

PROGRAMA DE PROMOCION DE LA UNIVERSIDAD ARGENTINA  
UN PUENTE ENTRE LA UNIVERSIDAD ARGENTINA Y LA SOCIEDAD

***PROPUESTA PARA EL DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL  
DE CHASCOMUS A TRAVES DE LA ACTIVIDAD TURISTICA***

**ANEXO ENCUESTAS**

- I. ENCUESTA A TURISTAS
- II. ENCUESTA A HABITANTES
- III. ENCUESTA A PRESTATARIOS DE SERVICIOS

UNIDAD DE GESTION:  
CENTRO DE INVESTIGACIONES TURISTICAS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MAR DEL PLATA

ENCUESTA A TURISTAS  
EN LA CIUDAD DE CHASCOMUS  
DURANTE FIN DE SEMANA DE OCTUBRE

La encuesta es una técnica que, además de permitir un nivel de análisis descriptivo, explicativo o aplicado del objeto en estudio, permite acceder a información no disponible en función de los objetivos y las expectativas del estudio en realización de conocer para actuar en relación a una problemática específica, en el caso la actividad turística, apelando a un procedimiento estandarizado de investigación a fin de recoger datos de una muestra de casos representativa de un universo más amplio del que se pretende explorar, describir y explicar una serie de características.

La encuesta a visitantes localizados en la localidad remite al universo conformado por las personas que visitan Chascomús, excursionistas y turistas, durante el fin de semana de octubre incluyente del feriado del día 12, de acuerdo a su ubicación en la localidad de acuerdo a sitios de relevamiento de encuestas, dispuestos en el espacio de uso recreativo de la localidad y del perillago durante la jornada diurna.

El universo considerado en la encuesta comprende los turistas de ambos sexos entre 18 y 65 años localizados en el espacio de uso turístico frecuente del área urbana y del perímetro de la laguna, a partir de una muestra producto de la asignación de un número de encuestas a sitios de paseo o presencia, identificados en consulta con técnicos del área de turismo, de acuerdo a la densidad atribuida a cada uno de los lugares, adoptando una distribución equivalente de género y cuotas equivalentes de estratos etáreos de 18 a 34, de 35 a 49 y de 50 a 65 realizándose un total de 180 encuestas.

El cuestionario adoptado para realizar la encuesta comprende temas y cuestiones de interés que se abordan a través de preguntas con opciones pre y post codificadas de acuerdo a la previsibilidad o imprevisibilidad de las respuestas probables. El número de encuestas factibles de realización y el número de preguntas susceptibles de formular indujo al uso de dos formularios a fin de evitar incidencia de la duración de la encuesta en la respuesta obtenida. La diferencia de uno respecto del otro radica en que, no obstante compartir ciertas preguntas difieren en ciertas otras, tales como las referidas a la apreciación genérica de condiciones y servicios turísticos y urbanos de la localidad y a la identificación específica de servicios utilizados y gastos realizados en usufructo de su actividad turística.

Al plantearse la encuesta en sitios identificados de acuerdo al uso recreativo, la encuesta es coincidental y a los efectos del estudio realizado sus resultados se estiman indicativos, sin perjuicio de la confiabilidad asignada, su margen de error podría variar en relación a la incidencia de la asignación de encuestas los sitios de realización.

## TEMAS Y CUESTIONES

el encuestado

- sexo
- edad
- origen - procedencia
- tiempo de estadía / pernoctes

el grupo visitante

- numero de integrantes
- edad. sexo.

práctica de miniturismo

- en fines de semana largos

apreciación respecto de la localidad

- causa de elección
- definición de la localidad

calificación genérica de:

- servicios turísticos
  - alojamiento
  - recreación
  - gastronomía
  - atención al turista
  - información turística
  - señalización turística
  - transporte de aproximación
  - laguna
  - otros

servicios urbanos

- limpieza
- seguridad
- iluminación
- estacionamiento
- transporte urbano
- tránsito
- señalización vial
- otros

infraestructura

- estado de las calles
- terminales de transporte
- rutas de aproximación
- servicio de trenes
- servicio de ómnibus
- servicio de peaje
- otros

temas locales

- laguna
- espacios verdes

costanera  
centro  
gente

actividades preferentes durante su estadía

estar con amigos  
estar en familia  
conocer gente afín / similar  
conocer gente diferente  
compartir con gente de similar edad  
compartir con gente de diferente edad  
estar con turistas  
estar con residentes

direccionalidad de establecimientos y servicios

según niveles de ingresos  
según estratos etéreos

apreciación respecto de estado de la laguna:

calidad orilla de laguna  
calidad del agua  
calidad del paisaje  
calidad de los servicios  
densidad de gente  
acceso a la laguna  
extensión de la orilla  
densidad de gente  
equipamiento orillas  
condiciones de seguridad  
servicios en la laguna

advierte problemas en la localidad

identifica carencias de la localidad a superar para ser mas atrayente

medios de comunicación que el informan

y calificación de la información

radio  
tv  
diarios  
revistas  
sitio web oficial  
sitio web comercial  
e-mail  
otros

servicios y actividades - gastos

*del 50 % del total de los encuestados:*

medio de transporte utilizado

automóvil  
ómnibus  
ferrocarril  
avión  
otros

tipo de alojamiento elegido

hotel 1 – 5 estrellas  
hospedaje  
apart hotel  
hotel gremial  
camping  
vivienda propia  
vivenda alquilada  
hostería 1-3 estrellas  
cabaña  
otros

dónde realiza sus comidas

desayuno  
almuerzo  
cena

actividades realiza durante su estadía

gasto del grupo en traslado ida – vuelta

en alojamiento  
en lugar de origen  
en comidas por día  
total en actividades recreativas programadas

modo de contratación de servicios turísticos

independiente  
agencia de viajes

a fin de perfilar el nivel socio-económico del encuestado

personas que conviven en su hogar  
personas que perciben ingresos  
nivel de estudio de PSH  
trabaja en la actualidad  
trabajo actual  
ingresos provienen de...  
si empleado: jerarquía de ocupación  
si trabajador / cuenta propista: calificación  
si cuenta propista, 35 hs. o más por semana  
si empleador / directivo / jefe: empleados  
posee cobertura médica

## CUESTIONARIO A + B

<b><i>Procedencia</i></b>	<b>%</b>
Capital Federal	43,3
Gran Bs As	33,5
Resto pcia Bs As	20,1
Otra provincia	2,6
Otro país	0,5
Total	100,0

<b><i>Estadía</i></b>	<b>%</b>
0	14,4
1	17,5
2	34,5
3	29,9
4	2,1
Nsnc	1,5
Total	100,0

<b><i>Elección de la localidad</i></b>	<b>%</b>
El disfrute	15,5
La recurrencia	21,6
Conocer	10,8
La recomendación	4,6
Amigos / parientes en el lugar	6,7
El ambiente	0,5
La laguna	4,6
La ciudad	0,0
La familia	1,5
Los amigos	1,0
La proximidad	17,0
La diversión	0,5
El descanso / tranquilidad	9,8
La accesibilidad económica	1,0
La forestación	0,0
Otras	1,5
La pesca	2,6
La vivienda	0,5
Total	100,0

<b><i>Predisposición al Miniturismo</i></b>	<b>%</b>
Ns/nc	2,1
Si	46,4
No	51,5
Total	100

<b><i>Acceso a la información de Chascomús</i></b>	<b>%</b>
Tv	1,6
Diarios	2,2
Revistas	1,1
Casa de representante	1,1
Sitio web oficial	29,0
Sitio web comercial	10,4
Otros	50,8
Nsnc	3,8
Total	100,0

## CUESTIONARIO A

<b><i>Procedencia</i></b>	<b>%</b>
Capital Federal	42,9
Gran Bs. As	35,7
Resto provincia de Bs. As	20,4
Otra provincia	1,0
Total	100

<b><i>Estadía</i></b>	<b>%</b>
0	16,3
1	19,4
2	35,7
3	27,6
4	1,0
Total	100

<b><i>Relación entre las personas del grupo</i></b>	<b>%</b>
Familia	34,7
Amigos	28,6
Pareja	31,6
Solo / sola	3,1
Parientes	2,0
Total	100

<b>Sexo</b>	<b>%</b>
Masculino	53,1
Femenino	46,9
Total	100

<b>Edad</b>	<b>%</b>
0 a 6	8,3
7 a 12	5,0
13 a 17	2,9
18 a 24	18,3
25 a 40	35,4
41 a 50	13,9
51 a 65	11,8
más de 65	4,4
Total	100

<b>Por qué eligió esta localidad?</b>	<b>%</b>
El disfrute	18,4
La recurrencia	23,5
Conocer	14,3
La recomendación	4,1
Amigos/parientes en el lugar	4,1
El ambiente	1,0
La laguna	2,0
Los amigos	1,0
La vivienda	1,0
La proximidad	17,3
El descanso / la tranquilidad	9,2
La accesibilidad económica	1,0
La pesca	3,1
Total	100

<b>Medio de transporte de Ida</b>	<b>%</b>
Automóvil	71,4
Ómnibus	17,3
Ferrocarril	7,1
Otros	4,1
Total	100

<b>Medio de transporte de vuelta</b>	<b>%</b>
Automóvil	73,5
Ómnibus	15,3
Ferrocarril	7,1
Otros	4,1
Total	100

<b>Tipo de alojamiento elegido</b>	<b>%</b>
Ns/nc	6,9
Hotel 1 estrella	5,7
Hotel 2 estrellas	4,6
Hospedaje	3,4
Apart hotel	9,2
Camping	33,3
Vivienda propia	1,1
Vivienda alquilada	3,4
Vivienda prestada	1,1
Cabaña	16,1
Otros	14,9
Total	100

