

Estudio de Demanda Actual y Potencial del Partido de Mar Chiquita - 2018



Mar Chiquita
PCIA. de BUENOS AIRES

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:

Alfaro, Yeni Idania	Hidalgo, Gonzalo David
Alfonzo Blanco, Melissa Lucia	Hughes, Guillermo Alejandro
Arias, Sofía Ayelén	Ibarruela, Mariana
Artiguet Anselmo, Malena	Jones, Valentín
Baños, Melanie	Laurito, Gianluca
Barreiro, Guadalupe Itatí	Lopez Pisaneschi, Tiziana Ailén
Cabrera, Agustina Amelia	Mamani González, Camila Naiquén
Calvo, Florencia	Mercado, Rocío
Campos, Sebastián Matías A.	Moraña, Yamila Micaela
Canales, Micaela Ángeles	Moreno Di Sábado, Florencia
Cañueto, María Jazmín	Mostafa, Aixa Belén
Castro Lambrecht, Jazmín	Ordas De Lorenzo, Julieta A.
Ciccaroni, María Victoria	Orefice, Santiago
Conte, María Eugenia	Panasci, Gastón Iván
Correa Saaby, Sasha	Peralta, Chiara Agostina
Di Fonzo Buffoni, Luisina	Pereira, Camila Belén
Díaz, Iara	Pérez Bellotto, Ana Laura
Díez Queral, Guadalupe	Rodríguez, Andrea Soledad
Emilio, Yasmín	Ruffinengo, Lautaro Miguel
Ernst, Aldana Camila	Solimo, Lucia Belén
Esquivel, Julieta	Spinoso, Micaela
Fambrini, Bianca	Tabbia, María Agustina
Farias Gaiero, Dante	Urtizberea, Johana Elizabeth
Giurca, Franco Stefano	Vannieuvenhoven Arias, Denise
Guaschino, Romina Andrea	Vera, Virginia Vanesa
Hernando Glinka, María Eugenia	

Mar del Plata, 4 de diciembre 2018

Índice

Introducción.....	3
1. Antecedentes.....	4
2. Marco metodológico.....	4
3. Resultados.....	7
4. Conclusiones.....	28
Bibliografía.....	29

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 Vivotará, 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 inmediato de la presente investigación se encuentra el estudio de demanda actual y potencial realizado en el año 2017 por los estudiantes de la asignatura Investigación Aplicada al Turismo. Asimismo se hallan 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 (Cañueto, Borthiry, Corbo y Muñoz, 2014) y el Grupo Turismo y Territorio del Centro de Investigaciones Económicas y Sociales. 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” dirigido por las Dra. Graciela Benseny. Este proyecto tenía como objetivo formular un diagnóstico de la situación actual y una propuesta de Desarrollo Turístico 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: Residentes 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 2018.

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

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.

Trabajo de campo: Las encuestas se realizaron entre los días 14 y 16 de septiembre de 2018, dentro de una franja horaria que cubría desde las 9:00 hs hasta las 20:00 hs.

Tabla Nº 1: Operacionalización de las variables

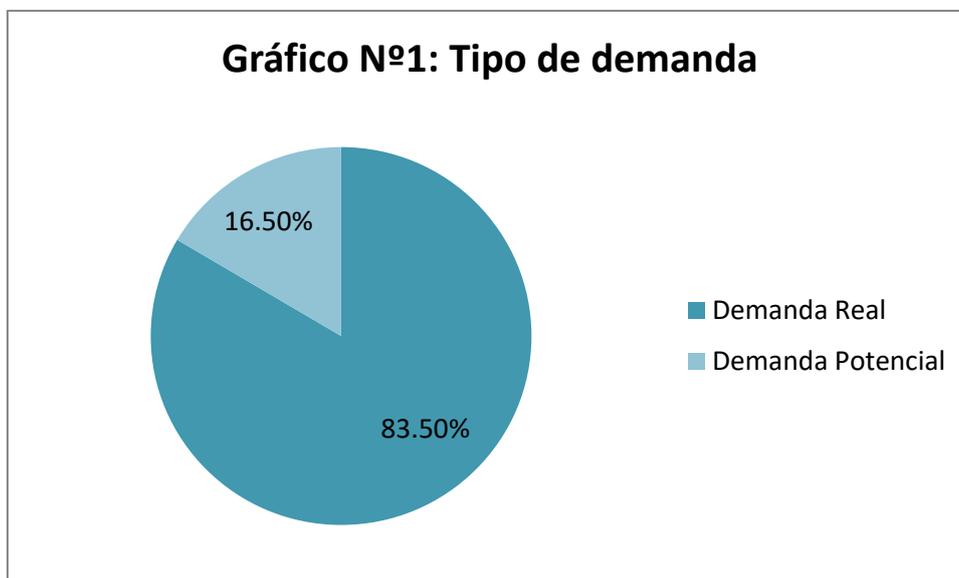
Dimensión	Variables	Categorías
Perfil socio-demográfico	Sexo	Masculino, Femenino.
	Edad	18 a 24, 25 a 34, 35 a 49, 50 a 65, 66 años o más.
	Con quien vive	Solo, pareja, familia, otros.
	Nivel de estudios del encuestado	Sin estudios, primario incompleto, primario completo, secundario incompleto, secundario 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.
	Deportes practicados	Fútbol, rugby, básquetbol, tenis, patín, ciclismo, atletismo, natación, pesca, náutica, golf, artes marciales, otros.
	Concurrencia a espectáculos	Deportivo, teatral, cinematográfico, musical, de danza, circense, exposiciones artísticas, desfile de modas, otros, no concurre a espectáculos.
	Frecuencia playa	Todos los días, algunos días a la semana, los fines de semana, no va a la playa.
	Playa	Playas del norte de la ciudad, playas del centro de la ciudad, Playa Grande, Punta Mogotes, Playas del sur, Mar Chiquita, Miramar, otras.
	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
Deportes practicados		Fútbol, rugby, básquetbol, tenis, patín, ciclismo, atletismo, natación, pesca, náutica, golf, artes marciales, otros.
Concurrencia a espectáculos		Deportivo, teatral, cinematográfico, musical, de danza, circense, exposiciones artísticas, desfile de modas, otros, no concurre a espectáculos.
Frecuencia playa		Todos los días, algunos días a la semana, los fines de semana, no va a la playa.
Playa		Playas del norte de la ciudad, playas del centro, Playa Grande, Punta Mogotes, Playas del sur, Mar Chiquita, Miramar, otras.
Motivo por el que no lo visita		Falta de interés, falta de dinero, falta de tiempo, no lo conoce, otros.
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 83,50% (334 casos) corresponde a la Demanda turística actual, mientras que el 16,50% (66 casos) encuestados corresponde a la Demanda turística potencial.

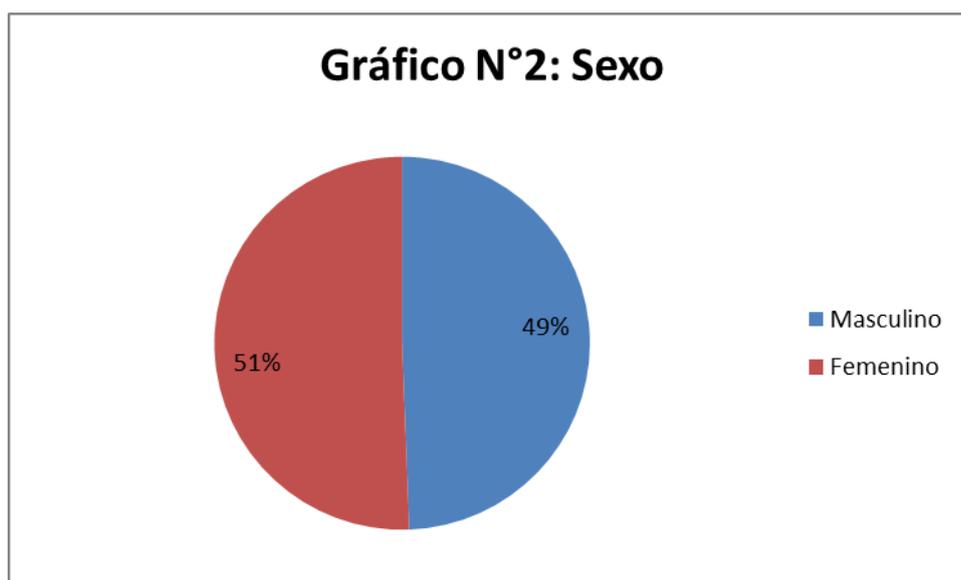


Fuente: Elaboración propia.

3.2. DEMANDA ACTUAL

3.2.1. Perfil socio demográfico

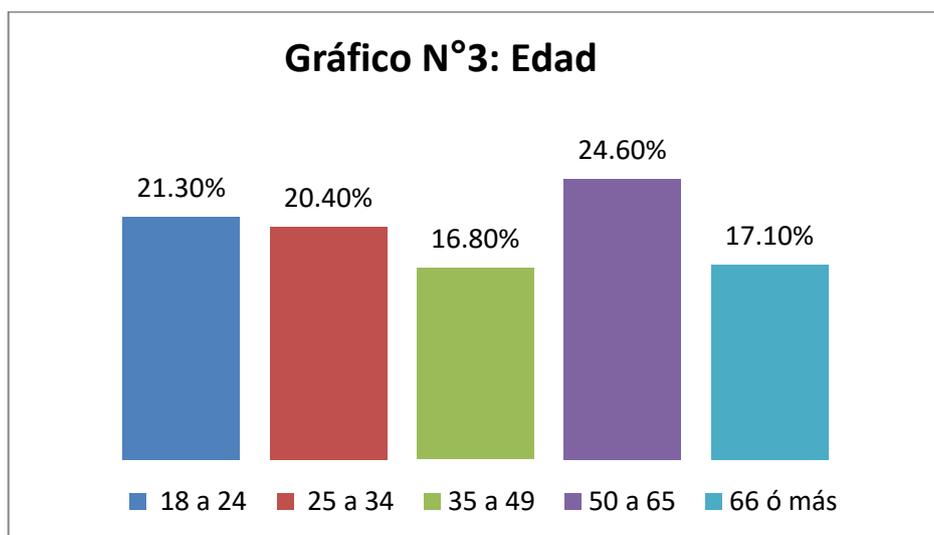
3.2.1.1. Sexo



Fuente: Elaboración propia.

Del total de los residentes encuestados correspondientes a la demanda actual (334 casos) el 49,4% (165 casos) es de sexo masculino y el 50,6% (169 casos) es de sexo femenino.

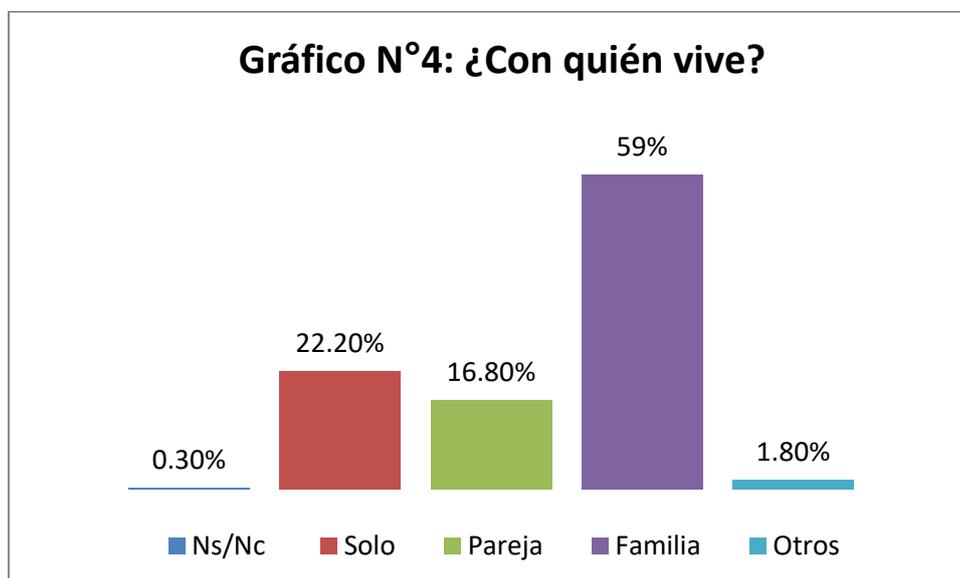
3.2.1.2. Edad



Fuente: Elaboración propia.

