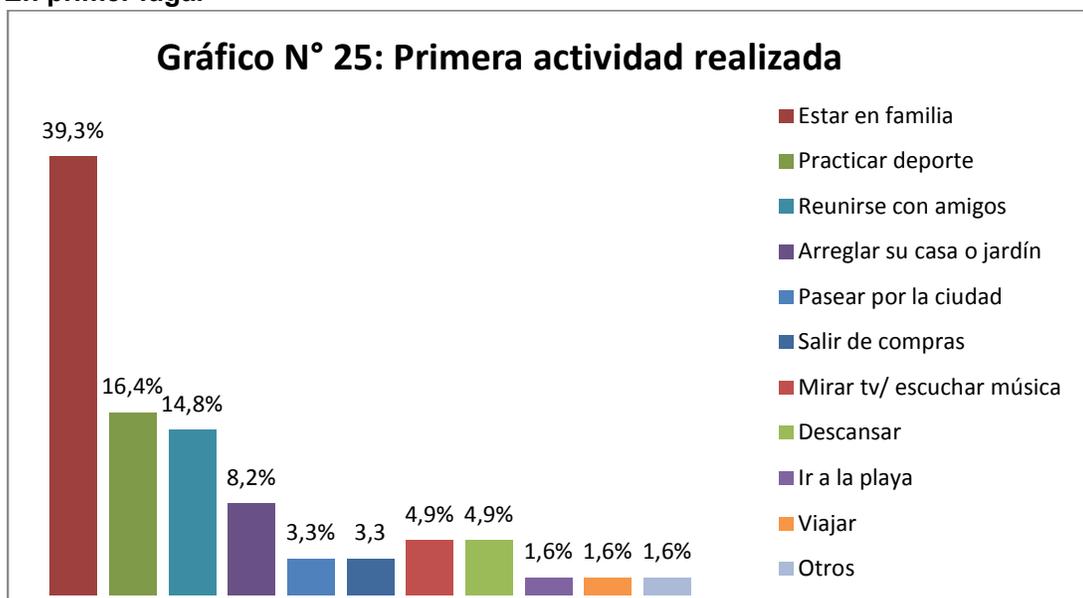


Fuente: Elaboración propia.

De los encuestados, el 45,9% se encuentra trabajando de forma permanente, el 13,1% son jubilados o pensionados, el 11,5% son estudiantes mientras que otro 11,5% trabaja como temporario.

3.3.2. Actividades realizadas los fines de semana o fines de semana largo

En primer lugar

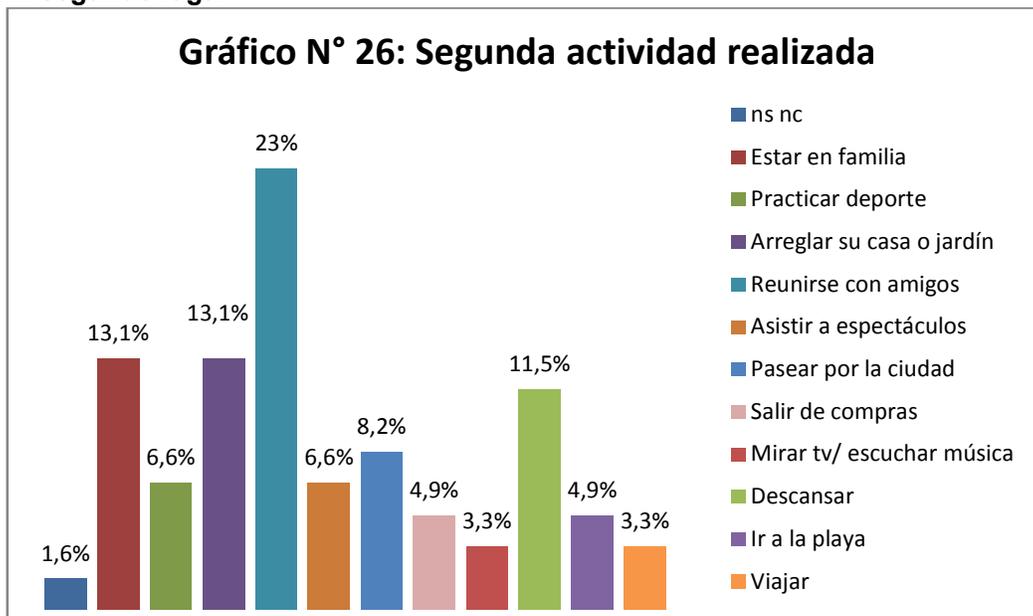


Fuente: Elaboración propia.