<b>Contratación de los servicios Turísticos</b>	<b>%</b>
Independiente	75,3
Ns/nc	24,7
Total	100

<b>Donde tiene pensado desayunar?</b>	<b>%</b>
Establecimiento gastronómico	17,8
Alojamiento	72,6
Ns/nc	9,6
Total	100

<b>Donde tiene pensado almorzar?</b>	<b>%</b>
Establecimiento gastronómico	44,0
Alojamiento	51,2
Ns/nc	4,8
Total	100

<b><i>Donde tiene pensado cenar?</i></b>	<b>%</b>
Establecimiento gastronómico	60,5
Alojamiento	34,9
Ns/nc	4,7
Total	100

<b><i>Qué actividades ha realizado o va a realizar?</i></b>	<b>%</b>
Pasear por el lugar	26,5
Practicar deporte	4,1
Ir a bailar	1,0
Caminar	27,6
Degustar comidas	5,1
Descubrir lugares	1,0
Visitar lugares naturales	2,0
Visitar lugares culturales	1,0
Reunirse con amigos	1,0
Descansar	11,2
Estar tranquilo	2,0
Ir a pescar	10,2
Visitar museo	1,0
Travesías a caballo	2,0
Otras	4,1
Total	100

<b><i>Realiza miniturismo los fines de semana largos?</i></b>	<b>%</b>
Si	41,8
No	57,1
Ns/nc	1,0
Total	100

<b><i>Especificar donde realiza miniturismo</i></b>	<b>%</b>
San Pedro	2,4
Lobos	4,9
Terma de Entre Ríos	2,4
Varios lugares del país	36,6
Chascomús	31,7
Mendoza	2,4
Dentro de la provincia de Bs. As	2,4
Entre Ríos	2,4
Gral. Madariaga	2,4
Ns/nc	12,2
Total	100

<b><i>A través de que medio recibió información</i></b>	<b>%</b>
TV	1,1
Diarios	3,4
Revistas	1,1
Casa de representante	1,1
Sitio Web oficial	29,9
Sitio Web comercial	5,7
Otros	57,5
Total	100

<b><i>Especificación de Otros</i></b>	<b>%</b>
Por gente conocida	67,3
Ya conocían	28,6
Folletería	4,1
Total	100

<b><i>Como califica la información recibida</i></b>	<b>%</b>
Excelente	33,30
Muy bueno	33,30
Bueno	15,60
Regular	2,20
Malo	4,40
Ns/nc	11,10
Total	100

<b><i>Diarios ¿Cómo califica la información recibida?</i></b>	<b><i>%</i></b>
Excelente	50,0
Muy bueno	50,0
Bueno	0,0
Regular	0,0
Malo	0,0
Ns/nc	0,0
Total	100

<b><i>casa de representante ¿Cómo califica la información recibida?</i></b>	<b><i>%</i></b>
Excelente	0,00%
Muy bueno	100,0%
Bueno	0,0%
Regular	0,0%
Malo	0,0%
Ns/nc	0,0%
Total	100,0%

<b><i>sitio web oficial ¿Cómo califica la información recibida?</i></b>	<b><i>%</i></b>
Excelente	31,6
Muy bueno	47,4
Bueno	10,5
Regular	5,3
Malo	0,0
Ns/nc	5,3
Total	100

<b><i>sitio web comercial ¿Cómo califica la información recibida?</i></b>	<b><i>%</i></b>
Excelente	0,0
Muy bueno	33,3
Bueno	33,3
Regular	0,0
Malo	33,3
Ns/nc	0,0
Total	100

<b>Otros ¿Cómo califica la información recibida?</b>	<b>%</b>
Excelente	42,1
Muy bueno	15,8
Bueno	21,1
Malo	5,3
Ns/nc	15,8
Total	100

<b>NSE</b>	<b>%</b>
Ns/Nc	2,0
Nivel D1	11,2
Nivel C3	31,6
Nivel C2	31,6
Nivel C1	22,4
Nivel AB	1,0
Total	100,0

<b>Observación</b>	<b>%</b>
Señalización turística	3,6%
Higiene / limpieza en el recurso	7,1%
Servicios en el recurso natural playa	3,6%
Servicios en el recurso natural laguna	7,1%
Servicios de alojamiento	3,6%
Lugares / actividades chicos	7,1%
Parque temático	3,6%
Espacios verdes	3,6%
Precios accesibles	3,6%
Higiene / limpieza	3,6%
Orden en el tránsito	3,6%
Hospitalidad	7,1%
Otros	32,1%
Le gusta la ciudad	10,7%
Total	100,0%

## CUESTIONARIO B

<b><i>Procedencia</i></b>	<b>%</b>
Capital Federal	43,8
Gran Buenos Aires	31,3
Provincia de Buenos Aires	19,8
Córdoba	1,0
Santa Fe	1,0
Corrientes	1,0
Misiones	1,0
Estados Unidos	1,0
Total	100

<b><i>Estadía</i></b>	<b>%</b>
0	12,5
1	15,6
2	33,3
3	32,3
4	3,1
Ns/nc	3,1
Total	100

<b><i>¿Por qué eligió esta localidad?</i></b>	<b>%</b>
El disfrute	28,1
La recurrencia	24,0
Conocer	10,4
La recomendación	7,3
Amigos / parientes en el lugar	12,5
El ambiente	5,2
La laguna	10,4
La ciudad	1,0
La familia	5,2
Los amigos	1,0
La proximidad	38,5
La diversión	1,0
El descanso / tranquilidad	28,1
La accesibilidad económica	7,3
La forestación	1,0
Otras	7,3
La pesca	9,4

Los totales suman más del 100% porque el encuestado pudo responder más de una alternativa.

<b><i>¿Como definiría a esta localidad?</i></b>	<b>%</b>
Cercana	5,2
Agradable, linda, hermosa	52,1
Cuidada, limpia	7,3
Apacible, tranquila	69,8
Amigable, cordial	0,0
Disfrutable, gozable	4,2
Segura	2,1
Le gustaría vivir	2,1
Pueblerina, familiar	6,3
Lugares atrayentes	9,4
Verde, natural	10,4
De gente hospitalaria	1,0
De disposición festiva	1,0
De servicios buenos	1,0
De precios accesibles	4,2
Otros	16,7
Ns/ns	1,0

Los totales suman más del 100% porque el encuestado pudo responder más de una alternativa.

<b><i>¿Realiza miniturismo los fines de semana largos?</i></b>	<b>%</b>
Sí	51,0
No	45,8
Ns/nc	3,1
Total	100

<b><i>Especificar último destino</i></b>	<b>%</b>
Rosario	4,2
Santa Fe	2,1
Tandil	4,2
Córdoba	6,3
Pinamar	2,1
Chascomús	25,0
Balcarce	2,1
Santa Teresita	2,1
Tigre	4,2
San Clemente del Tuyú	2,1

Trenque Lauquen	2,1
San Pedro	6,3
Miramar	2,1
Villa Gesell	2,1
Mercedes (BsAs)	2,1
San Bernardo	2,1
Cariló	4,2
La Paz Entre Ríos	2,1
Puerto Alvear Entre Ríos	2,1
Delta	2,1
Iguazú	2,1
Gualeguaychú	4,2
San Antonio de Areco	2,1
Mar del Plata	6,3
Ns/nc	4,2
Total	100

<b><i>Alojamiento</i></b>	<b>%</b>
Excelente	38,5
Muy bueno	26,0
Bueno	18,8
Regular	1,0
Malo	1,0
Ns/nc	14,6
Total	100

<b><i>Recreación</i></b>	<b>%</b>
Excelente	16,7
Muy bueno	17,7
Bueno	43,8
Regular	3,1
Malo	0,0
Ns/nc	18,8
Total	100

<b><i>Gastronomía</i></b>	<b>%</b>
Excelente	27,1
Muy bueno	29,2
Bueno	20,8
Regular	1,0
Ns/nc	21,9
Total	100

<b><i>Atención a los turistas</i></b>	<b>%</b>
Excelente	29,2
Muy bueno	33,3
Bueno	24,0
Regular	4,2
Ns/nc	9,4
Total	100

<b><i>Información turística</i></b>	<b>%</b>
Excelente	20,8
Muy bueno	26,0
Bueno	24,0
Regular	5,2
Malo	1,0
Nsnc	22,9
Total	100

<b><i>Transporte de aproximación</i></b>	<b>%</b>
Excelente	6,3
Muy bueno	11,5
Bueno	19,8
Regular	6,3
Malo	4,2
Nsnc	52,1
Total	100

<b><i>Laguna</i></b>	<b>%</b>
Excelente	33,3
Muy bueno	24,0
Bueno	25,0
Regular	3,1
Malo	4,2
Nsnc	10,4
Total	100

<b><i>Señalización turística</i></b>	<b>%</b>
Excelente	11,5
Muy bueno	14,6
Bueno	38,5
Regular	13,5
Malo	2,1
Nsnc	19,8
Total	100

<b><i>Limpieza</i></b>	<b>%</b>
Excelente	27,1
Muy bueno	41,7
Bueno	26,0
Regular	3,1
Nsnc	2,1
Total	100

<b><i>Seguridad</i></b>	<b>%</b>
Excelente	18,8
Muy bueno	24,0
Bueno	30,2
Regular	7,3
Malo	2,1
Nsnc	17,7
Total	100

<b><i>Iluminación</i></b>	<b>%</b>
Excelente	16,7
Muy bueno	36,5
Bueno	25,0
Regular	3,1
Malo	7,3
Nsnc	11,5
Total	100