Del total de los residentes encuestados en su gran mayoría han sido de un rango de edad entre 50 a 65 años (24,60%), le siguen los residentes entre 18 y 24 años (21,30%) y luego con edades entre 25 a 34 años (20,40%). En los últimos lugares se encuentran con un 17,10% los residentes de 66 años o más. Y finalmente con un 16,80% residentes de 35 a 49 años.

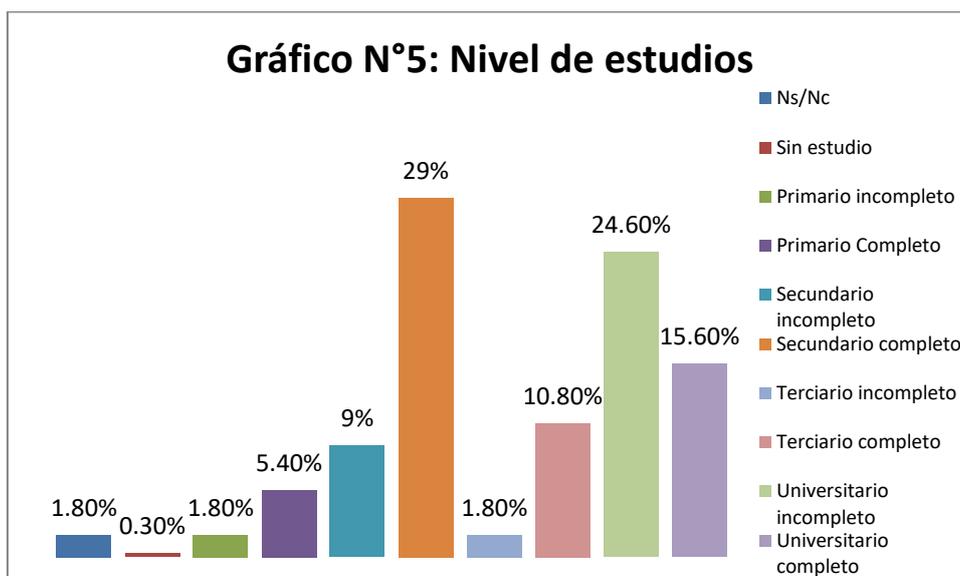
3.2.1.3. ¿Con quién vive?



Fuente: Elaboración propia.

De los residentes marplatenses encuestados que efectivamente concurren al Partido de Mar Chiquita, se observa que la mayoría (59%) vive en familia, el 22,20% viven solos y el 16,80% vive en pareja.

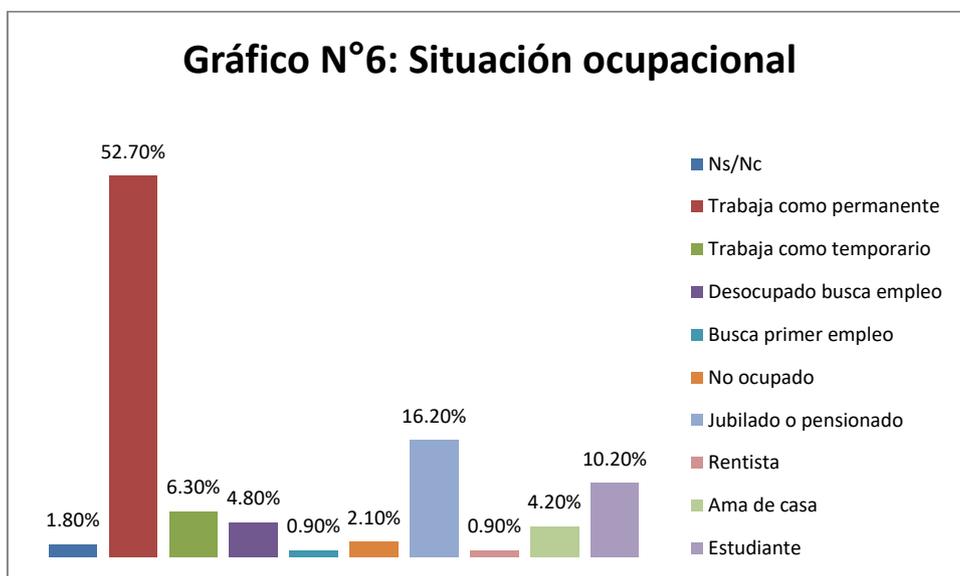
3.2.1.4. Nivel de estudios del encuestado



Fuente: Elaboración propia.

De los encuestados que efectivamente concurren al Partido de Mar Chiquita, se observa que el 29% tiene el secundario completo, el 24,60% posee estudios universitarios incompletos, el 15,60% tiene estudios universitarios completos y el 10,80% posee estudios terciarios completos.

3.2.1.5. Situación ocupacional del encuestado

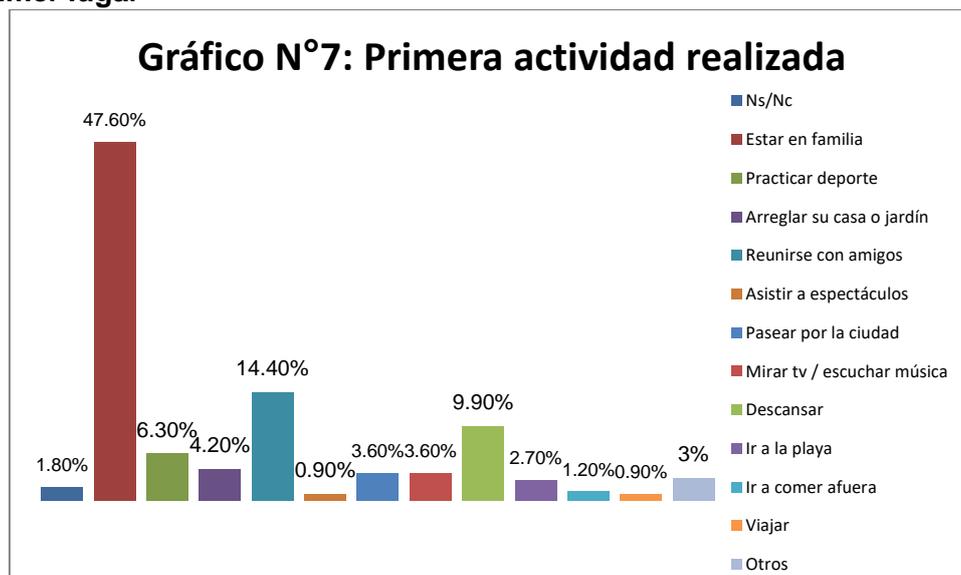


Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, se observa que de los encuestados que efectivamente concurren al Partido de Mar Chiquita el 52,70% trabaja como permanente, el 16,20% es jubilado o pensionado y el 10,20% son estudiantes.

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

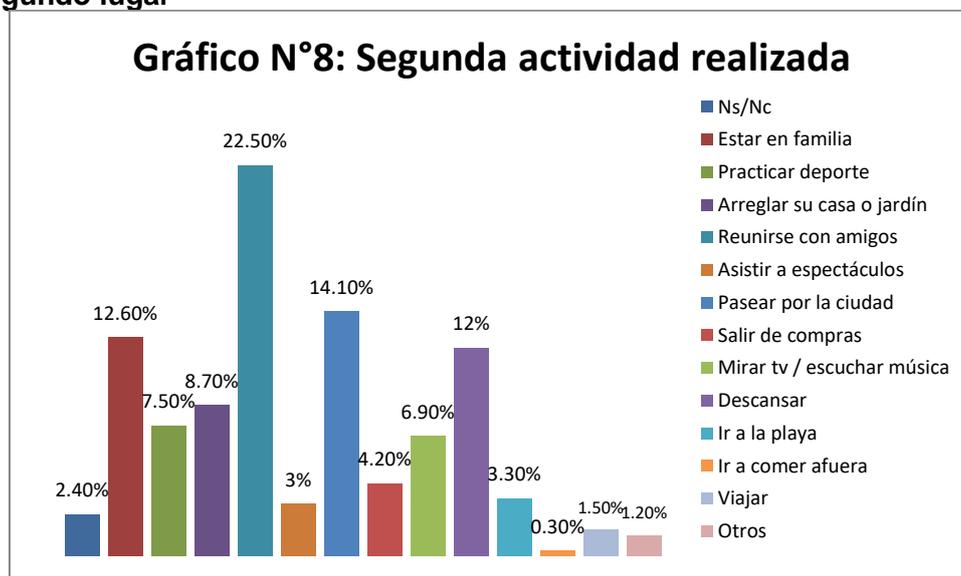
En primer lugar



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” (47,60%). Seguido a esto otra de las actividades más elegidas son las de “reunirse con amigos” (14,40%) y “descansar” (9,90%)

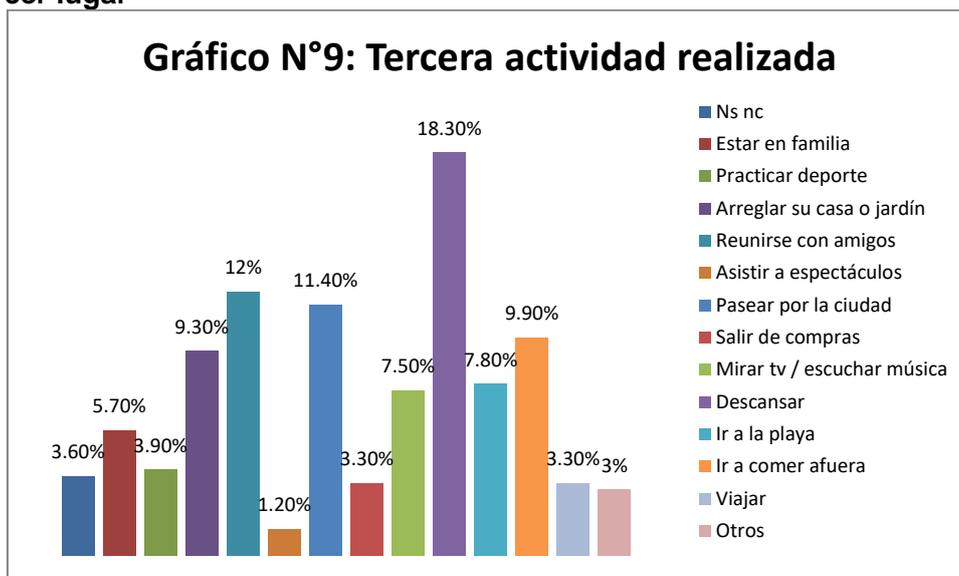
En segundo lugar



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 “reunirse con amigos” representa el mayor valor con el (22,50%). Seguido a esto, existen porcentajes bastante equiparados entre “pasear por la ciudad” (14,10%), “estar en familia” (12,60%) y “descansar” (12%).