Respecto de las actividades que los residentes realizan los fines de semana o fines de semana largo, a los encuestados se les solicita que indiquen tres actividades realizadas por orden de importancia. De este modo, se observa que de las actividades

mencionadas en primer lugar el 39,3% de los residentes prefiere estar en familia durante el fin de semana, un 16,4% practicar deporte y un 14,8% reunirse con amigos.

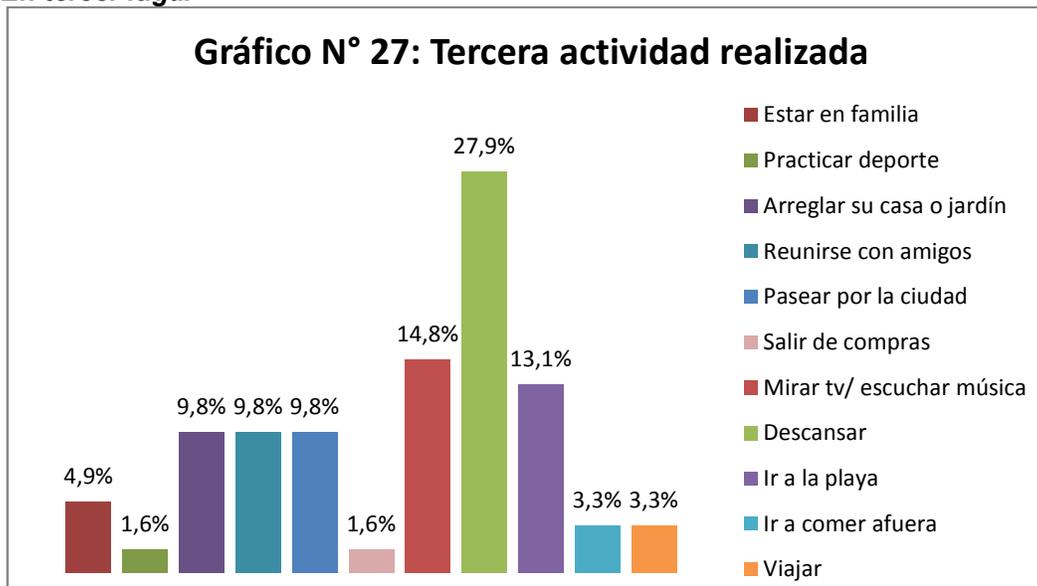
En segundo lugar



Fuente: Elaboración propia.

Respecto de las actividades mencionadas en segundo lugar, se observa que el 23% de los residentes encuestados manifiestan que durante el fin de semana o fines de semana largo se reúnen con amigos, un 13,1% arregla su casa o jardín y otro 13,1% está en familia.