<b><i>Estacionamiento</i></b>	<b>%</b>
Excelente	17,7
Muy bueno	19,8
Bueno	38,5
Regular	6,3
Ns/nc	17,7
Total	100

<b><i>Transporte urbano</i></b>	<b>%</b>
Excelente	3,1
Muy bueno	1,0
Bueno	17,7
Regular	5,2
Malo	2,1
Ns/nc	70,8
Total	100

<b><i>Tránsito</i></b>	<b>%</b>
Excelente	12,5
Muy bueno	28,1
Bueno	37,5
Regular	7,3
Malo	1,0
Nsnc	13,5
Total	100

<b><i>Señalización vial</i></b>	<b>%</b>
Excelente	9,4
Muy bueno	22,9
Bueno	28,1
Regular	19,8
Malo	3,1
Nsnc	16,7
Total	100

<b><i>Estados calles</i></b>	<b>%</b>
Excelente	9,4
Muy bueno	24,0
Bueno	44,8
Regular	15,6
Malo	4,2
Nsnc	2,1
Total	100

<b><i>Terminales de transporte</i></b>	<b>%</b>
Excelente	11,5
Muy bueno	14,6
Bueno	14,6
Regular	4,2
Malo	4,2
Nsnc	51,0
Total	100

<b><i>Rutas de aproximación</i></b>	<b>%</b>
Excelente	16,7
Muy bueno	22,9
Bueno	41,7
Regular	6,3
Malo	3,1
Nsnc	9,4
Total	100

<b>Servicio ferroviario</b>	<b>%</b>
Excelente	1,0
Muy bueno	2,1
Bueno	16,7
Regular	6,3
Malo	5,2
Nsnc	68,8
Total	100

<b>Servicio de Ómnibus</b>	<b>%</b>
Excelente	4,2
Muy bueno	6,3
Bueno	18,8
Regular	5,2
Malo	5,2
Nsnc	60,4
Total	100

<b>Servicio de peaje</b>	<b>%</b>
Excelente	2,1
Muy bueno	14,6
Bueno	28,1
Regular	10,4
Malo	16,7
Nsnc	28,1
Total	100

<b>Durante su estadía prefiere</b>	<b>%</b>
Ns/nc	2,1
Estar con amigos	63,5
Estar en familia	72,9
Conocer gente afín / similar	10,4
Conocer gente diferente	8,3
Compartir con gente de similar edad	8,3
Compartir con gente de diferente edad	4,2
Estar con turistas	8,3
Estar con residentes	17,7

Los totales suman más del 100% porque el encuestado pudo responder más de una alternativa.

<b><i>La oferta de establecimientos y servicios está dirigida a NES</i></b>	<b>%</b>
Nsnc	5,2
Con nivel de ingresos alto	14,6
Con nivel de ingresos medio alto	15,6
Con nivel de ingresos medio	35,4
Con nivel de ingresos medio bajo	5,2
Con nivel de ingresos bajo	2,1
De todos los niveles	39,6

Los totales suman más del 100% porque el encuestado pudo responder más de una alternativa.

<b><i>La oferta de establecimientos y servicios está dirigida a edad</i></b>	<b>%</b>
Ns/nc	24,0
Adolescentes	8,3
Adultos	10,4
Familia	38,5
Todos en general	33,3

Los totales suman más del 100% porque el encuestado pudo responder más de una alternativa.

<b><i>Calidad orilla laguna</i></b>	<b>%</b>
Excelente	13,5
Muy bueno	18,8
Bueno	46,9
Regular	11,5
Malo	5,2
Nsnc	4,2
Total	100

<b><i>Calidad del agua</i></b>	<b>%</b>
Excelente	3,1
Muy bueno	15,6
Bueno	30,2
Regular	22,9
Malo	19,8
Nsnc	8,3
Total	100

<b>Calidad del paisaje</b>	<b>%</b>
Excelente	49,0
Muy bueno	32,3
Bueno	18,8
Total	100

<b>Calidad de servicios</b>	<b>%</b>
Excelente	15,6
Muy bueno	33,3
Bueno	36,5
Regular	4,2
Malo	2,1
Nsnc	8,3
Total	100

<b>Acceso a la laguna</b>	<b>%</b>
Excelente	30,2
Muy bueno	13,5
Bueno	30,2
Regular	14,6
Malo	5,2
Nsnc	6,3
Total	100

<b>Extensión de la orilla</b>	<b>%</b>
Excelente	13,5
Muy bueno	12,5
Bueno	38,5
Regular	16,7
Malo	4,2
Nsnc	14,6
Total	100

<b>Densidad de gente</b>	<b>%</b>
Excelente	21,9
Muy bueno	31,3
Bueno	33,3
Regular	6,3
Nsnc	7,3
Total	100

<b><i>Equipamiento en la orilla de la laguna</i></b>	<b>%</b>
Excelente	10,4
Muy bueno	14,6
Bueno	27,1
Regular	17,7
Malo	5,2
Nsnc	25,0
Total	100

<b><i>Condiciones de seguridad</i></b>	<b>%</b>
Excelente	13,5
Muy bueno	13,5
Bueno	31,3
Regular	10,4
Malo	11,5
Nsnc	19,8
Total	100

<b><i>Servicios laguna</i></b>	<b>%</b>
Excelente	9,4
Muy bueno	16,7
Bueno	25,0
Regular	19,8
Malo	3,1
Nsnc	26,0
Total	100

<b>¿Advierte problemas en la localidad?</b>	<b>%</b>
No / nada / ningún problema	77,1
Estado de las calles s/ transitabilidad	1,0
Estado de espacios verdes s/ limpieza	2,1
Carencia de servicios en el recurso natural	2,1
Locales comerciales cerrados	2,1
Incertidumbre construcciones futuras	1,0
Atención deficiente	1,0
Deficiente alumbrado público	1,0
Inseguridad	2,1
Señalización deficiente	1,0
Residuos en las calles	1,0
Alumbrado público	1,0
Otros	4,2
Nsnc	7,3

Los totales suman más del 100% porque el encuestado pudo responder más de una alternativa

<b>¿A través de qué medios recibió información?</b>	<b>%</b>
Radio	1,0
Tv	4,2
Diarios	2,1
Revistas	2,1
Casa de representante	1,0
Sitio web oficial	29,2
Sitio web comercial	19,8
E- mail	1,0
Ninguno	3,1
Familia / amigos	31,3
Ruta / peaje	1,0
Conoce	6,3
Otros	4,2
Nsnc	7,3

Los totales suman más del 100% porque el encuestado pudo responder más de una alternativa

<b>¿Qué le faltaría a esta localidad para ser más atrayente?</b>	<b>%</b>
Nada	18,9
Información turística	1,1
Promoción turística	7,8
Higiene / limpieza en el recurso	3,3
Servicios en el recurso natural laguna	15,6
Servicios en el alojamiento	3,3
Servicios de gastronomía	4,4
Servicios de recreación	8,9
Espectáculos	6,7
Lugares / actividades chicos	11,1
Lugares / actividades jóvenes	1,1
Lugares / actividades culturales	2,2
Lugares / actividades recreativas	3,3
Vida nocturna	5,6
Cine - teatro	8,9
Casino - bingo	10,0
Apertura de los comercios	2,2
Parque temático	1,1
Parque acuático / botánico	2,2
Peatonal comercial	5,6
Shopping	3,3
Precios accesibles	4,4
Servicios de transporte	2,2
Seguridad	1,1
Otros	13,3
Nsnc	12,2

Los totales suman más del 100% porque el encuestado pudo responder más de una alternativa

## ENCUESTA A HABITANTES EN LA CIUDAD DE CHASCOMUS

Tal como se decía en relación a la Encuesta a Turistas, la encuesta es una técnica que, además de permitir un nivel de análisis descriptivo, explicativo o aplicado del objeto en estudio, permite acceder a información no disponible en función de los objetivos y las expectativas del estudio en realización de conocer para actuar en relación a una problemática específica, en el caso la actividad turística, apelando a un procedimiento estandarizado de investigación a fin de recoger datos de una muestra de casos representativa de un universo más amplio del que se pretende explorar, describir y explicar una serie de características.

La encuesta a habitantes de la localidad remite al universo conformado por las personas que habitan la localidad de Chascomús, de acuerdo al plano de referencia adoptado en el presente estudio.

El universo considerado en la encuesta comprende los habitantes de ambos sexos entre 18 y 65 años localizados en el área urbana de Chascomús a partir de una muestra producto de una zonificación socio espacial del área, realizada en consulta con técnicos del área de planeamiento, de acuerdo a la densidad atribuida a cada una de las zonas, adoptando una distribución equivalente de género y cuotas equivalentes de estratos etéreos de 18 a 34, de 35 a 49 y de 50 a 65 realizándose un total de 180 encuestas.

De resultar de interés, podría plantearse la incidencia proporcional a la población total localizada en relación a la magnitud poblacional de los estratos etéreos determinados, cuanto a la magnitud localizada en las áreas socio espaciales definidas.

Obviamente la muestra concebida a los fines del estudio permite sí disponer de una representatividad proporcional en función de la densidad poblacional, social en función de la localización espacial y etérea en función de las cuotas adoptadas.

La identificación de la persona encuestada, de acuerdo a género y estrato, en cada una de las zonas se dispuso a partir de un muestreo de acuerdo al azar de la unidad de vivienda habitada.