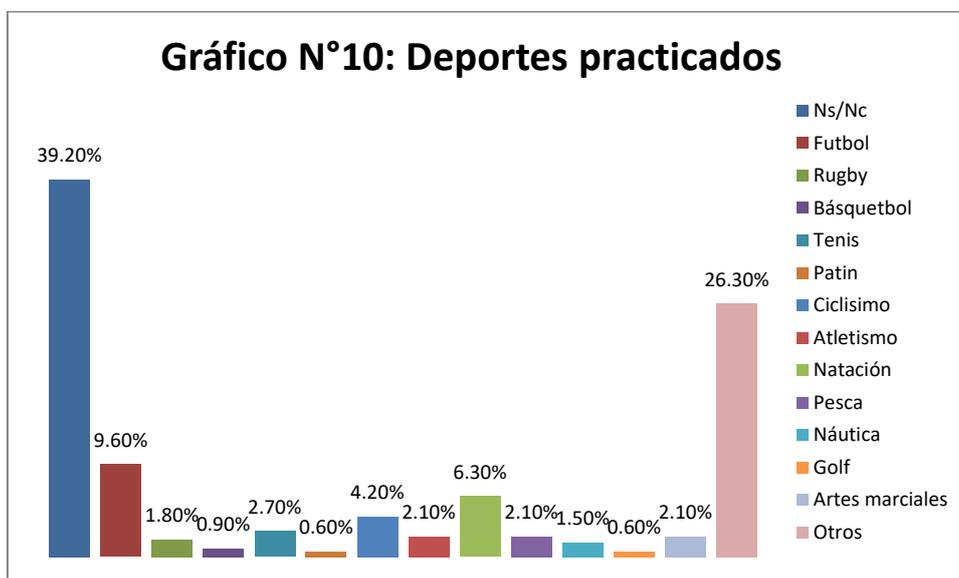
En tercer lugar



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 18,30%. Seguido de este, con un (12%) la opción destacada es la de “reunirse con amigos” y, con un porcentaje muy similar (11,4%) se ubica la actividad “pasear por la ciudad”.

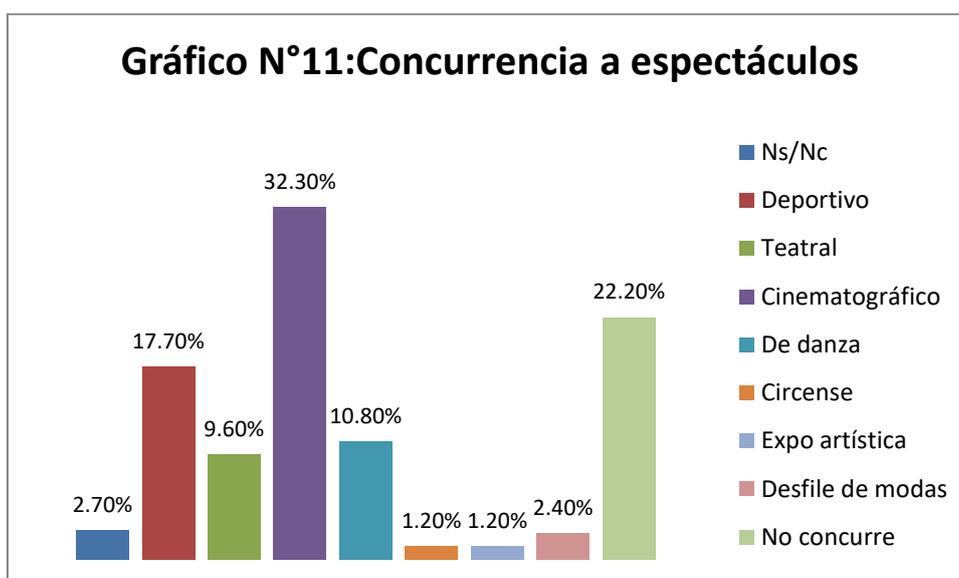
3.2.3. Deportes practicados



Fuente: Elaboración propia

Se consulta también si los residentes encuestados realizan algún deporte. En este sentido, se observa que aproximadamente la tercera parte de los encuestados practica deportes, entre los que se destacan: fútbol con 9,6%, natación con 6,3% y ciclismo con 4,20%. En tanto aproximadamente la cuarta parte de los encuestados practican actividades físicas de diverso tipo (correr, caminar, gimnasio, zumba, etc.). Y un poco más de la tercera parte de los encuestados no practica deportes al no responder a la pregunta.

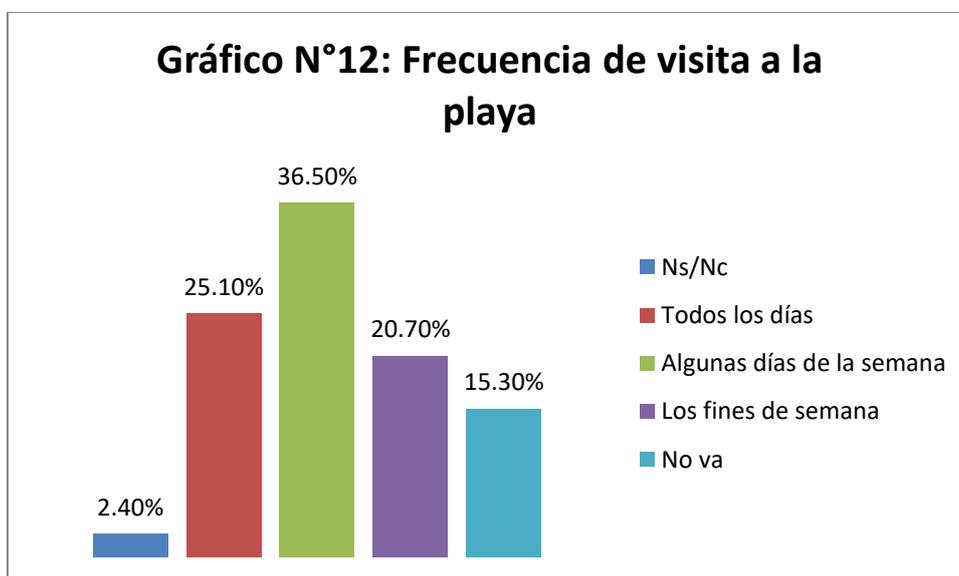
3.2.4. Concurrencia a espectáculos



Fuente: Elaboración propia

Respecto de la concurrencia a espectáculos que los residentes realizan, se observa que el mayor porcentaje corresponde a “cinematográfico” (32,30%) y luego le sigue los espectáculos deportivos con el 17,7%. En tanto el 22,20% de los residentes encuestados no concurre a espectáculos.

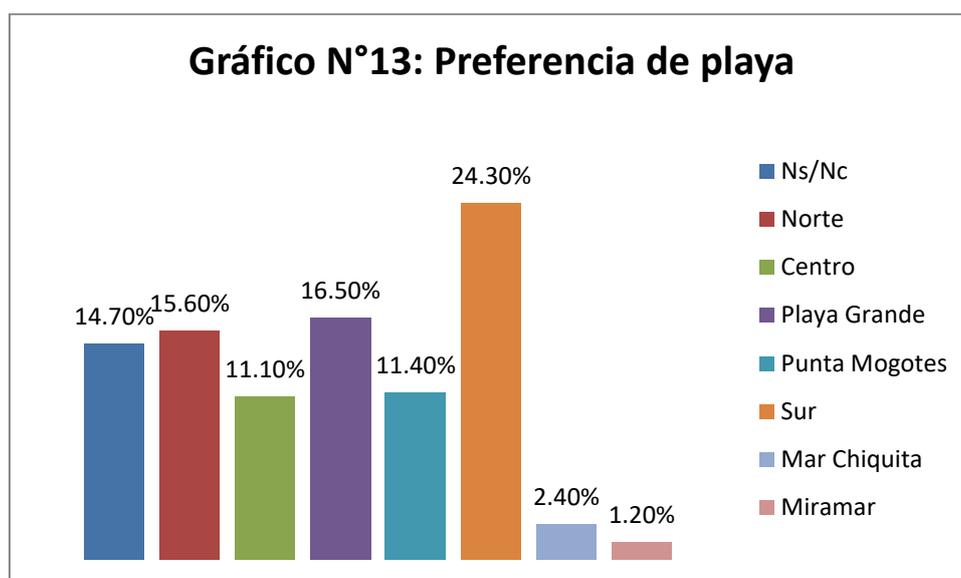
3.2.5. Frecuencia de visita a la playa



Fuente: Elaboración propia

Analizando la frecuencia a la playa de los residentes encuestados, se observa que el 36,50% de los residentes encuestados concurre a la playa “algunos días de la semana”, el 25,10 % concurre “todos los días” y el 20,70% concurre solo “los fines de semana”.

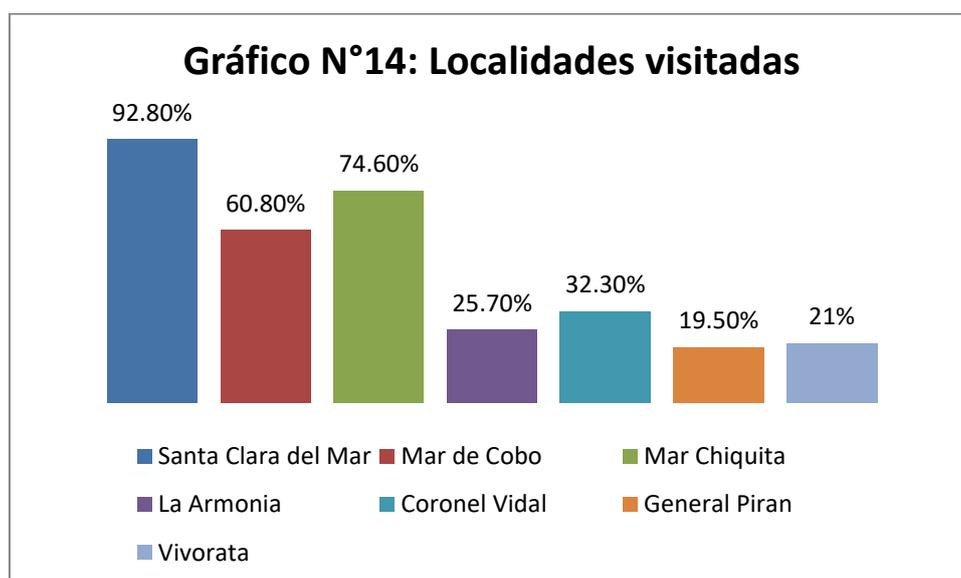
3.2.6. Preferencia de playa



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la preferencia de playas por parte de los residentes encuestados se observa que el 24,30% prefiere las “playas del sur”, el 16,50% prefiere “Playa Grande” y el 15,60% prefiere las “playas del norte” de la ciudad de Mar del Plata.

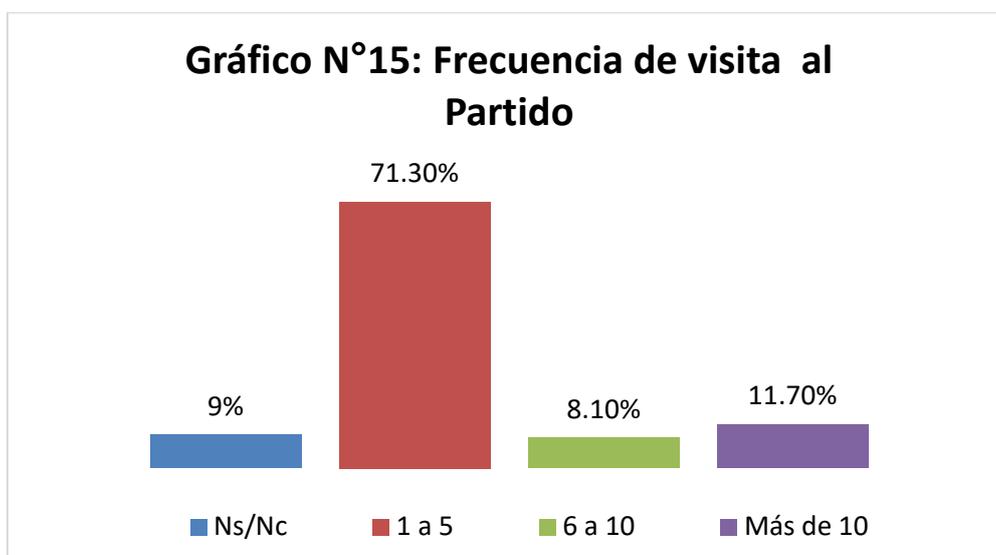
3.2.7. Localidades visitadas en el Partido de Mar Chiquita



Fuente: Elaboración propia.