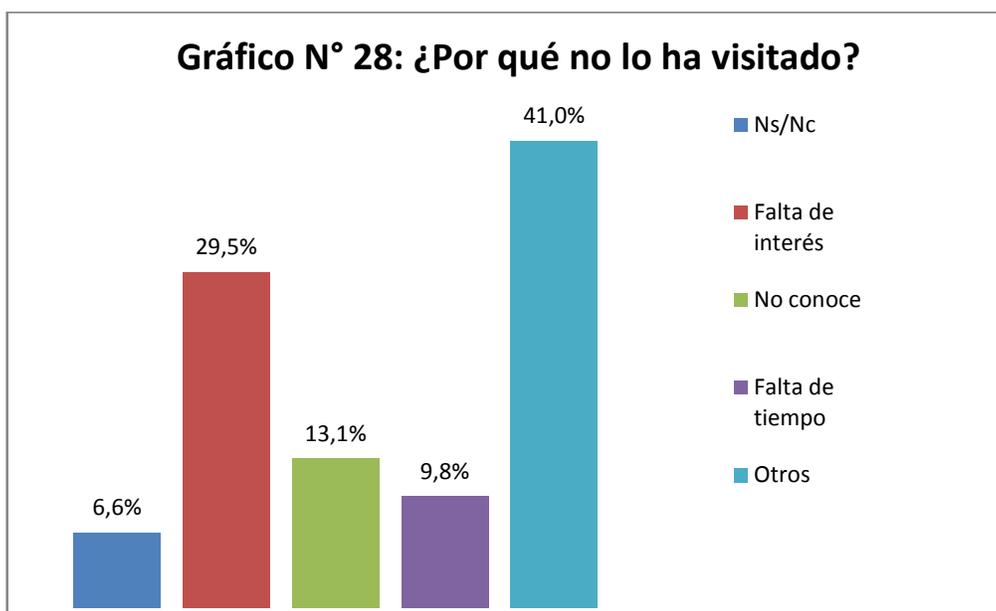
En tercer lugar



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las actividades mencionadas en tercer lugar, se observa que de los residentes encuestados el 27,9% aprovecha el fin de semana para descansar, un 14,8% escucha música y mira tv, y un 13,1% concurre a la playa.

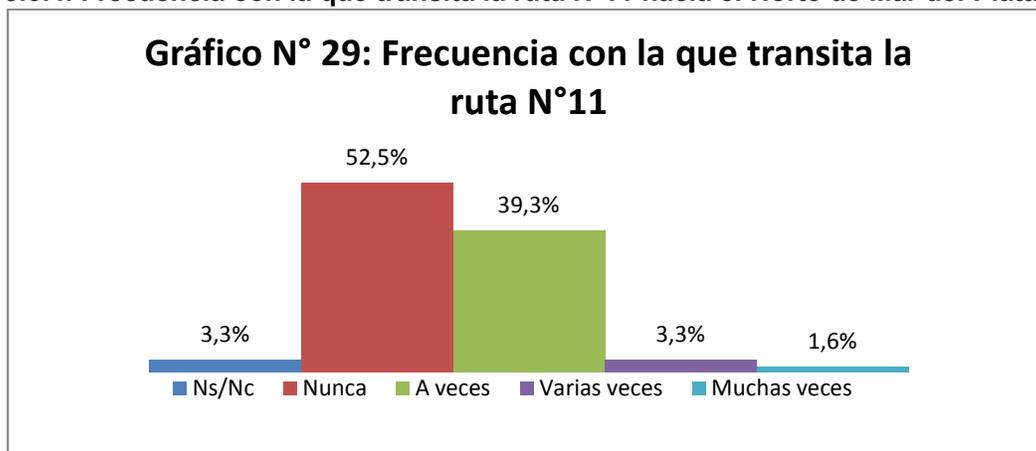
3.3.3. Motivo por el cual no ha visitado el Partido de Mar Chiquita



Fuente: Elaboración propia.

En el caso de aquellas personas que no visitan el Partido de Mar Chiquita, se puede observar que el 29,5% no lo hace por falta de interés, el 13,1% no conoce la oferta del Partido, el 9,8% no dispone de tiempo para hacerlo, y el 41,0% no lo ha visitado por diversos motivos.

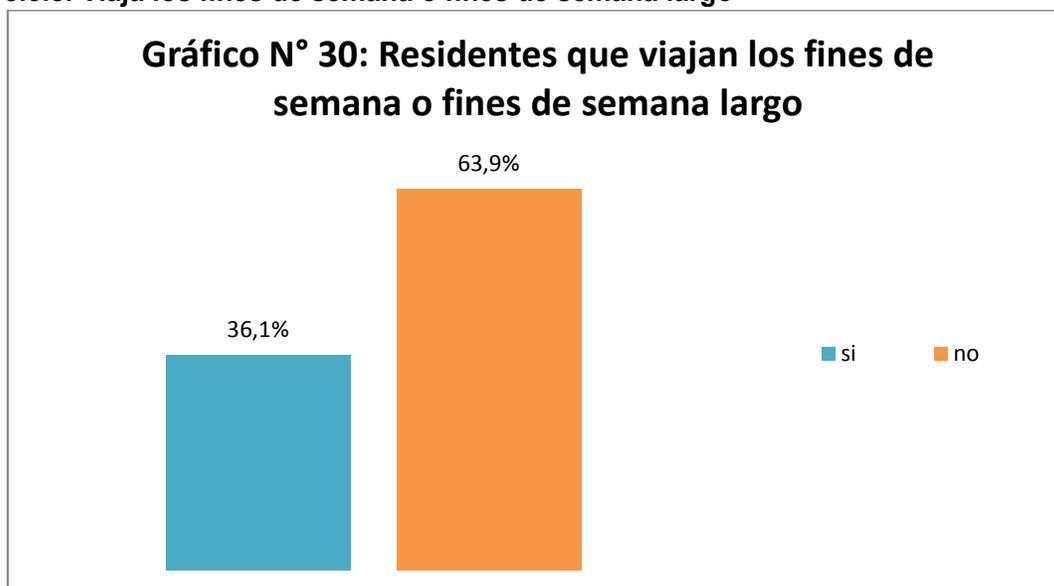
3.3.4. Frecuencia con la que transita la ruta N°11 hacia el Norte de Mar del Plata



Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la pregunta sobre cuántas veces transitan la Ruta N°11 hacia el norte de Mar del Plata, los encuestados que no visitan el Partido de Mar Chiquita, respondieron de la siguiente manera: el 52,5% no transita nunca la ruta, el 39,3% la transita a veces, y el 3,3% varias veces.

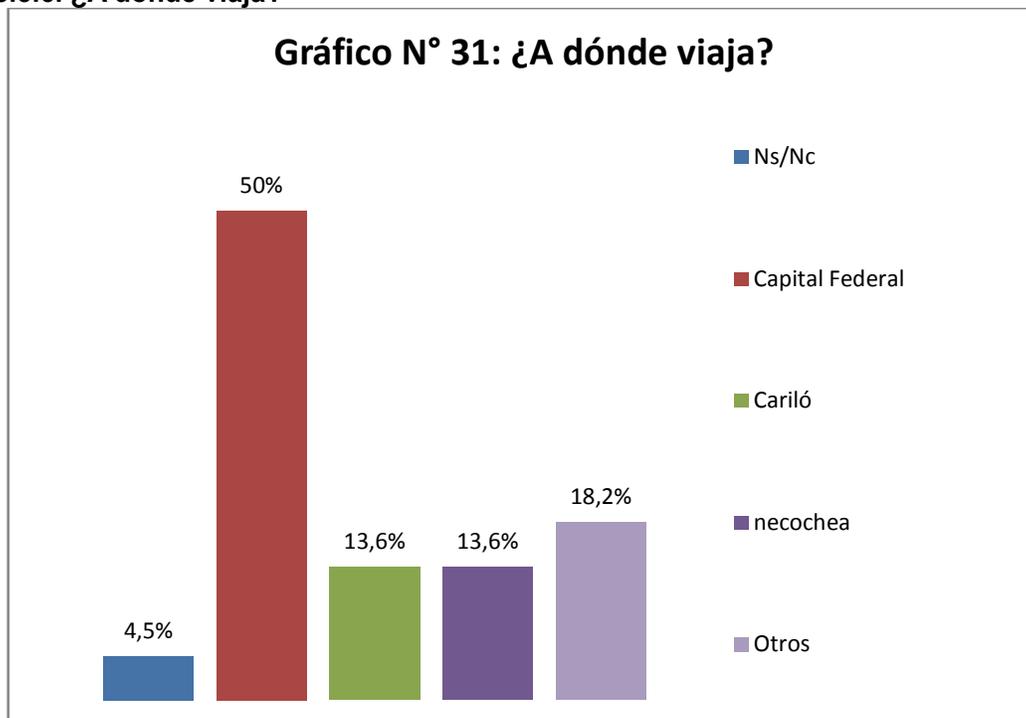
3.3.5. Viaja los fines de semana o fines de semana largo



Fuente: Elaboración propia.

En el caso de los residentes encuestados de la ciudad de Mar del Plata que no han visitado el Partido de Mar Chiquita; se ha podido observar que el 63.9% (39 casos) no viaja los fines de semana ni fines de semana largos, mientras que el 36.1% restante (22 casos), sí viaja.