## TEMAS Y CUESTIONES

el encuestado

- sexo
- edad
- origen – procedencia
- tiempo de radicación
- su información
- medios de comunicación social

respecto de la localidad

- causa de elección

opiniones

- educación
  - calidad
  - cobertura
- salud
  - calidad
  - cobertura
- seguridad
  - calidad
  - cobertura

cómo define la localidad

cómo define al residente

opiniones

- la gestión municipal
- principales problemas
- problemas a mediano plazo

respecto de la laguna

- Calidad orilla de laguna
- Calidad del agua
- Calidad del paisaje
- Calidad de los servicios
- Densidad de gente
- Acceso a la laguna
- Extensión de la orilla
- Densidad de gente
- Equipamiento orillas
- Condiciones de seguridad
- Servicios en la laguna

Servicios Turísticos

- calificación alojamiento
- calificación recreación
- calificación gastronomía
- calificación atención turistas
- calificación información turística
- calificación transporte de aproximación
- calificación señalización turística

Servicios Urbanos

calificación limpieza de calles  
calificación seguridad  
calificación iluminación  
calificación estacionamiento  
calificación transporte urbano  
calificación tránsito  
calificación señalización vial  
calificación estado de las calles  
calificación terminales de transporte  
calificación servicio ferroviario  
calificación servicio de ómnibus  
calificación servicio peajes

apreciación costanera  
apreciación circunvalación  
apreciación espacios verdes

fortalezas de la localidad  
debilidades de la localidad

sector de mas incidencia en la satisfacción turística  
sector de mas beneficio en las utilidades turísticas

efectos positivos de la actividad turística  
efectos negativos de la actividad turística

apreciación gestión municipal

actividades recreativas preferentes  
en temporada alta  
fuera de temporada

factibilidad de desarrollo de actividades económicas  
qué actividades

participación en alguna institución local  
qué actividad

qué institución

cómo se comunica

qué utilidad de la información

actividad desarrollada con otras instituciones

actividad desarrollada con el sector público

conoce el plan estratégico  
qué opina

proyecto público o privado más importante

Anexo encuestas /II. Encuesta a habitantes

<b><i>Lugar de origen del encuestado</i></b>	
Capital Federal	8,0%
Gran Buenos Aires	13,1%
Resto de la Prov. Buenos Aires	7,3%
Entre Ríos	0,7%
Salta	1,5%
nativo	65,7%
Tucumán	0,7%
San Juan	0,7%
Córdoba	0,7%
Corrientes	0,7%
Laos	0,7%
Total	100,0%

<b><i>Procedencia exacta</i></b>	
Castelli	13,3%
Castelar	6,7%
Quilmes	13,3%
Lanús	13,3%
Ranchos	20,0%
San Isidro	20,0%
La Plata	6,7%
Avellaneda	6,7%
Total	100,0%

<b>tiempo de radicación</b>	
nsnc	4,2%
1	4,2%
3	4,2%
4	4,2%
5	6,3%
6	2,1%
7	2,1%
9	2,1%
10	16,7%
11	2,1%
15	2,1%
16	2,1%
18	2,1%
19	2,1%
20	10,4%
23	2,1%
24	4,2%
25	2,1%
28	4,2%
30	4,2%
31	2,1%
34	2,1%
35	2,1%
40	2,1%
45	2,1%
50	2,1%
3 meses	2,1%
9 días	2,1%
Total	100,0%

<b>qué medios de comunicación utiliza para informarse</b>	
nsnc	3,6%
programa tv local aire	10,2%
programa tv nacional aire	25,5%
programa tv local cable	13,1%
programa tv nacional cable	47,4%
programa radio local	35,0%
programa radio nacional	15,3%
periodico local	27,7%
periodico nacional	17,5%
sitio web	16,8%
boletines electrónicos	0,7%
todos	2,9%
Total	216,1%

El porcentaje total es mayor a 100 porque algunos encuestados mencionaron más de 1 alternativa

<b><i>por qué eligió esta ciudad para vivir</i></b> <b><i>1</i></b>	
nsnc	9,6%
nativo / a	45,6%
trabajo	12,5%
salud (menos stress)	0,7%
gusto/disfrute	2,2%
tranquilidad	11,8%
familia	16,9%
calidad de vida	0,7%
distancia al lugar de trabajo	1,5%
conseguí parcela /vivienda accesible	1,5%
otros	1,5%
Total	104,4%

El porcentaje total es mayor a 100 porque algunos encuestados mencionaron más de 1 alternativa

<b><i>opinión calidad educación</i></b>	
nsnc	2,2%
buena	59,1%
regular	31,4%
mala	7,3%
Total	100,0%

<b><i>opinión cobertura educación</i></b>	
nsnc	6,6%
amplia	8,8%
suficiente	38,0%
insuficiente	46,7%
Total	100,0%

<b><i>opinión calidad salud</i></b>	
nsnc	1,5%
buena	52,6%
regular	35,0%
mala	10,9%
Total	100,0%

<b><i>opinión cobertura salud</i></b>	
nsnc	5,1%
amplia	10,2%
suficiente	31,4%
insuficiente	53,3%
Total	100,0%

<b><i>opinión calidad seguridad</i></b>	
nsnc	2,9%
buena	12,4%
regular	47,4%
mala	37,2%
Total	100,0%

<b><i>opinión cobertura seguridad</i></b>	
nsnc	4,4%
amplia	2,9%
suficiente	15,3%
insuficiente	77,4%
Total	100,0%

<b><i>cómo definiría esta localidad</i></b>	
atractiva / agradable	43,8%
tranquila	44,5%
lugar tranquilo, próximo a metrópolis	3,6%
abierta, amplia, con espacios verdes	15,3%
saludable	0,7%
lugar confiable con gente confiable	0,7%
lugar con oportunidades	5,8%
segura todavía	2,9%
lugar para vivir	5,1%
lugar donde se pueden criar hijos	4,4%
podría ser mejor	3,6%
insegura	10,2%
otros	13,9%
Total	154,7%

El porcentaje total es mayor a 100 porque algunos encuestados mencionaron más de 1 alternativa

<b><i>gestión municipal</i></b>	
nsnc	4,4%
negligente	1,5%
buena	22,6%
buena, pero...	15,3%
suficiente	2,9%
regular	15,3%
mala	21,2%
insuficiente, pueden hacer mucho más	9,5%
otros	7,3%
Total	100,0%

<b><i>principales problemas de esta localidad</i></b>	
nsnc	1,5%
falta de trabajo en general	10,2%
inseguridad creciente	43,8%
pérdida de tranquilidad	0,7%
descuido ambiental de la laguna	1,5%
espacios culturales y recreativos	2,9%
servicios públicos	18,2%
agua	38,7%
cloacas	3,6%
gas	3,6%
pavimento	7,3%
iluminación	3,6%
higiene urbana	8,0%
tránsito	12,4%
transporte público	5,1%
hospital	8,8%
otros	23,4%
Total	193,4%

El porcentaje total es mayor a 100 porque algunos encuestados mencionaron más de 1 alternativa

<b><i>problemas mediano plazo</i></b>	
nsnc	5,8%
pérdida puestos de trabajo	55,5%
temporada más breve	5,1%
congestión / saturación	35,8%
impactos en el recurso (playa / laguna / sierra)	35,0%
contaminación visual	26,3%
déficit en infraestructura y equipamiento	31,4%
recurso afectado p/ construcciones próximas	8,0%
división del partido	0,7%
falta de seguridad	5,8%
control exógeno de la actividad turística	0,0%
otros (especificar)	1,5%
Total	210,9%

El porcentaje total es mayor a 100 porque algunos encuestados mencionaron más de 1 alternativa

<b><i>calidad orilla de la laguna</i></b>	
nsnc	8,0%
malo	7,3%
regular	27,7%
bueno	42,3%
muy bueno	12,4%
excelente	2,2%
Total	100,0%

<b><i>calidad del agua</i></b>	
nsnc	5,1%
malo	48,9%
regular	33,6%
bueno	11,7%
muy bueno	0,7%
Total	100,0%

<b><i>calidad paisaje</i></b>	
nsnc	0,7%
malo	1,5%
regular	5,1%
bueno	24,8%
muy bueno	31,4%
excelente	36,5%
Total	100,0%

<b><i>calidad de los servicios</i></b>	
nsnc	5,8%
malo	10,2%
regular	33,6%
bueno	40,9%
muy bueno	7,3%
excelente	2,2%
Total	100,0%

<b><i>acceso a la laguna</i></b>	
nsnc	5,1%
malo	5,1%
regular	17,5%
bueno	54,0%
muy bueno	16,1%
excelente	2,2%
Total	100,0%

<b><i>extensión de la orilla</i></b>	
nsnc	9,5%
malo	9,5%
regular	23,4%
bueno	43,1%
muy bueno	11,7%
excelente	2,9%
Total	100,0%

<b><i>densidad de gente</i></b>	
nsnc	4,4%
malo	5,8%
regular	11,7%
bueno	45,3%
muy bueno	21,9%
excelente	10,9%
Total	100,0%

<b><i>equipamiento orillas laguna</i></b>	
nsnc	8,8%
malo	16,1%
regular	29,9%
bueno	40,1%
muy bueno	3,6%
excelente	1,5%
Total	100,0%

<b><i>condiciones de seguridad</i></b>	
nsnc	4,4%
malo	30,7%
regular	46,7%
bueno	16,1%
muy bueno	1,5%
excelente	0,7%
Total	100,0%

<b><i>servicios en la laguna</i></b>	
nsnc	13,9%
malo	8,8%
regular	31,4%
bueno	38,7%
muy bueno	5,8%
excelente	1,5%
Total	100,0%