De los residentes encuestados, casi la totalidad de ellos (92,80%) ha visitado la localidad de Santa Clara del Mar, siendo así este el lugar más frecuentado. En segunda instancia, se encuentra la ciudad de Mar Chiquita, visitada por el 74,60%. Luego le sigue Mar de Cobo, visitada por el 60,80%. Y finalmente, en orden decreciente, las localidades de Coronel Vidal, La Armonía, Vivorata y General Piran, son las menos frecuentadas, no llegando ninguna de ellas a superar el 33% de los encuestados.

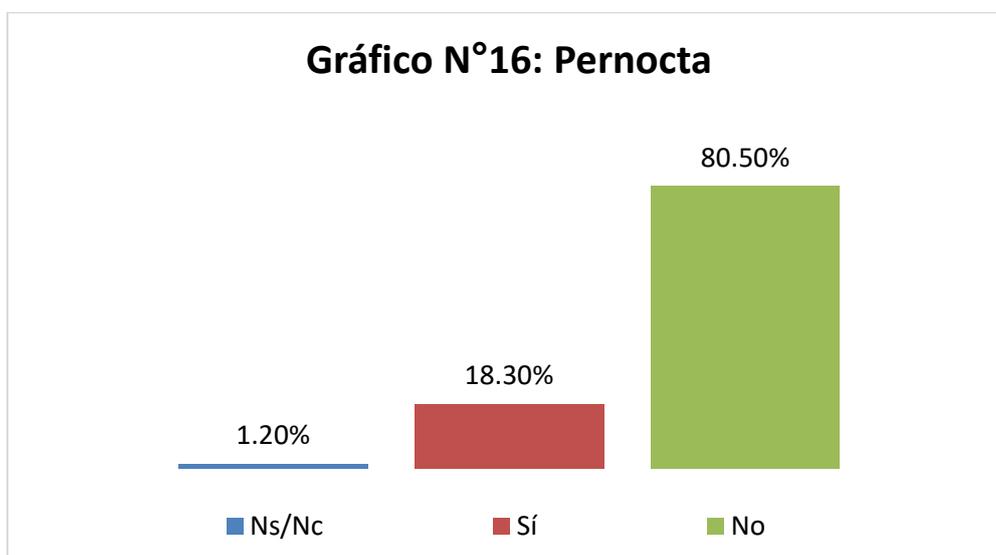
3.2.8. Frecuencia de visita al año al Partido de Mar Chiquita



Fuente: Elaboración propia.

Respecto de la frecuencia de visita, se observa que el 71,30% visita el Partido de Mar Chiquita de 1 a 5 veces al año, el 11,70% lo hace más de 10 veces al año y el 8,10% lo visita entre 6 y 10 veces al año.

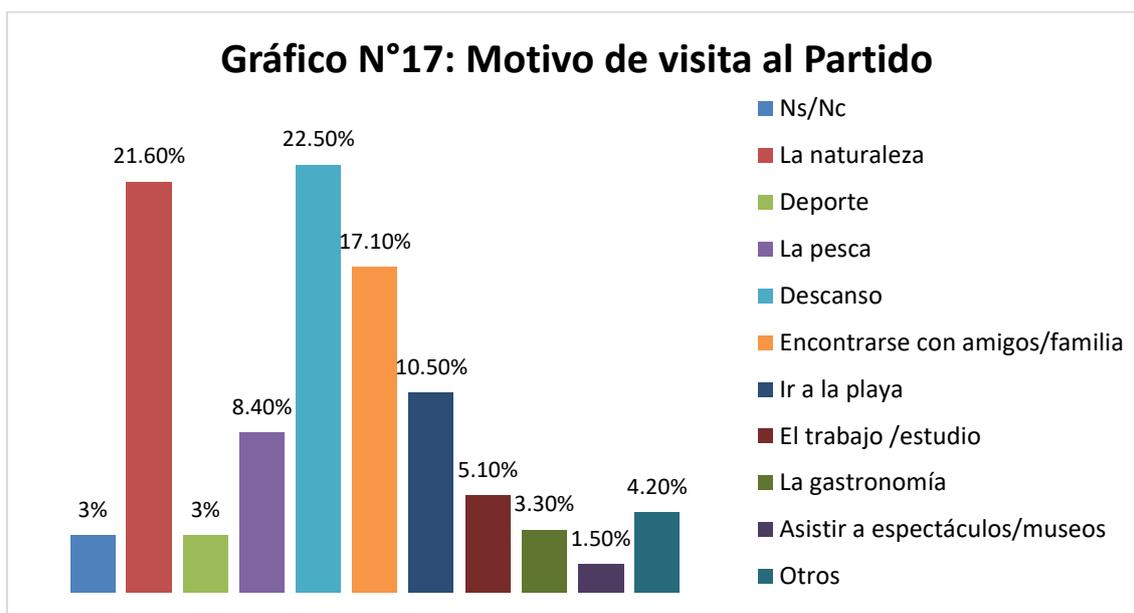
3.2.9. Pernoctación en el Partido de Mar Chiquita



Fuente: Elaboración propia.

Al preguntar acerca del pernocte en el Partido, solo el 18,30% de los encuestados afirmó que pasa alguna noche en alguna de las localidades. Esto demuestra que la mayoría de los encuestados (80,50%) son excursionistas, es decir que solo visitan el Partido por el día.

3.2.10. Motivo de visita al Partido de Mar Chiquita

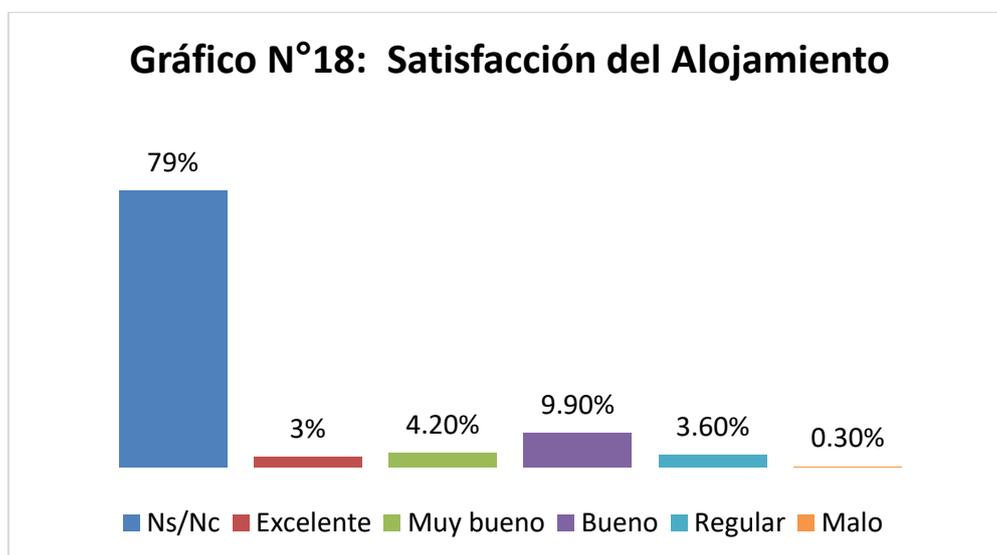


Fuente: Elaboración propia.

De los residentes encuestados, se observa que los principales motivos de visita son el “descanso” (22,5%) y “la naturaleza” (21,6%). Luego le sigue “encontrarse con amigos y familia” (17,1%) e “ir a la playa” (10,5%).

3.2.11. Nivel de satisfacción respecto de los servicios turísticos

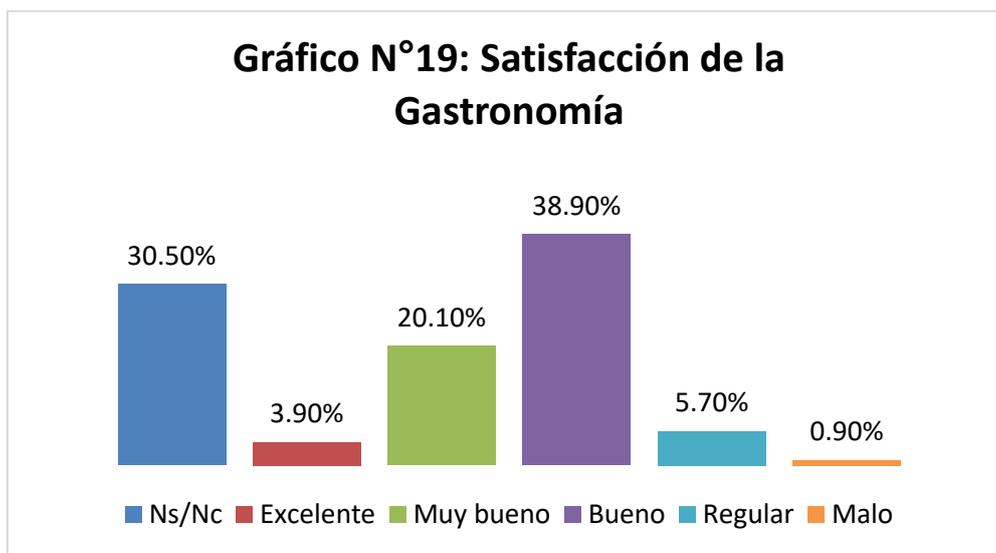
3.2.11.1. Nivel de Satisfacción del Alojamiento



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. El 79% no respondió la pregunta porque no usa los servicios. El 9,90% calificó al alojamiento como bueno, el 4,20% como muy bueno y el 3,6% como regular.

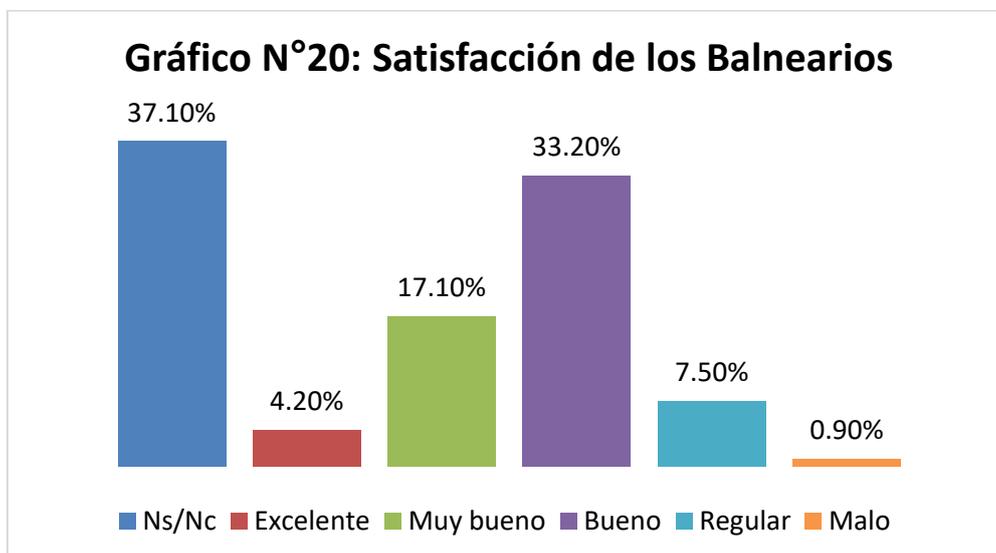
3.2.11.2. Nivel de satisfacción de la Gastronomía



Fuente: Elaboración propia.

Los residentes encuestados han valorado a la gastronomía según las siguientes calificaciones: excelente, muy bueno, bueno, regular, malo. El 38,90% de los residentes encuestados que visitaron el Partido de Mar Chiquita calificaron el servicio de gastronomía como bueno y el 20,10% como muy bueno, mientras que un 30,5% no contestó la pregunta.