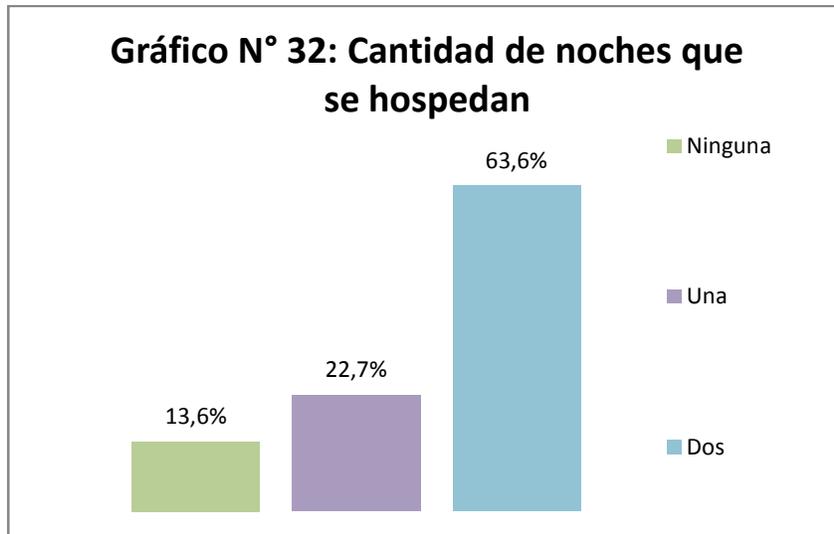
3.3.6. ¿A dónde viaja?



Fuente: Elaboración propia.

A su vez, de las personas que viajan (22 casos) se ha observado que el 50% lo hacen a Capital Federal, mientras que 13.6% van a Necochea, otro 13.6% a Cariló, y el 18.2% viajan a otros destinos.

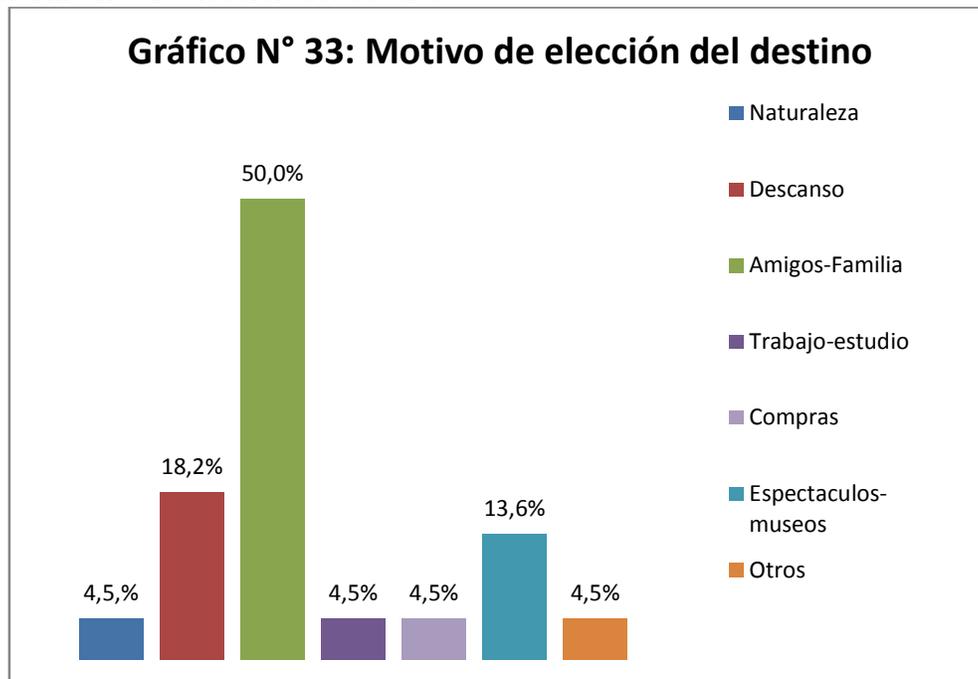
3.3.7. Pernoctación



Fuente: Elaboración propia.

De los residentes encuestados que viajan (22 casos) se observa que el 63,60% se hospeda por dos noches durante la visita al destino. El 22,70% solo pernocta por una noche, mientras que el 13,60% solo decide pasar el día.

3.3.8. Motivo de elección del destino



Fuente: Elaboración propia.