<b><i>calificación alojamiento</i></b>	
nsnc	5,8%
malo	2,2%
regular	9,5%
bueno	43,1%
muy bueno	32,1%
excelente	7,3%
Total	100,0%

<b><i>calificación recreación</i></b>	
nsnc	3,6%
malo	19,0%
regular	31,4%
bueno	35,0%
muy bueno	9,5%
excelente	1,5%
Total	100,0%

<i>calificación gastronomía</i>	
nsnc	5,1%
malo	0,7%
regular	5,8%
bueno	51,1%
muy bueno	30,7%
excelente	6,6%
Total	100,0%

<i>calificación atención turistas</i>	
nsnc	11,7%
malo	3,6%
regular	22,6%
bueno	43,1%
muy bueno	17,5%
excelente	1,5%
Total	100,0%

<i>calificación información turística</i>	
nsnc	9,5%
malo	2,2%
regular	21,9%
bueno	44,5%
muy bueno	17,5%
excelente	4,4%
Total	100,0%

<i>calificación transporte aproximación</i>	
nsnc	10,9%
malo	39,4%
regular	35,0%
bueno	12,4%
muy bueno	2,2%
excelente	
Total	100,0%

<b><i>calificación laguna</i></b>	
nsnc	3,6%
malo	2,2%
regular	16,1%
bueno	51,8%
muy bueno	21,2%
excelente	5,1%
Total	100,0%

<b><i>calificación señalización turística</i></b>	
nsnc	7,3%
malo	23,4%
regular	33,6%
bueno	28,5%
muy bueno	6,6%
excelente	0,7%
Total	100,0%

<b><i>calificación limpieza calles</i></b>	
nsnc	1,5%
malo	21,2%
regular	37,2%
bueno	33,6%
muy bueno	4,4%
excelente	2,2%
Total	100,0%

<b><i>calificación seguridad</i></b>	
nsnc	
malo	52,6%
regular	35,8%
bueno	11,7%
muy bueno	
excelente	
Total	100,0%

<b>calificación iluminación</b>	
nsnc	0,7%
malo	17,5%
regular	32,1%
bueno	39,4%
muy bueno	8,0%
excelente	2,2%
Total	100,0%

<b>calificación estacionamiento</b>	
nsnc	5,8%
malo	28,5%
regular	23,4%
bueno	35,0%
muy bueno	5,8%
excelente	1,5%
Total	100,0%

<b>calificación transporte urbano</b>	
nsnc	11,7%
malo	51,1%
regular	29,2%
bueno	5,1%
muy bueno	2,9%
excelente	
Total	100,0%

<b>calificación tránsito</b>	
nsnc	1,5%
malo	56,2%
regular	28,5%
bueno	13,1%
muy bueno	0,7%
excelente	
Total	100,0%

<b><i>calificación señalización vial</i></b>	
nsnc	1,5%
malo	29,2%
regular	49,6%
bueno	17,5%
muy bueno	1,5%
excelente	0,7%
Total	100,0%

<b><i>calificación estado de las calles</i></b>	
nsnc	
malo	28,5%
regular	33,6%
bueno	32,1%
muy bueno	5,8%
excelente	
Total	100,0%

<b><i>calificación terminales transporte</i></b>	
nsnc	8,0%
malo	14,6%
regular	25,5%
bueno	42,3%
muy bueno	8,0%
excelente	1,5%
Total	100,0%

<b><i>calificación rutas aproximación</i></b>	
nsnc	4,4%
malo	13,9%
regular	24,8%
bueno	40,9%
muy bueno	11,7%
excelente	4,4%
Total	100,0%

<i>calificación servicio ferroviario</i>	
nsnc	3,6%
malo	30,7%
regular	42,3%
bueno	22,6%
muy bueno	0,7%
excelente	
Total	100,0%

<i>calificación servicio ómnibus</i>	
nsnc	7,3%
malo	13,1%
regular	38,7%
bueno	29,2%
muy bueno	8,0%
excelente	3,6%
Total	100,0%

<i>calificación servicio peaje</i>	
nsnc	13,1%
malo	20,4%
regular	33,6%
bueno	29,9%
muy bueno	2,2%
excelente	0,7%
Total	100,0%

<i>costanera</i>	
nsnc	0,7%
+	95,6%
-	3,6%
Total	100,0%

<i>camino circunvalación</i>	
nsnc	2,9%
+	91,2%
-	5,8%
Total	100,0%

<b>espacios verdes</b>	
nsnc	0,7%
+	92,7%
-	6,6%
Total	100,0%

<b>puntos fuertes localidad 1</b>	
nsnc	7,3%
la laguna	62,0%
la pesca	13,1%
la náutica	8,0%
la historia	4,4%
el paisaje	8,8%
las estancias	1,5%
los espacios verdes	17,5%
la actividad cultural	5,1%
el teatro	0,7%
la tranquilidad	10,9%
la cercanía, la proximidad a la metrópoli	19,0%
hotelería	2,2%
gastronomía	2,9%
comercio	4,4%
otros	13,1%
Total	181,0%

El porcentaje total es mayor a 100 porque algunos encuestados mencionaron más de 1 alternativa

<b>puntos débiles localidad</b>	
nsnc	14,7%
rutas / peaje	6,6%
transporte	3,7%
tránsito	2,9%
falta de actividades para chicos	1,5%
falta de actividades para jóvenes	1,5%
faltan actividades recreativas	22,1%
faltan actividades culturales	3,7%
faltan actividades acuáticas	0,7%
alojamiento insuficiente	8,1%
precios	2,9%
precio del alojamiento	1,5%
cuidado del impacto turístico	3,7%
contaminación de la laguna	0,7%
gestión municipal	8,1%
falta de apoyo a la actividad	5,9%
otros	27,2%
ninguno	5,1%
Total	120,6%

El porcentaje total es mayor a 100 porque algunos encuestados mencionaron más de 1 alternativa

<i>sector que incide más</i>	
nsnc	19,7%
alojamiento hotelero	35,8%
alojamiento extrahotelero	5,1%
gastronomía	17,5%
esparcimiento	9,5%
comercio	5,1%
servicio de balneario o de estar en el recurso	5,1%
transporte	2,2%
Total	100,0%

<i>sector que obtiene más beneficio</i>	
nsnc	19,0%
alojamiento hotelero	41,6%
alojamiento extrahotelero	10,2%
gastronomía	17,5%
comercio	10,2%
servicio de balneario o de estar en el recurso	0,7%
todos	0,7%
Total	100,0%

<i>efectos positivos de la actividad turística</i>	
nsnc	1,5%
económico, crecimiento económico	43,1%
actividad comercial	3,6%
trabajo, más empleo	31,4%
gastos en la ciudad	0,7%
ingresos para el comercio	7,3%
ingresos para los prestadores	9,5%
ingresos para el municipio	7,3%
inversiones	2,2%
desarrollo urbano	6,6%
vida para la ciudad	5,8%
crece la población	7,3%
otra gente para ver / sociabilidad	8,0%
otros	9,5%
ninguno	0,7%
Total	144,5%

El porcentaje total es mayor a 100 porque algunos encuestados mencionaron más de 1 alternativa

<b>efectos negativos 1</b>	
nsnc	12,4%
ambientales	8,8%
contaminación	13,9%
contaminación visual	1,5%
saturación	12,4%
congestión en el tránsito	15,3%
degradación de espacios verdes	8,8%
suciedad	26,3%
inseguridad	8,0%
tránsito	0,7%
otros	10,9%
ninguno	14,6%
Total	133,6%

El porcentaje total es mayor a 100 porque algunos encuestados mencionaron más de 1 alternativa

<b>gestión municipal</b>	
nsnc	9,5%
excelente	2,9%
muy buena con ... proyectos y difusión	2,9%
muy buena	8,0%
buena	20,4%
buena, pero...	15,3%
un poco mejor	0,7%
regular	21,2%
poco interesada, poco satisfactoria	3,6%
mala	15,3%
Total	100,0%

<b>temporada alta</b>	
nsnc	5,1%
ir a la laguna	51,8%
pasar por la ciudad	28,5%
practicar deporte	18,2%
asistir a espectáculos	14,6%
ir a bailar	19,0%
ir de compras	8,8%
caminar por la costa del lago	25,5%
conocer gente	5,1%
descubrir lugares	2,2%
estar con amigos	19,0%
descansar / estar tranquilo	35,8%
pescar	0,7%
Total	234,3%

El porcentaje total es mayor a 100 porque algunos encuestados mencionaron más de 1 alternativa

<i>fuera de temporada</i>	
nsnc	13,1%
ir a la laguna	19,0%
pasear por la ciudad	27,7%
practicar deporte	10,2%
asistir a espectáculos	9,5%
ir a bailar	12,4%
ir de compras	9,5%
caminar por la costa del lago	21,9%
conocer gente	5,8%
descubrir lugares	5,8%
estar con amigos	21,9%
descansar / estar tranquilo	43,8%
pescar	1,5%
Total	202,2%

El porcentaje total es mayor a 100 porque algunos encuestados mencionaron más de 1 alternativa

<i>otras actividades económicas</i>	
nsnc	19,7%
sí	72,3%
no	8,0%
Total	100,0%

<i>cuáles</i>	
culturales	32,6%
exposiciones	2,3%
empresariales	10,5%
industriales, fabriles	43,0%
agropecuarias	4,7%
casino	4,7%
industrialización de residuos	1,2%
otros	17,4%
Total	116,3%

El porcentaje total es mayor a 100 porque algunos encuestados mencionaron más de 1 alternativa

<b><i>participa de alguna institución local</i></b>	
nsnc	5,8%
no	86,1%
sí	8,0%
Total	100,0%