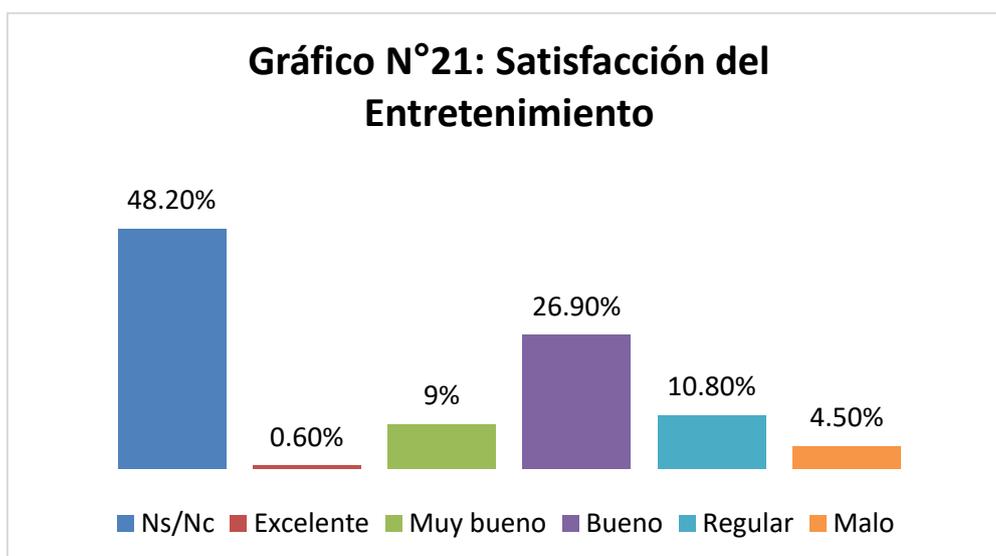
3.2.11.3. Nivel de satisfacción de los Balnearios



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a los balnearios los residentes encuestados lo han valorado según las siguientes calificaciones: excelente, muy bueno, bueno, regular, malo. El 37,10% no contestó la pregunta. Un 33,2% lo calificó como bueno, un 17,10% como muy bueno y un 7,50% como regular.

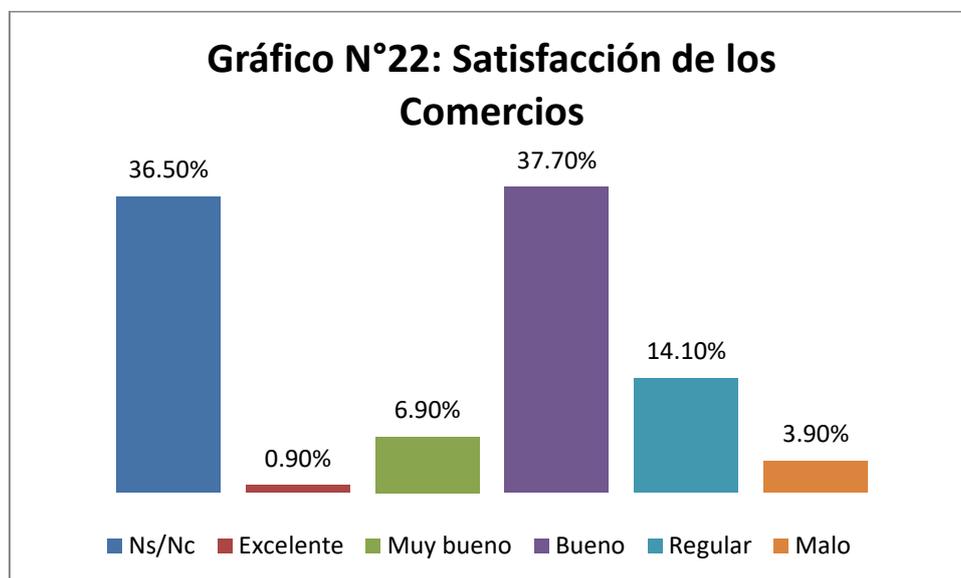
3.2.11.4. Nivel de satisfacción del Entretenimiento



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al Entretenimiento, los residentes encuestados lo han valorado según las siguientes calificaciones: excelente, muy bueno, bueno, regular y malo. Un 26,90% lo calificó como bueno, un 10,80% como regular y un 9% como muy bueno. En tanto el 48,20% de los residentes encuestados no respondieron dado que no usaron el servicio.

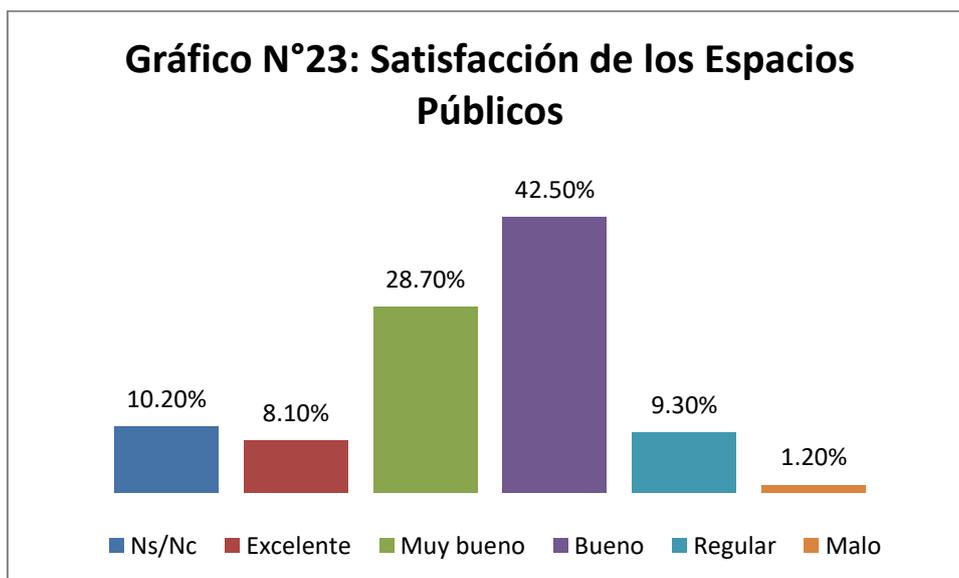
3.2.11.5. Nivel de satisfacción de los Comercios



Fuente: Elaboración propia.

Los residentes encuestados han calificado a los comercios del partido de Mar Chiquita de acuerdo a las siguientes calificaciones: excelente, muy bueno, bueno, regular y malo. La mayoría de ellos los calificó como buenos (37,7%) u optó por no responder (36,5%). Un 14,1% afirmó que son regulares y un 6,9% piensa que son muy buenos.

3.2.11.6. Nivel de satisfacción de los Espacios Públicos



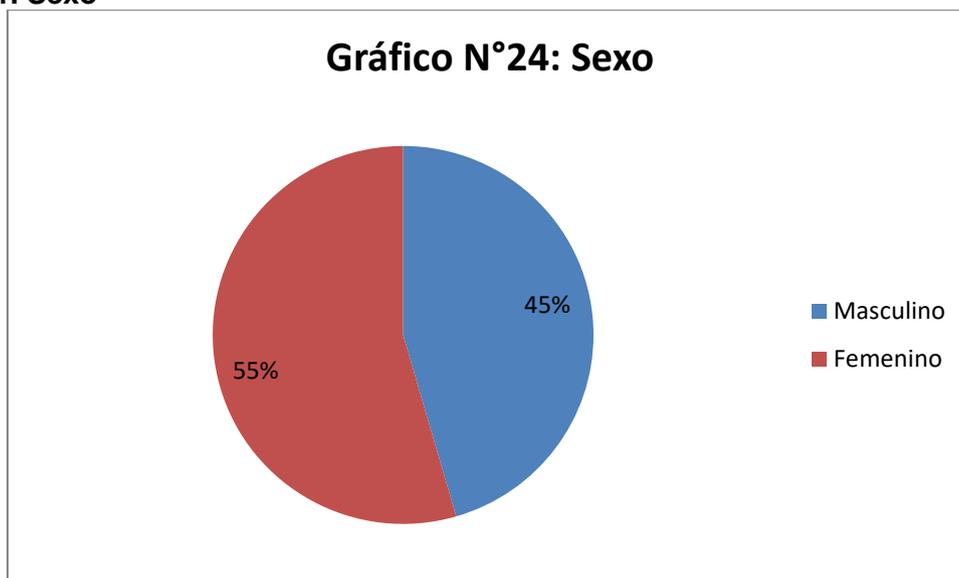
Fuente: Elaboración propia.

Los residentes encuestados han valorado a los espacios públicos según las siguientes calificaciones: excelente, muy bueno, bueno, regular y malo. El porcentaje más alto corresponde a una calificación de “bueno” (42,5%), seguido por “muy bueno” con un 28,7%. En tanto el 10,2% de las personas no pudieron responder.

3.3. DEMANDA POTENCIAL

3.3.1. Perfil socio demográfico

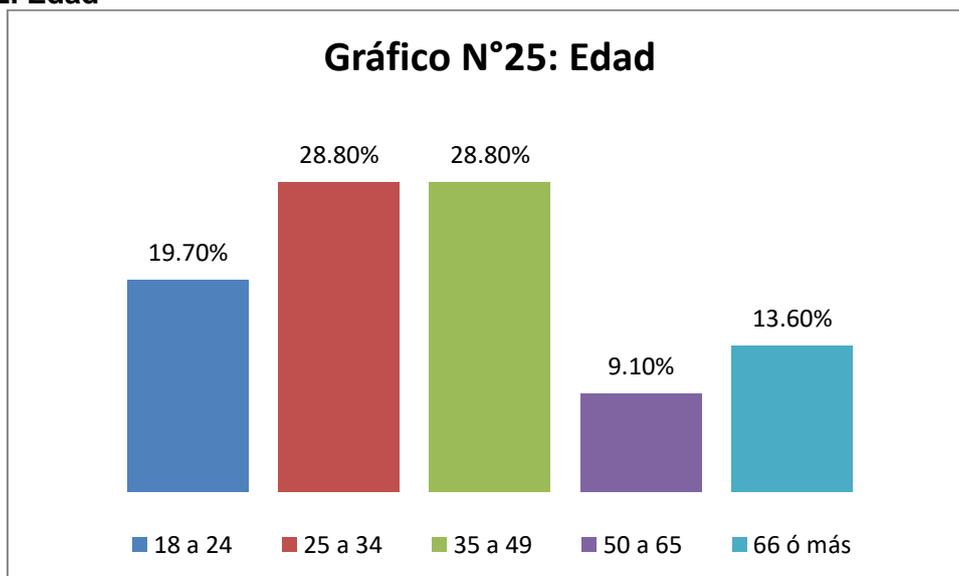
3.3.1.1. Sexo



Fuente: Elaboración propia.

De los residentes encuestados correspondiente a la demanda potencial (66 casos), el 55% es de sexo femenino, mientras que el 45% es de sexo masculino.

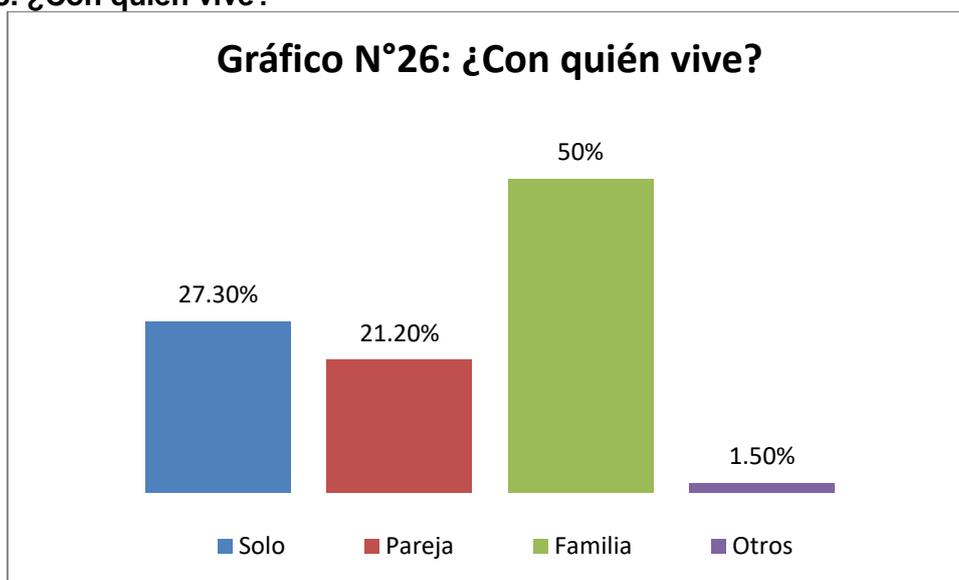
3.3.1.2. Edad



Fuente: Elaboración propia.