En este punto, se indaga sobre el motivo de elección de visita al destino elegido, donde el 50% de los encuestados van por motivos familiares y de amistad. El

segundo motivo más elegido fue el descanso con un 18,20%, seguido por los espectáculos y museos, con un 13,60%.

4. CONCLUSIONES

De los datos analizados con anterioridad podemos concluir lo siguiente:

El 85% de los encuestados forman parte de la demanda actual del Partido de Mar Chiquita, es decir suelen visitar algunas de sus localidades; mientras que el 15% restante pertenece a la demanda potencial, no habiendo visitado nunca las localidades del Partido.

En relación a la **demanda actual**, se observa lo siguiente:

- Ésta corresponde, principalmente a personas que viajan acompañados de sus familias, parejas y personas que viajan solas.
- En cuanto a las prácticas recreativas se puede observar que las actividades más relevantes son: estar en familia, reunirse con amigos e ir a la playa.
- Entre las localidades del Partido más visitadas por esta demanda, se encuentran Santa Clara, Mar Chiquita y Mar de Cobo.
- Por otro lado, es importante destacar que esta demanda sólo visita el Partido entre 1 a 5 veces al año y sólo el 24,8% pernocta en el destino.
- En referencia a los principales motivos de la visita, el 23,9% viaja para encontrarse con amigos y el 22,4% por el descanso.
- En relación a los niveles de satisfacción, se le consultó a los encuestados acerca de diversos servicios, obteniéndose los siguientes resultados:
 - El 12,1% calificó como “Bueno” el Alojamiento, mientras que el 77% de los encuestados no pudo responder esta pregunta ya que no utiliza este servicio. En cuanto a la gastronomía, el 43,4% de los encuestados calificó como “Bueno”, el 23,6% como “Muy Bueno”, habiendo un 22,7% de los encuestados que no utilizan el servicio.
 - Respecto a los balnearios, más del 60% calificó entre “Muy Bueno” y “Bueno”; en relación al entretenimiento el 34,5% calificó como “Bueno” y el 32,5% no conoce el servicio.
 - En cuanto a los comercios, los residentes encuestados los han calificado de la siguiente manera: “Bueno” (43,4%) y “Regular” (20,9%), mientras que el 23% no ha podido valorar el servicio.
 - Por último, en relación al espacio público, más del 70% calificó entre “Bueno” y “Muy bueno”.

Respecto a la **demanda potencial**, se advierte lo siguiente:

- Se trata de una demanda que vive, predominantemente, con su familia y que en relación a las actividades recreativas, prefiere: estar en familia, reunirse con amigos y descansar.
- El principal motivo por el cual los encuestados no han visitado el Partido es por “Falta de Interés”, siendo la respuesta del 29,5% de los encuestados.

- El 36,1% de esta demanda suele viajar los fines de semana y fines de semana largos, principalmente por motivos de “Visita a amigos” (50%); “Descanso” (18,2%), y “Asistir a espectáculos y museos” (13,6%).

A través de la presente investigación se ha podido establecer un perfil tanto de la demanda actual como potencial del Partido procedente de la ciudad de Mar del Plata, pudiéndose describir sus principales características. Igualmente sería conveniente que los estudios se continúen realizando y ampliando a fin de profundizar en otros aspectos que podrían ser relevantes a la hora que un turista elija visitar el Partido de Mar Chiquita, por ejemplo, la eficacia de las estrategias de comunicación y promoción, entre otras.

BIBLIOGRAFÍA

- Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos humanos*. Colombia: Mc Graw Hill Interamericana.
- Cañueto, J., Borthiry, N, Corbo, Y, y Muñoz, M.J. (2014). *Encuesta a Turistas y Excursionistas en Santa Clara del Mar*. Cátedra Política y planificación y Grupo Turismo y territorio. Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata. Material inédito.
- Mantero, J. C., Bertoni, M., y Barbini, B. (1999). Encuesta a Turistas, encuesta a Residentes en Centros Turísticos del Litoral Atlántico. *Aportes y Transferencias*, 3 (1),13-123.
- Mathieson, A y G.Wall (1990). *Turismo: Repercusiones económicas, físicas y sociales*. México: Trillas.
- Municipalidad de Mar Chiquita (2017), Partido de Mar Chiquita, Provincia de Buenos Aires, recuperado de <http://www.marchiquita.gov.ar/>