<b><i>cuál institución</i></b>	
empresarial	7,7%
social	30,8%
cultural	23,1%
deportiva	30,8%
política	7,7%
Total	100,0%

<b><i>especifique tipo de actividad</i></b>	
secretaría	16,7%
tesorero	8,3%
socio	8,3%
integrante voluntario	16,7%
vocal	8,3%
practica deporte	16,7%
profesora	8,3%
en la comisión	16,7%
Total	100,0%

<b><i>ha desarrollado alguna actividad con otras instituciones</i></b>	
nsnc	9,1%
sí	9,1%
no	54,5%
colaboración orquesta escuela	9,1%
centros de educación física	9,1%
torneos deportivos	9,1%
Total	100,0%

<b><i>y con el sector público</i></b>	
nsnc	8,3%
sí	25,0%
no	33,3%
sobre discapacidad	8,3%
ajedrez en escuela	8,3%
directora teatro torneos bonaerenses	8,3%
competencias deportivas	8,3%
Total	100,0%

<i>cómo se comunica la institución con usted</i>	
teléfono	66,7%
boletines impresos	16,7%
todas	16,7%
Total	100,0%

<i>motivos por los cuales la institución se comunica</i>	
problemáticas generales	41,7%
trabajo en conjunto y búsqueda de consenso	75,0%
Total	116,7%

El porcentaje total es mayor a 100 porque algunos encuestados mencionaron más de 1 alternativa

<i>cómo califica la utilidad de la información</i>	
muy útil	58,3%
útil	41,7%
Total	100,0%

<i>conoce el plan estratégico local / regional</i>	
nsnc	11,7%
sí	12,4%
no	75,9%
Total	100,0%

<i>opinión sobre el plan estratégico</i>	
nsnc	22,2%
muy bueno si	27,8%
bueno para	33,3%
regular	5,6%
intrascendente	5,6%
ninguna opinión	5,6%
Total	100,0%

<b><i>proyecto público privado más importante</i></b>	
nsnc	10,4%
construcción del barrio	5,2%
construcciones de vivienda	8,1%
más escuelas	14,8%
escuela de educación completa	0,7%
universidad	5,2%
sistema de salud	10,4%
un hospital	3,7%
empresas que generen oportunidades y empleo a los habitantes	17,0%
servicios básicos	14,8%
red de agua	10,4%
red de cloacas	1,5%
pavimento	6,7%
transporte urbano	4,4%
eficiencia municipal	0,7%
calidad de los servicios	1,5%
mejorar la estación de ferrocarriles	3,7%
un centro comercial con actividades	2,2%
un casino bingo	3,0%
un buen hotel	9,6%
otros	10,4%
circunvalación	14,1%
Total	158,5%

El porcentaje total es mayor a 100 porque algunos encuestados mencionaron más de 1 alternativa

## **ENCUESTA A PRESTATARIOS DE SERVICIOS TURISTICOS EN LA CIUDAD DE CHASCOMUS**

La encuesta es una técnica que no responde estrictamente a un nivel de análisis descriptivo, explicativo o aplicado sino que permite acceder a información no disponible en función de las expectativas del estudio en realización de conocer para actuar en relación a una problemática específica, apelando a procedimientos estandarizados de investigación a fin de recoger datos de una muestra de casos representativa de un universo más amplio del que se pretende explorar, describir y explicar una serie de características.

La encuesta a prestatarios de servicios turísticos remite al universo conformado por las personas que se desempeñan en empresas de prestación de servicios destinados a la demanda de usuarios que visitan la localidad de Chascomús, en actividad turística o recreativa, sin exclusión usuarios que habitan en la localidad o en su área de influencia.

El universo considerado en la encuesta comprende a los prestatarios de servicios turísticos y recreativos que en su carácter de unidad de análisis se identifican con la persona responsable de la prestación en las empresas cuya selección resulta de una muestra ad-hoc que incluye a prestatarios de los diferentes servicios en relación al número de empresas consideradas.

Al momento de elegir empresas objeto de encuesta se apeló a aquellas identificadas por el área de competencia municipal incluidas en la información de los documentos de difusión y promoción turística, ubicados en la localidad y en el perímetro de la laguna. A los efectos de definir la muestra, atento el acotado número de empresas identificadas, congruente con la escala de afluencia turística, se ha adoptado una opción no probabilística, que reconoce una proporcionalidad respecto de los emprendimientos incluidos en los diferentes rubros que, acorde a lo expresado, confiera suficiente representatividad a los resultados

## MUESTRA DE SERVICIOS OBJETO DE ENCUESTA

Agencia de viajes	1
Transporte	2
<i>Micros</i>	1
<i>Remises</i>	1
Esparcimiento	4
<i>Discoteca</i>	1
<i>Diversión</i>	2
<i>Video game</i>	1
Comercio	7
<i>Artesanías</i>	4
<i>Rotisería</i>	1
<i>Almacén</i>	1
Gastronomía	12
<i>Café bar</i>	3
<i>Restaurante</i>	8
Alojamiento	13
<i>Cabaña</i>	5
<i>Hotel</i>	3
<i>Camping</i>	2
<i>Inmobiliaria</i>	3
Recreación	1
<i>Museo (*)</i>	1
Total	38

(\*) se le incluye en relación a consulta respecto de de las cuestiones pertinentes

## TEMAS Y CUESTIONES

De cada empresa:

- Antigüedad de la empresa
- Si dispone de casa matriz o sucursales en otras localidades su ubicación
- Período de apertura anual

De la persona encuestada:

Función

- Residencia del propietario
- Si reside en la localidad: años de residencia
- Si no reside en la localidad: dónde reside
- Causal de su residencia

De la localidad de Chascomús:

- Fortalezas de la localidad
- Debilidades de la localidad
- Perspectivas del turismo en la localidad por qué tales perspectivas
- Principales problemas de la localidad
- riesgos que podría afrontar la localidad en el mediano plazo

Competencia para la resolución de problemas que afectan al sector turístico

Apreciación de la gestión del municipio en el área del turismo

- Definición de la localidad
- Definición del residente

De la laguna de Chascomús:

- Calidad orilla de laguna
- Calidad del agua
- Calidad del paisaje
- Calidad de los servicios
- Acceso a la laguna
- Extensión de la orilla
- Densidad de gente
- Equipamiento orillas
- Condiciones de seguridad
- Servicios en la laguna

De la demanda turística de Chascomús  
dirección de la oferta de establecimiento y servicios de la localidad  
según nivel socio económico  
según estratos etéreos

aspectos que más pueden influir en la satisfacción de los turistas de la localidad

De cada rubro específico y sectores de incidencia:  
problemas críticos de su actividad  
dónde realiza la compra de insumos cotidianos, periódicos, ocasionales necesarios

qué sector que incide más en la satisfacción del turista  
qué sector que obtiene más beneficio de la actividad turística

Del personal empleado:

residencia  
relación interpersonal  
cantidad en temporada  
fuera de temporada

De la asociatividad:

actividad desarrollada en conjunto con otras empresas en los dos últimos años  
según rubro  
según actividad

actividad desarrollada con el sector público  
según actividad

Institución que lo representa en sus intereses empresariales  
Influencia que le atribuye en las decisiones

participación en alguna institución local  
canales que emplea para comunicarse con la institución  
respuesta de la institución

De inversiones, acciones y proyecciones:

inversión realizada en la empresa en los dos últimos años  
destino de la inversión  
realización de algún curso de capacitación en los dos últimos años  
tipo de curso

necesidad de realizar algún ajuste en la calidad de los servicios que ofrece  
realización de algún tipo de seguimiento sobre la satisfacción de los clientes  
tipo de seguimiento  
conformidad con la rentabilidad de la empresa

participación en alguna actividad del Plan Estratégico  
opinión sobre el Plan Estratégico

proyecto -público o privado- mas importante para la localidad  
opinión sobre la rivera de Chascomús

Comentarios  
Observaciones

## A. EMPRESA

<b>Rubro</b>		
<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Transporte	2	5,3
Esparcimiento	4	10,5
Comercio	7	18,4
Gastronomía	12	31,6
Alojamiento	13	34,2
Total	38	100

<b>Tipo según rubro</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
Agencia de turismo	2,6
Almacén	2,6
Artesanías	10,5
Cabaña	13,2
Café Bar	7,9
Camping	5,3
Disco	2,6
Entretenimiento	5,3
Hotel	7,9
Inmobiliaria	7,9
Micros	2,6
Museo	2,6
Remisería	2,6
Restaurante	21,1
Rotisería	2,6
Video Game	2,6
Total	100,0

<b>Antigüedad de la empresa</b>	
<b>Años</b>	<b>%</b>
1	10,5
2	10,5
3	5,3
4	13,2
5	5,3
6	2,6
7	10,5
8	2,6
10	7,9
11	5,3
12	2,6
19	5,3
20	2,6
24	2,6
25	2,6
33	2,6
66	5,3
100	2,6
Total	100

<b>Tiene casa Matriz o Sucursales en otras localidades</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
No	92,1
Matriz	2,6
Sucursales	5,3
Total	100

<b>Localidades de la Casa Matriz o Sucursales</b>	
<b>Localidad</b>	<b>%</b>
Chascomús	66,66
Dolores	33,33
Total	100,00

<i>Permanece abierto todo el año</i>	
<i>Permanece abierto</i>	<i>%</i>
ns/nc	2,6
Si	94,7
No	2,6
Total	100

## B. PERSONA ENCUESTADA

<i>Función</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
propietario/socio	73,7
Encargado	26,3
Total	100