Un 28,8% de los encuestados tiene entre 25 y 34 años, y otro 28,8% entre 35 y 49, seguido por aquellos comprendidos entre las edades de 18 a 24 con un 19,7%.

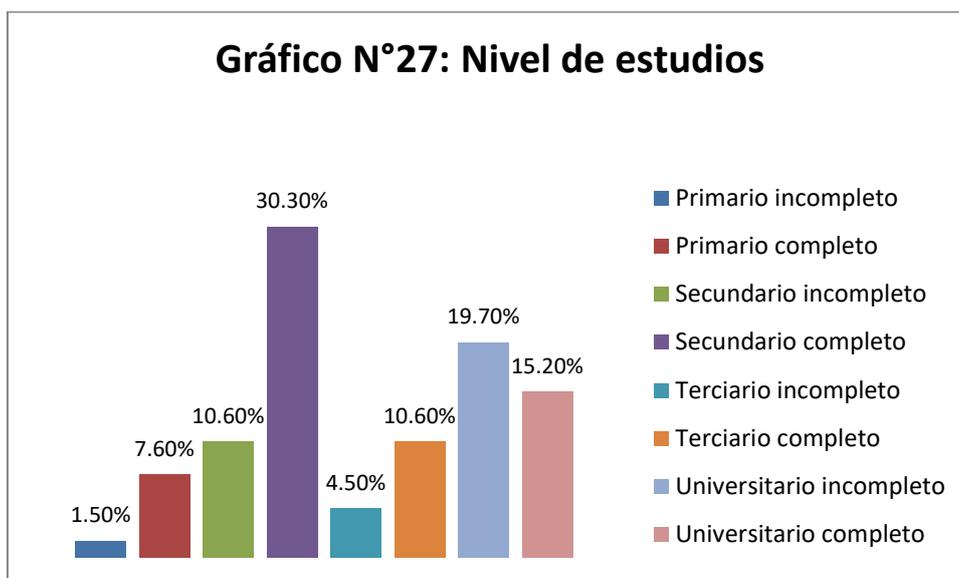
3.3.1.3. ¿Con quién vive?



Fuente: Elaboración propia.

De los residentes encuestados, el 50% vive con su familia. El 27,30% vive solo y el 21,20% vive con su pareja.

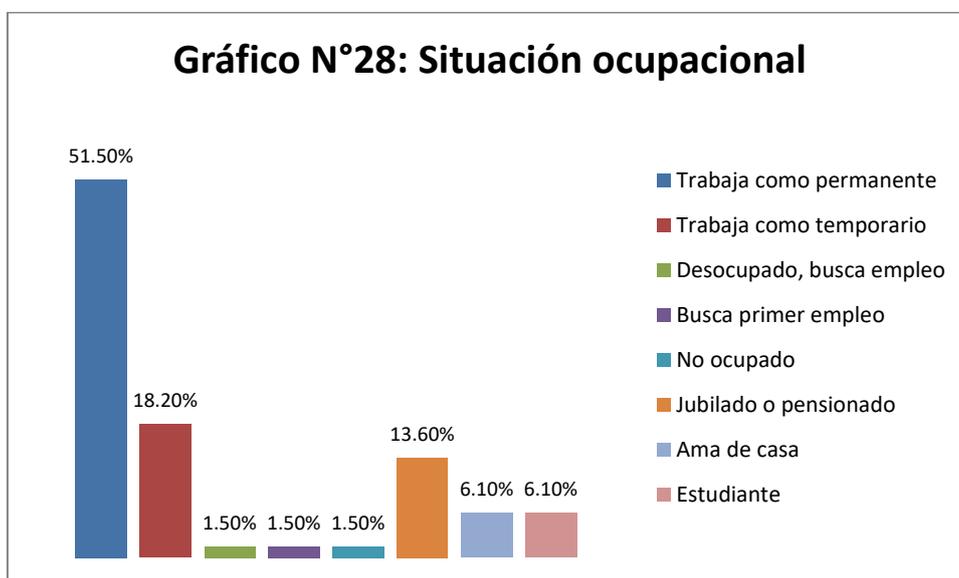
3.3.1.4. Nivel de estudios del encuestado



Fuente: Elaboración propia.

Se ha preguntado a los encuestados sobre su máximo nivel de estudios alcanzado. De esta manera se obtuvo que el 30,30% concluyó la escuela secundaria, el 19,70% no terminó sus estudios universitarios y el 15,20% finalizó sus estudios en la universidad.

3.3.1.5. Situación ocupacional del encuestado

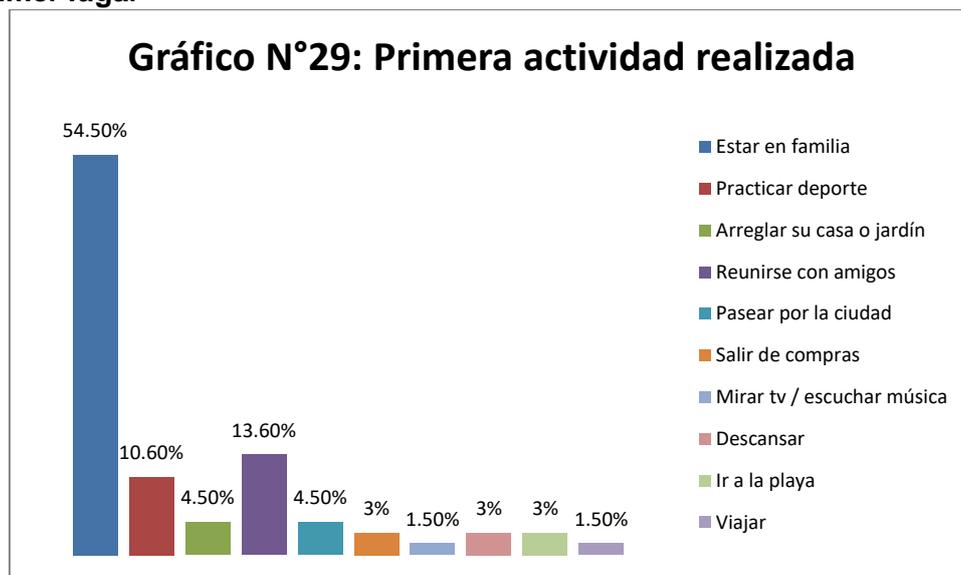


Fuente: Elaboración propia.

De los encuestados, el 51,5% tiene un trabajo permanente, el 18,2% trabaja como temporario y el 13,6% es jubilado o pensionado.

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

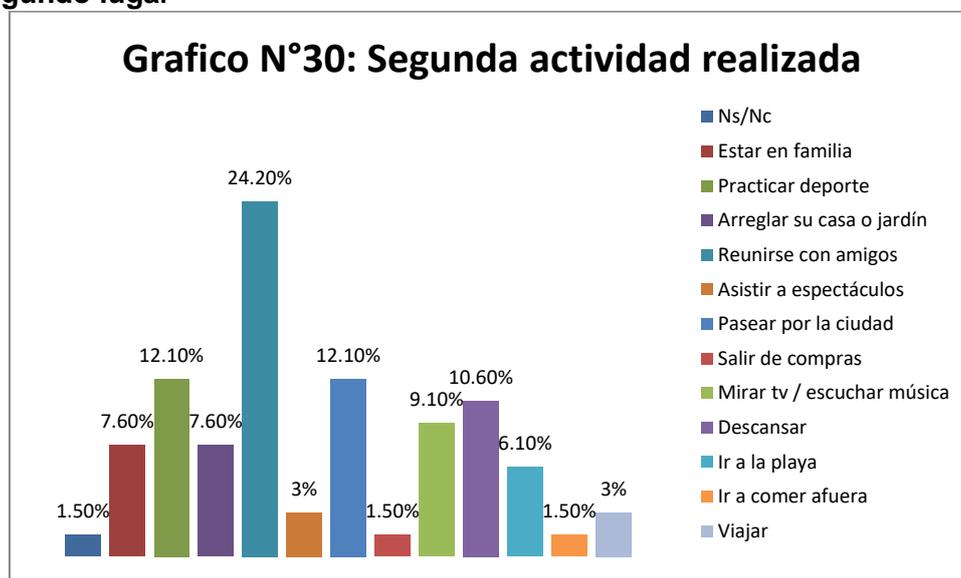
En primer lugar



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 54,50% de los residentes prefiere “estar en familia”, mientras que el 13,60% optó por “reunirse con amigos” y el 10,60% “practicar deporte”.

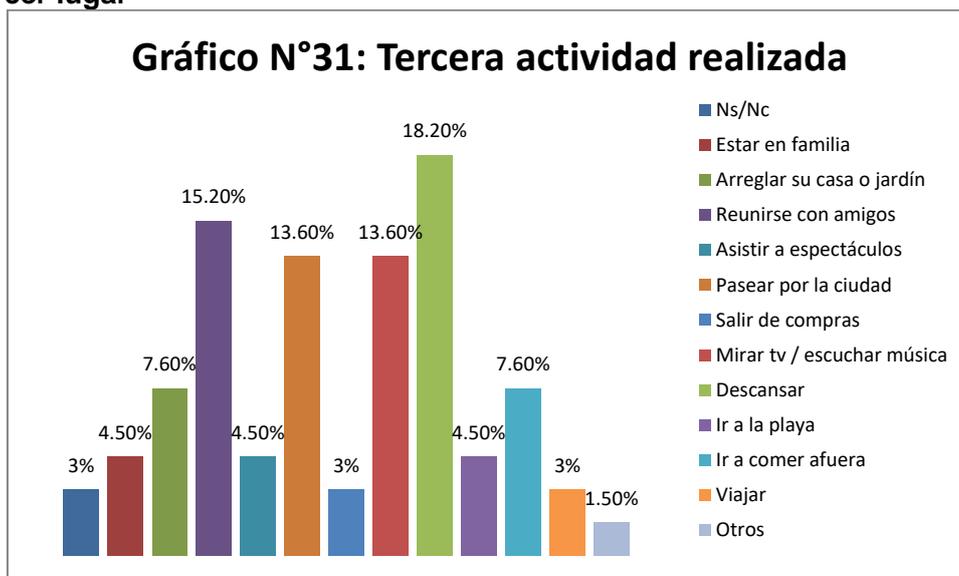
En segundo lugar



Fuente: Elaboración propia.

Respecto de las actividades mencionadas en segundo lugar, se observa que el 24,20% de los residentes encuestados manifiestan que durante el fin de semana o fines de semana largo elige “reunirse con amigos”, mientras que el 12,10% opta por “practicar deporte” y otro 12,10% prefiere “pasear por la ciudad”.

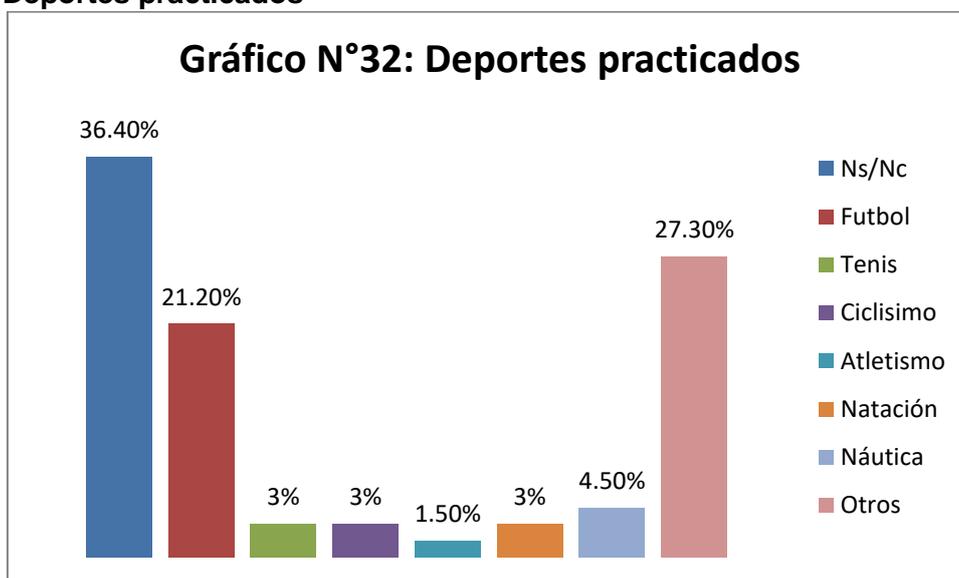
En tercer lugar



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las actividades mencionadas en tercer lugar, se observa que de los residentes encuestados el 18,20% prefiere “descansar”, mientras que el 15,20% elige “reunirse con amigos”, un 13,60% opta por “pasear por la ciudad” y otro 13,60% prefiere “mirar tv/escuchar música”.