<i>El propietario reside en esta localidad</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
ns/nc	2,6
Si	94,7
No	2,6
Total	100

<b>Años de residencia en la localidad</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
ns/nc	15,8
toda la vida	39,5
2	5,3
6	2,6
8	5,3
9	2,6
11	2,6
20	7,9
29	2,6
30	2,6
32	2,6
37	2,6
46	2,6
50	2,6
mas de 60	2,6
Total	100

<b>Residencia en otra localidad</b>	
<b>Localidad</b>	<b>%</b>
Lezama	100
Total	100

<b>Elección de porque vive en esta localidad (opción 1)</b>	
<b>Elección</b>	<b>%</b>
la familia	10,5
le agrada	10,5
la calidad de vida	2,6
el trabajo	18,4
el lugar	5,3
otros	7,9
nací aquí	44,7
Total	100

<i>Elección de porque vive en esta localidad (opción 2)</i>	
<i>Elección</i>	<i>%</i>
la familia	41,66
le agrada	58,33
Total	100

### C. SOBRE LA LOCALIDAD

<i>Puntos fuertes que tiene esta localidad (opción 1)</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
la ubicación	10,5
la naturaleza	10,5
la cultura	5,3
la laguna	50
la tranquilidad	10,5
el deporte	7,9
otros	5,3
Total	100

<i>Puntos fuertes que tiene esta localidad (opción 2)</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
la ubicación	20,0
la naturaleza	20,0
la cultura	8,0
la laguna	16,0
la tranquilidad	20,0
la seguridad	4,0
la recreación	4,0
el deporte	4,0
otros	4,0
Total	100

<b><i>Puntos fuertes que tiene esta localidad (opción 3)</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
la ubicación	8,33
la naturaleza	25
la cultura	8,33
la infraestructura	8,33
la seguridad	16,66
otros	33,33
Total	100

<b><i>Puntos débiles que tiene esta localidad (opción 1)</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
ns/nc	2,6
en infraestructura	18,4
en servicios turísticos	21,1
en actividades recreativas	2,6
en servicios recreativos	13,2
en emprendimientos	7,9
en disposición turística	2,6
en gestión turística	7,9
otros	23,7
Total	100

<b><i>Puntos débiles que tiene esta localidad (opción 2)</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
en infraestructura	18,2
en servicios turísticos	18,2
en actividades recreativas	36,4
en emprendimientos	9,1
en gestión turística	18,2
Total	100

<i>Perspectivas del turismo en la localidad</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
mejorará	92,1
se estabilizará	7,9
Total	100

<i>Porque de esas perspectivas (opción 1)</i>	
<i>Categorías</i>	<i>%</i>
accesibilidad	18,9
satisfacción del turista	8,1
crecimiento de afluencia	21,6
crecimiento de servicios	13,5
conciencia creciente	8,1
gestión turística/urbana	16,2
otros	13,5
Total	100

<i>Porque de esas perspectivas (opción 2)</i>	
<i>Categorías</i>	<i>%</i>
accesibilidad	36,4
satisfacción del turista	9,1
crecimiento de servicios	9,1
precios accesibles	18,2
otros	27,3
Total	100

<i>Porque de esas perspectivas (opción 3)</i>	
<i>Categorías</i>	<i>%</i>
crecimiento de servicios	50
otros	50
Total	100

<b>Competencia para la resolución de problemas que afectan al sector turístico (opción 1)</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
sector público	76,3
sector privado en general	5,3
empresas del sector turístico	2,6
otros	15,8
Total	100

<b>Competencia para la resolución de problemas que afectan al sector turístico (opción 2)</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
crecimiento de servicios	50
otros	50
Total	100

<b>Apreciación de la gestión del municipio en el área del turismo</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
muy buena	26,3
buena	47,4
aceptable	15,8
regular	2,6
mala	7,9
Total	100

**D. SOBRE LA LOCALIDAD**

<i>Definición de la localidad (opción 1)</i>	
<i>Definición</i>	<i>%</i>
agradable	36,8
tranquila	10,5
creciente	7,9
para vivir	10,5
escala	5,3
oportunidades	2,6
turística	7,9
otros	18,4
Total	100

<i>Definición de la localidad (opción 2)</i>	
<i>Definición</i>	<i>%</i>
agradable	20
tranquila	20
amable	6,6
creciente	6,6
para vivir	6,6
oportunidades	13,3
turística	6,6
otros	20
Total	100

<b>Principales problemas de la localidad (opción 1)</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
el agua	26,3
el tránsito	7,9
la inseguridad	18,4
la insuficiencia de servicios urbanos	18,4
la insuficiencia de servicios turísticos	2,6
la gente	7,9
otros	10,5
ninguno	7,9
Total	100

<b>Principales problemas de la localidad (opción 2)</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
el agua	18,2
el tránsito	18,2
la inseguridad	18,2
la insuficiencia de servicios urbanos	9,1
la insuficiencia de servicios turísticos	18,2
la gente	9,1
otros	9,1
Total	100

<b>Principales problemas de la localidad (opción 3)</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
la insuficiencia de servicios urbanos	100

<b><i>Definición del residente</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
atributo positivo	44,7
atributo relativo	28,9
atributo negativo	23,7
otros	2,6
Total	100

<b><i>Riesgos que supone que puede sufrir la localidad en el mediano plazo</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
ns/nc	2,6
pérdida de puestos de trabajo	5,3
temporada más breve	7,9
congestión/situación	21,1
impactos en el recurso laguna	34,2
contaminación visual	10,5
déficit en infraestructura	7,9
recurso afectado por construcciones próximas	2,6
control exógeno de la actividad turística	5,3
otros	2,6
Total	100

**Opinión sobre las siguientes cuestiones**

<b><i>Calidad orilla de laguna</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
malo	10,5
regular	26,3
bueno	50
muy bueno	7,9
excelente	5,3
Total	100

<b><i>Calidad del agua</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
ns/nc	5,3
malo	23,7
regular	52,6
bueno	18,4
Total	100

<b><i>Calidad del paisaje</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
regular	5,3
bueno	28,9
muy bueno	31,6
excelente	34,2
Total	100

<b><i>Calidad de los servicios</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
malo	13,2
regular	42,1
bueno	34,2
muy bueno	10,5
Total	100

<b>Acceso a la laguna</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
malo	5,3
regular	13,2
bueno	71,1
muy bueno	10,5
Total	100

<b>Extensión de la orilla</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
ns/nc	5,3
malo	10,5
regular	21,1
bueno	39,5
muy bueno	15,8
excelente	7,9
Total	100

<b>Densidad de gente</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
ns/nc	2,6
regular	7,9
bueno	63,2
muy bueno	21,1
excelente	5,3
Total	100

<b>Equipamiento orillas laguna</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
ns/nc	2,6
malo	23,7
regular	34,2
bueno	31,6
muy bueno	7,9
Total	100

<b><i>Condiciones de seguridad</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
malo	10,5
regular	39,5
bueno	44,7
muy bueno	5,3
Total	100

<b><i>Servicios en la laguna</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
ns/nc	7,9
malo	13,2
regular	36,8
bueno	34,2
muy bueno	5,3
no hay	2,6
Total	100

## E. SOBRE LA DEMANDA TURÍSTICA

La oferta de establecimiento y servicios de la localidad está dirigida a:

<i>Según nivel socio-económico (opción 1)</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
c/nivel de ingresos medio alto	15,8
c/nivel de ingresos medio	50
c/nivel de ingresos medio bajo	7,9
de todos los niveles	26,3
Total	100

<i>Según nivel socio-económico (opción 2)</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
personas c/nivel de ingresos alto	16,7
c/nivel de ingresos medio alto	25
c/nivel de ingresos medio	33,3
c/nivel de ingresos bajo	8,3
de todos los niveles	16,7
Total	100

<i>Según nivel socio-económico (opción 3)</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
c/nivel de ingresos medio	100

<i>Según estrato etáreo (opción 1)</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
adolescentes	10,5
adultos	21,1
familia	31,6
todos en general	36,8
Total	100

<b>Según estrato etéreo (opción 2)</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
adolescentes	13,33
tercera edad	6,67
familia	46,67
todos en general	33,33
Total	100,00

<b>Según estrato etéreo (opción 3)</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
adolescentes	33,3
tercera edad	66,7
Total	100

<b>Aspectos que más pueden influir en la satisfacción de los turistas que vienen a esta localidad (opción 1)</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
calidad de los atractivos	18,4
diversidad de atractivos	2,6
calidad de los servicios	10,5
diversidad de servicios	2,6
relación calidad-precio	18,4
tranquilidad-seguridad	44,7
hospitalidad de la gente	2,6
Total	100

<b>Aspectos que más pueden influir en la satisfacción de los turistas que vienen a esta localidad (opción 2)</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
calidad de los atractivos	5,6
diversidad de atractivos	2,8
calidad de los servicios	5,6
diversidad de servicios	2,8
relación calidad-precio	8,3
tranquilidad-seguridad	44,4
estado de la localidad	2,8

hospitalidad de la gente	22,2
información-promoción turística	5,6
Total	100

<i>Aspectos que más pueden influir en la satisfacción de los turistas que vienen a esta localidad (opción 3)</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
calidad de los atractivos	8,7
diversidad de atractivos	8,7
calidad de los servicios	13
diversidad de servicios	4,3
relación calidad-precio	8,7
tranquilidad-seguridad	4,3
estado de la localidad	13
hospitalidad de la gente	21,7
información-promoción turística	17,4
Total	100