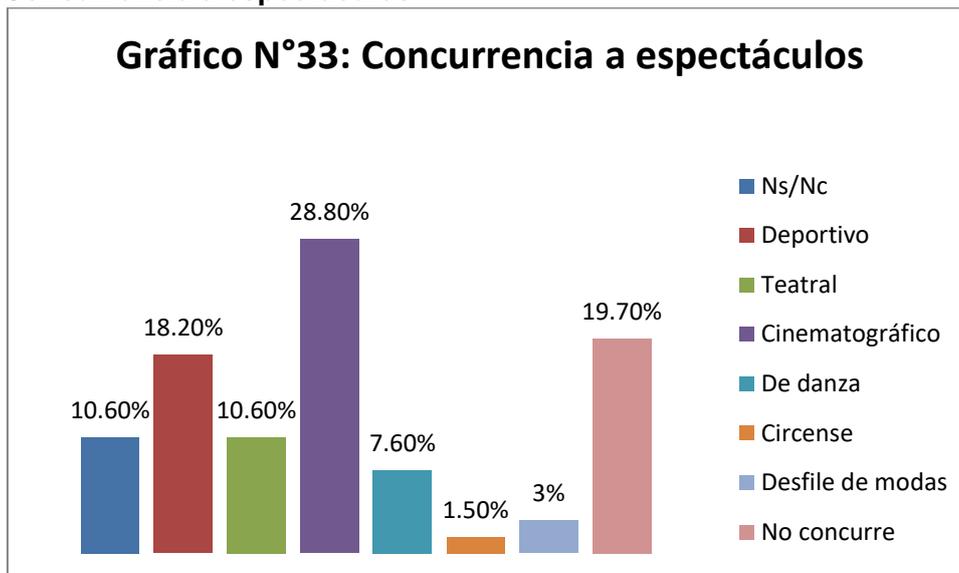
3.3.3. Deportes practicados



Fuente: Elaboración propia.

Se consulta también si los residentes encuestados realizan algún deporte. En este sentido, se observa que aproximadamente un tercio de los encuestados practica deportes, entre los que se destaca fútbol (21.2%). En tanto un poco más de la cuarta parte de los encuestados practican actividades físicas de diverso tipo (correr, caminar, gimnasio, zumba, etc.). Y aproximadamente otro tercio de los encuestados no practica deportes al no responder a la pregunta.

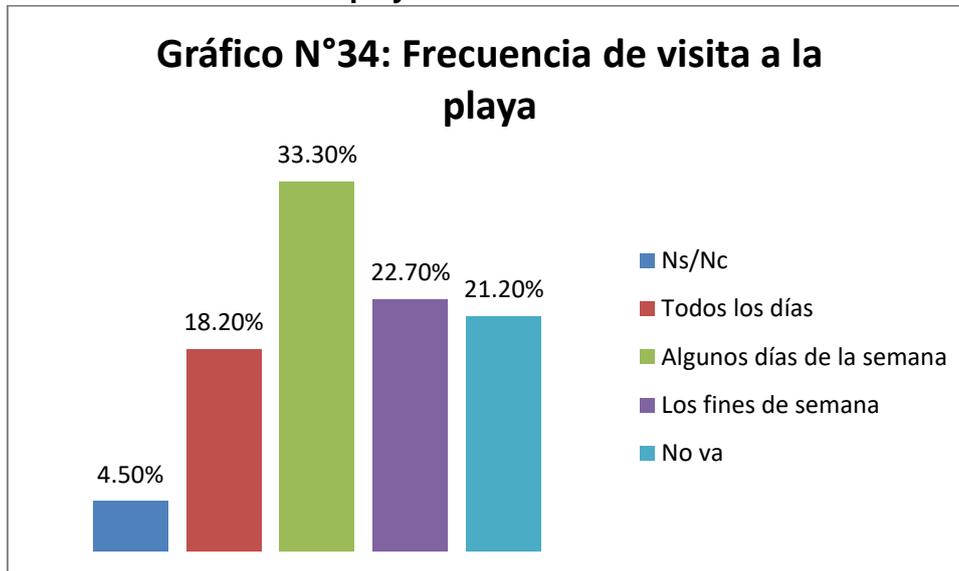
3.3.4. Concurrencia a espectáculos



Fuente: Elaboración propia.

Se consulta a los residentes encuestados sobre los espectáculos a los cuales concurren y el 28,80% optó por “cinematográfico”, el 18,20% eligió “deportivo” y el 19,70% no concurre a espectáculos.

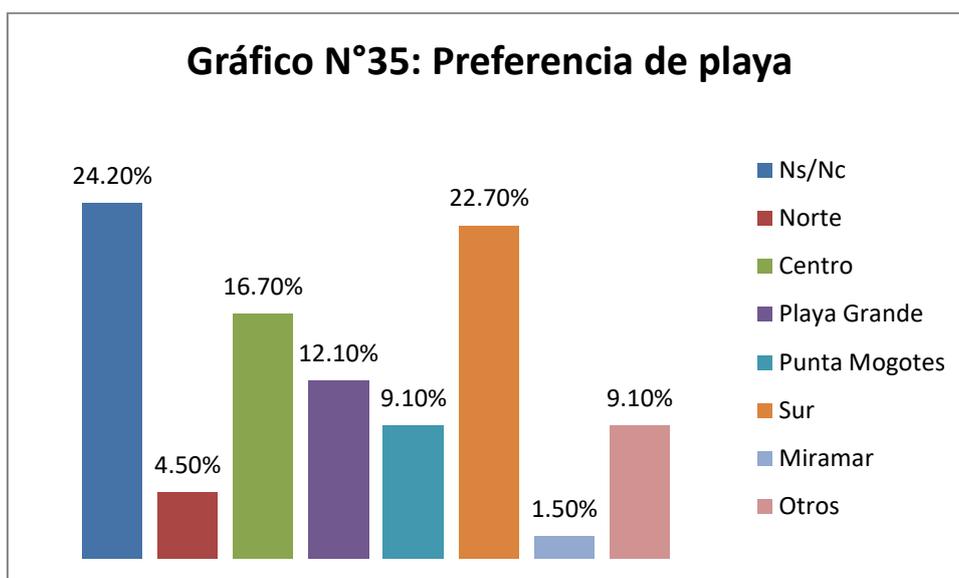
3.3.5. Frecuencia de visita a la playa



Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los encuestados (33,30%) visita la playa “algunos días a la semana”, el 22,70% la visita “los fines de semana” y el 21,20% “no va” a la playa.

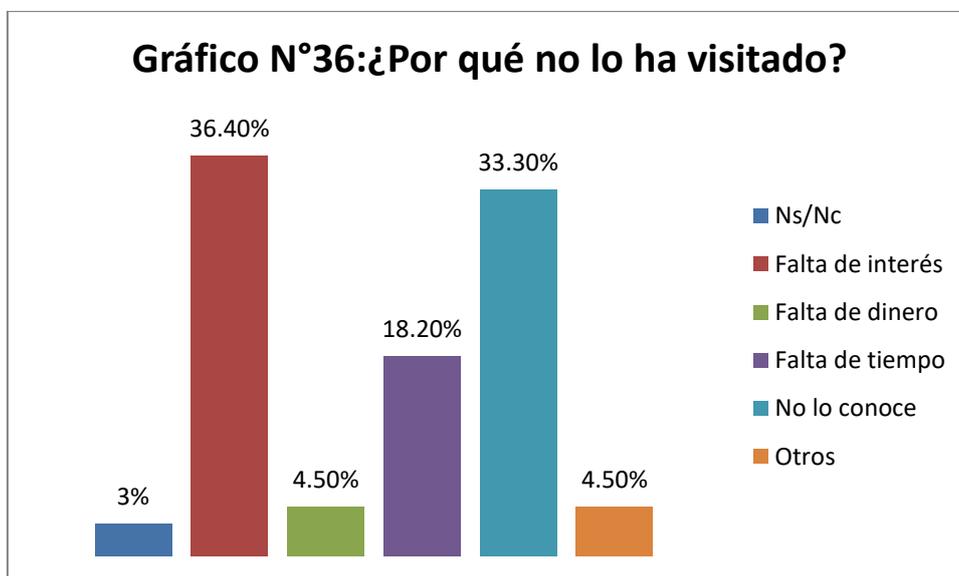
3.3.6. Preferencia de playa



Fuente: Elaboración propia.

Se consulta a los residentes encuestados a qué playa prefiere ir durante el verano. En este sentido, el 22,70% responde que prefiere las playas del sur, el 16,70% prefiere las playas del “centro” y el 12,10% prefiere “Playa Grande”. En tanto el 24,20% de los encuestados no demuestra preferencia por ninguna playa en particular.

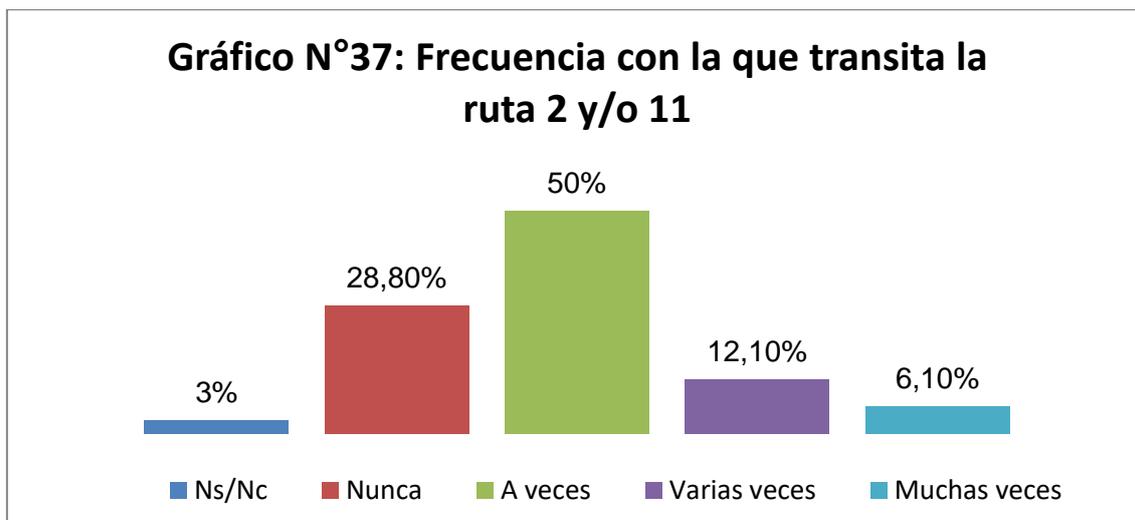
3.3.7. Motivo por el cual no ha visitado el Partido de Mar Chiquita



Fuente: Elaboración propia.

En el caso de aquellas personas que no visitan el Partido de Mar Chiquita, se puede observar que el 36,40% no lo han visitado por “falta de interés”, el 33,30% “no lo conoce” y el 18,20% no ha ido por “falta de tiempo”.