## F. SOBRE EL RUBRO ESPECÍFICO Y OTROS SECTORES

<i>Problemas críticos de su actividad</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
no advierte/ ninguno	26,3
estacionalidad	5,2
inflación / costos	5,2
falta de servicios urbanos	18,2
falta de regulación / control	5,2
falta de espacios verdes	2,6
competencia	10,4
clima	5,2
exigencias de los turistas	5,2
otros	13,0
ns/nc	2,6

En que localidad realiza la compra de sus insumos, para su actividad:

<b><i>Insumos Cotidianos</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
Avellaneda	2,6
Buenos Aires	2,6
Capital Federal	2,6
Chascomús	78,9
La Plata	2,6
La Plata / Buenos Aires	2,6
Norte Argentino	2,6
Tandil	2,6
Tandil/Chascomús	2,6
Total	100

<b><i>Insumos Periódicos</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
Avellaneda	2,6
Buenos Aires	10,5
Buenos Aires / La Plata	2,6
Capital Federal	5,3
Chascomús	57,9
Chascomús/Dolores	2,6
La Plata	10,5
Mendoza	2,6
Norte Argentino	2,6
ns/nc	2,6
Total	100

<b><i>Insumos Ocasionales</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
Avellaneda	2,6
Bariloche / Salta/ Jujuy/ Mendoza/ Tandil	2,6
Buenos Aires	2,6
Capital Federal	5,3
Chascomús	76,3
La Plata / Buenos Aires	2,6
Norte Argentino	2,6
ns/nc	5,3
Total	100

<b>Sector que incide más en la satisfacción del turista (opción 1)</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
alojamiento hotelero	26,3
alojamiento extrahotelero	42,1
gastronomía	18,4
esparcimiento	7,9
servicio de balneario o de estar en el recurso	2,6
otros	2,6
Total	100

<b>Sector que incide más en la satisfacción del turista (opción 2)</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
alojamiento extrahotelero	11,5
gastronomía	42,3
esparcimiento	30,8
servicio de balneario o de estar en el recurso	11,5
otros	3,8
Total	100

<b>Sector que obtiene más beneficio de la actividad turística (opción 1)</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
alojamiento hotelero	63,2
alojamiento extrahotelero	18,4
gastronomía	10,5
comercio	2,6
otros	5,3
Total	100

<b>Sector que obtiene más beneficio de la actividad turística (opción 2)</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
alojamiento extrahotelero	23,1
gastronomía	65,4
comercio	3,8
transporte	3,8
otros	3,8
Total	100

## G. PERSONAL EMPLEADO

<i>Personal empleado</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
ns/nc	5,3
residente	84,2
no residente	2,6
residente y no residente	7,9
Total	100

<i>Personal empleado</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
ns/nc	2,6
familiar	42,1
no familiar	44,7
familiar y no familiar	10,5
Total	100

<i>Cantidad en temporada</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
0	2,6
1	15,8
2	13,2
3	7,9
4	7,9
5	5,3
6	7,9
7	7,9
8	5,3
12	2,6
14	5,3
17	2,6
20	7,9
25	5,3
30	2,6
Total	100

<i>Cantidad fuera de temporada</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
0	2,6
1	28,9
2	7,9
3	13,2
4	5,3
5	2,6
6	13,2
7	5,3
8	5,3
10	2,6
15	7,9
20	2,6
25	2,6
Total	100

## H. ASOCIATIVIDAD

<i>Desarrollo de alguna actividad en conjunto con otras empresas en los dos últimos años</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
si	78,9
no	21,1
Total	100

<i>Rubro</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
con otras ferias	14,3
Construcción	14,3
Espectáculos	14,3
Gastronómico	42,8

Servicios	14,3
Total	100

<i>Tipo de actividad</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
Casa de picadas en La Plata. Viajes y cursos con la facultad de enología	16,6
Construcción	16,6
obras de teatro	16,6
promoción con otro restuarante	16,6
Promociones	16,6
Radiovox	16,6
Total	100

<i>Con el sector público</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
si	68,4
no	31,6
Total	100

<i>Tipo de actividad</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
Apertura de temporada. Carrera de bicicletas	10
de alojamiento	10
Espectáculos / reuniones de escritores y de pintores	10
Feria de artesanías y espectáculos en Plaza Independencia	10
Participar en los eventos de la Secreatría de Turismo	10
Promoción con la Secretaría de Turismo	10
Promoción con la Secretaría de Turismo y eventos	10
Promociones. Empleado para alojamiento	10
Publicidad/servicios gastronómicos en diversos eventos	10
Transporte del Intech. Orquesta escuela	10
Total	100

<b><i>Institución que lo representa en sus intereses empresariales</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
ns/nc	5,3
ninguno	39,5
cámara de comercio	10,5
En la plata	2,6
ACE	31,6
Sindicato Gastronómico	5,3
Colegio de Martilleros	2,6
AAAVyT	2,6
Total	100

<b><i>Influencia que le atribuye en las decisiones</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
ns/nc	12,5
alta	18,8
media	18,8
poca	50
Total	100

<b><i>Cuando se comunica con la institución, la respuesta es:</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
ns/nc	5
inmediata	45
mediata	35
nula	15
Total	100

<b><i>Canales que emplea para comunicarse con la institución</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
ns/nc	5
teléfono	50
mailing	5
correo electrónico	5
otros	35
Total	100



<i>Participa en alguna institución local</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
ns/nc	28,9
no	65,8
si	5,3
Total	100

## I. INNOVACIÓN

<i>Inversión realizada en la empresa en los dos últimos años</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
no	15,8
si	84,2
Total	100

<i>Cual</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
mantenimiento	21,2
equipamiento / mobiliario	30,3
remodelaciones	18,2
incremento de stock	3,0
mejoras continuas	15,2
instalaciones / servicios	18,2
información / comercialización	9,1
otros	3,0

<i>Realización de algún curso de capacitación en los dos últimos años</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
no	65,8
si	34,2
Total	100

<i>Cual</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
atención al turista	7,7
marketing / comercialización	15,4
gastronomía / hotelería	15,4
de turismo	46,2
otros	23,1

<i>Considera necesario realizar algún ajuste en la calidad de los servicios que brinda</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
no	18,4
si	81,6
Total	100

<i>Cual?</i>	
<i>Categoría</i>	<i>%</i>
Siempre	16,1
Mejorar-incrementar los servicios	32,2
Mejorar lugares - espacios	35,4
Atención al cliente	12,9
Recursos humanos	16,1
Otros	12,9

<b>Realización de algún tipo de seguimiento sobre la satisfacción de los clientes</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
no	23,7
si	76,3
Total	100

<b>Cual?</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
Libro	3,3
Encuesta	20,0
Contacto telefónico	13,3
Contacto personal	53,3
Otros	9,9

<b>En conformidad con la rentabilidad de la empresa</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
no	26,3
si	73,7
Total	100

<b>Participación en alguna actividad del Plan Estratégico</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
no	78,9
si	21,1
Total	100

<b>Cual</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
1era parte. Talleres de diagnóstico	12,5
Como presidenta del barrio Algarrobo	12,5
De brindar servicio cuando se reunen	12,5
Reuniones	37,5
Taller de patrimonio	12,5
Talleres	12,5
Total	100

<b>Opinión sobre el Plan Estratégico</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
positiva	26,3
relativa	13,2
negativa	23,7
no lo conoce	36,8
Total	100

<b>Opinión sobre la rivera de Chascomús</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
positiva	50
según sectores	23,7
mejorable	23,7
negativa	2,6
Total	100

<b><i>Cuál sería el proyecto (público o privado) mas importante para la localidad (opción 1)</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
accesibilidad	13,2
alojamiento/hotelería	18,4
recreación	44,7
infraestructura	2,6
recuperación/preservación	2,6
gestión turística/urbana	10,5
otros	7,9
Total	100

<b><i>Cuál sería el proyecto (público o privado) mas importante para la localidad (opción 2)</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
accesibilidad	9,1
alojamiento/hotelería	9,1
recreación	18,2
infraestructura	9,1
recuperación/preservación	27,3
gestión turística/urbana	27,3
Total	100

<b><i>Cuál sería el proyecto (público o privado) mas importante para la localidad (opción 3)</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
gestión turística/urbana	100

<b><i>Advierte problemas ambientales? Cual?</i></b>	
<b><i>Categoría</i></b>	<b><i>%</i></b>
Contaminación de la laguna	39,0
Contaminación en el aire - polución	5,2
Contaminación visual	5,2
Contaminación del agua	5,2
residuos - basura	7,8
Carencia de servicios urbanos	13,0
No	39,0

Anexo encuestas / III. Encuesta a prestatarios

Otros	7,8
-------	-----

<b>Observaciones</b>	
<b>Categoría</b>	<b>%</b>
que Chascomús crezca con tranquilidad y salud	8,33
Que todos se pongan la camiseta de la ciudad para hacer	8,33
Demasiado crecimiento de la ciudad en relación con los servicios	8,33
Deplorable el acceso a chascomus, faltan unidades sanitarias y esparcimiento para chicos	8,33
Faltan baños	8,33
Interesante el relevamiento sobre inquietudes de prestatarios	8,33
Mantener la orilla libre de edificaciones	8,33
Obligar a las concesiones a que dejen abiertos los baños	8,33
Obligar a las concesiones a que dejen abiertos los baños y cuidar la laguna. Que los comerciantes tengan abierto los domingos	8,33
Que el personal se capacite en cuanto a información acerca de Chascomús	8,33
Se necesita un cambio de mentalidad para que la ciudad crezca turísticamente	8,33
Seguridad y establecer legislación por el precio de las habitaciones	8,33
Total	100