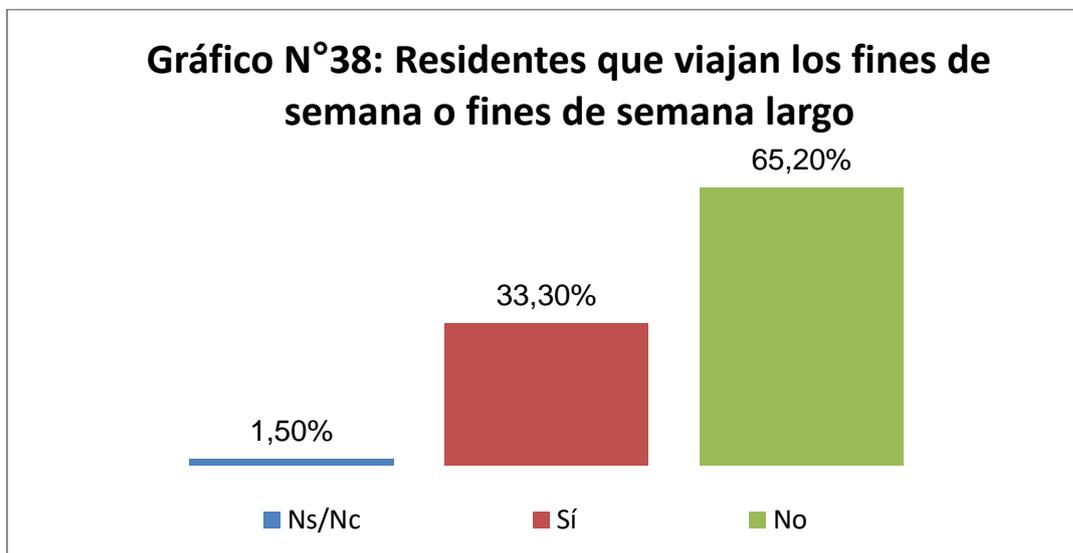
3.3.8. Frecuencia con la que transita la ruta N°2 y/o N°11 hacia el Norte de Mar del Plata



Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la pregunta sobre cuántas veces transitan las Rutas N° 2 y/o N° 11 hacia el norte de Mar del Plata al año, los encuestados que no visitan el Partido de Mar Chiquita, respondieron de la siguiente manera: el 50% la transita a veces, el 28,80% no la transita nunca y el 12,10% la transita varias veces.

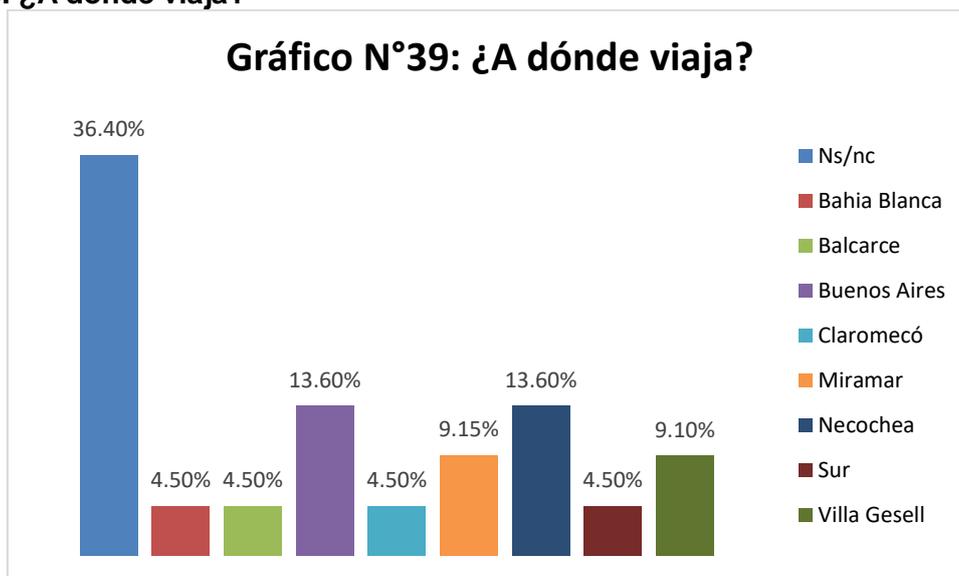
3.3.9. Viaja los fines de semana o fines de semana largo



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 65,20% (43 casos) no viaja los fines de semana ni fines de semana largos, mientras que el 33,30% (22 casos) sí viaja.

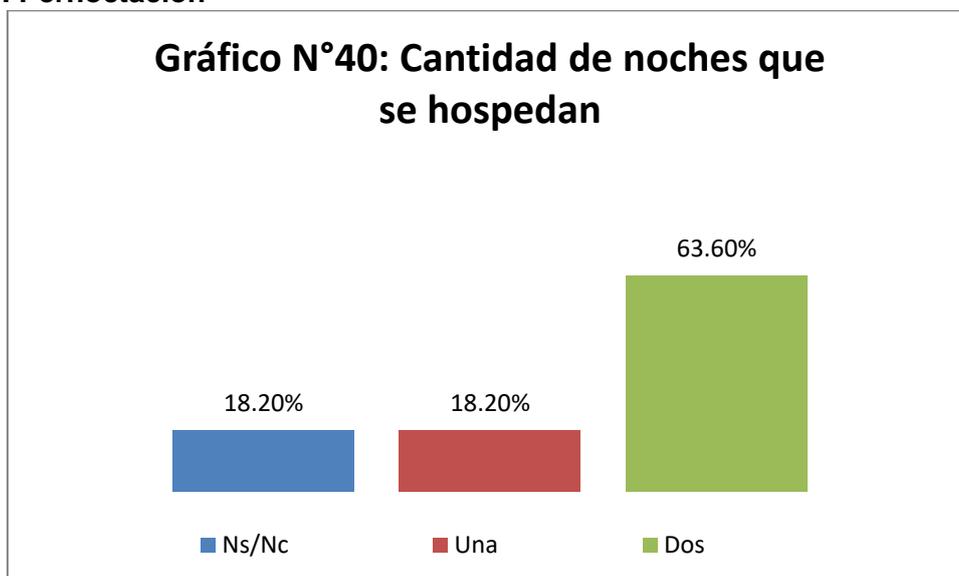
3.3.10. ¿A dónde viaja?



Fuente: Elaboración propia.

A su vez, de los residentes encuestados que viajan (22 casos) se observa que el 13,60% lo hace a Necochea, un 13,60% lo hace a Buenos y Aires, un 9,10% lo hace a Miramar y otro 9,10% lo hace a Villa Gesell. Un 36,40% no responde esta pregunta.

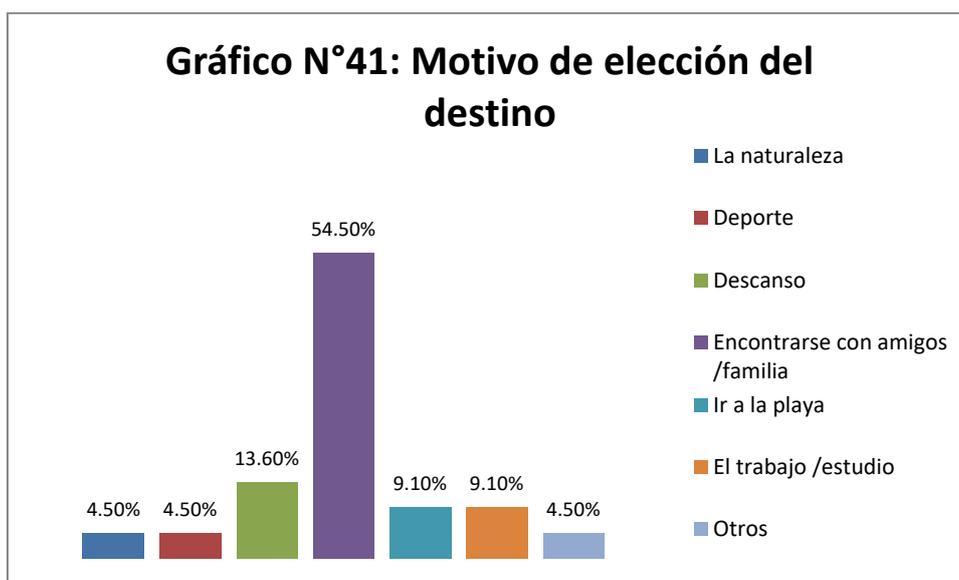
3.3.11. Pernoctación



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 y el 18,20% solo pernocta por una noche.

3.3.12. 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 54,50% de los encuestados van para “encontrarse con amigos/familia”. El segundo motivo más elegido fue el descanso con un 13,60%, seguido por ir a la playa y por cuestiones de trabajo o estudio, con un 9,10% respectivamente.

4. CONCLUSIONES

De los datos analizados con anterioridad se puede concluir lo siguiente:

El 83,5% 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 16,5% 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 viven con su familia y que trabajan como permanente.
- En cuanto a las prácticas recreativas se puede observar que de las actividades la más relevantes es “estar en familia” (47,6%).
- Sobre la concurrencia de espectáculos se puede observar que el porcentaje más significativo corresponde al cinematográfico (32,3%).
- Se observa que la mayor parte de los encuestados concurre “algunos días a la semana” a la playa (36,5%) y que además hay una preferencia por las “playas del sur” de la ciudad de Mar del Plata (24,3%).
- Entre las localidades del Partido más visitadas por esta demanda, se encuentran Santa Clara del Mar (92,8%), Mar Chiquita (74,6%) y Mar de Cobo (60,8%).
- Por otro lado, es importante destacar que el 71,30% de esta demanda sólo visita el Partido de Mar Chiquita entre 1 a 5 veces al año y sólo el 18,3% pernocta en el destino, es decir que la mayoría de la demanda corresponde a excursionistas.
- En referencia a los principales motivos de la visita se puede destacar “el descanso” en primer lugar, “la naturaleza” en segundo lugar y en tercer lugar “encontrarse con amigos y familia”.

Sobre los niveles de satisfacción, se le consultó a los encuestados acerca de diversos servicios, obteniéndose los siguientes resultados:

- El 9,9% calificó como Bueno el alojamiento, mientras que el 79% de los encuestados no pudo responder esta pregunta ya que no utiliza este servicio.
- En cuanto a la gastronomía, el 38,9% de los encuestados calificó como Bueno, el 30,5% como Muy Bueno, habiendo un 30,5% de los encuestados que no utilizan el servicio.
- Respecto a los balnearios, el 33,2% calificó como Bueno y el 17,10% como Muy Bueno mientras que el 37,1% no conoce el servicio.
- En cuanto a la satisfacción de los entretenimientos, un 48,2% no conoce el servicio mientras que un 26,9% lo calificó como Bueno y un 10,5% como Regular.
- En relación a los comercios, los residentes encuestados calificaron como Bueno (37,7%) y un 36,5% optó por no responder. 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 cuyo rango de edad está entre los 25 a los 49 años, que vive predominantemente con su familia y que trabaja como permanente.

- En relación a las actividades realizadas durante los fines de semana prefiere mayoritariamente estar en familia (54,5%).
- Al igual que la demanda actual, este grupo prefiere concurrir a espectáculos cinematográficos (28,8%) y visitar la playa algunos días a la semana (33,3%).
- El principal motivo por el cual los encuestados no han visitado el Partido es por falta de Interés (36,4%). A su vez el 50% de esta demanda frecuenta “a veces” la ruta N° 2 u 11 hacia el Norte de Mar del Plata.
- El 65,2% de esta demanda no suele viajar los fines de semana y fines de semana largos mientras que el 33,3% sí lo hace. En éstos últimos se destaca como principales motivos de viaje “encontrarse con amigos/familia”, “el descanso” e “ir a la playa”.

Mediante la presente investigación y a partir del análisis de las encuestas realizadas en distintos puntos de la ciudad de Mar del Plata, se logró definir un perfil de la demanda actual y potencial del Partido de Mar Chiquita procedente de esta ciudad. Resulta importante continuar con este tipo de investigación analizando estos y otros aspectos, con el fin de lograr una mejor adaptación y eficacia tanto en las prestaciones turísticas como en las campañas de comunicación y promoción dirigidas a estos perfiles de demanda.

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/>