

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:



**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar>

APORTES y Transferencias



Turismo y paisaje

Gestión de destino

Turismo residenciado

Simposio Internacional de Investigación en Turismo

Centro de Investigaciones Turísticas
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata

TIEMPO LIBRE Turismo y Recreación

Año 15

Volumen II

2011

Mar del Plata

TURISMO RESIDENCIADO - TURISMO SERVICIADO IMPLICANCIAS Y ALCANCES EN MAR DEL PLATA

Mg. Juan Carlos Mantero - Universidad Nacional de Mar del Plata
Mg. Leandro Laffan - Mg. Daniel Lefrou. Ente Municipal de Turismo.
jcmartero@yahoo.com.ar
llaffan@turismomardelplata.gov.ar - dlefrou@turismomardelplata.gov.ar

RESUMEN

La cuestión objeto de estudio remite al *turismo residenciado* y al *turismo serviciado* como alternativas de acceso al usufructo turístico, entendiendo por residenciado aquel que hace de la vivienda la unidad de alojamiento turístico respecto de aquel que hace unidad de alojamiento el servicio de hotelería, sin perjuicio de tercer alternativa de aquel que apela a la unidad en apart hotel, *mix* vivienda - hotel.

El estudio se realiza en el contexto de la investigación en curso *Turismo y Desarrollo Cuestiones, dilemas y proposiciones* a propósito del devenir turístico en el territorio de la Provincia de Buenos Aires y de la serie de encuestas realizadas al turista de Mar del Plata a propósito de cuestiones turísticas relevantes.

La presentación aspira dar cuenta de las diferenciales condiciones de desarrollo turístico que plantean una u otra de las opciones, en particular respecto del perfil del usuario y del impacto en el territorio y en el destino, en las utilidades generadas al visitante y al habitante, en la urbanidad inducida y en el desarrollo local y regional del litoral atlántico signado por el turismo de sol y playa.

El método adoptado apela a la encuesta para acceder a la apreciación de la conducta diferencial del turista por relación al modo de alojarse, por tanto en su adscripción al turismo residenciado o al turismo serviciado, en el contexto de una serie de encuestas realizadas en respecto de cuestiones diversas mediante la cooperación del Centro de Investigaciones Turísticas Universidad Nacional de Mar del Plata y el Ente Municipal de Turismo de la Municipalidad de Gral. Pueyrredón.

Además del análisis de resultados que hace al perfil del turista encuestado se asume la problemática específica de su pertenencia a una u otra modalidad turismo residenciado / turismo serviciado - *usufructo residencial / usufructo servicial* - y relevando información respecto de prácticas turísticas, actividades recreativas, consumos realizados, causa de la opción residencial / servicial turística e incluyendo un tema de no menor significación: motivaciones que le inducirían a residir en Mar del Plata.

Palabras Clave: turismo residenciado - turismo *serviciado* - Mar del Plata

***IMPEACHED TOURISM - SERVICED TOURISM.
IMPLICATIONS AND SCOPE IN MAR DEL PLATA.***

SUMMARY

The issue under discussion refers to this two types of tourism as alternative for tourist access to the usufruct, meaning that impeached housing makes the unit of tourist accommodation on one housing unit that makes the hotel service, subject third alternative that refers back to the unit apart hotel, housing mix - hotel.

The study was performed in the context of the ongoing investigation Tourism and Development Issues, dilemmas and propositions on the subject of future tourism in the territory of Buenos Aires Province and the series of surveys to tourists as of Mar del Plata purpose of relevant tourism issues.

The presentation aims to account for the differential conditions that pose a tourist development or other options, particularly regarding its impact on the area and the destination, the profits generated in the visitor and the inhabitant in civility induced and in local and regional development of the Atlantic coast marked by the sun and beach tourism.

The method adopted for the survey calls for access to the appreciation of the distinct behavior relative to the tourist by way of stay, therefore its assignment to impeached tourism or serviced tourism, appeals to surveys on various issues in cooperation with the UNMdP Tourism Research Center and the Civic Tourism Entity MGP.

Besides the analysis of results that makes the respondent tourist profile we assume the specific problems of their membership in one form or another impeached tourism /serviced tourism - residential usufruct / serviced usufruct - and relaying information regarding tourism practices, recreation, consumption made , because of the choice residential / serviced tourist and including a subject of no less significance: motivations induce him to reside in Mar del Plata.

KEYWORDS: *tourism impeached - serviced tourism - tourist accommodation - Mar del Plata*

TURISMO RESIDENCIADO - TURISMO SERVICIADO. IMPLICANCIAS Y ALCANCES EN MAR DEL PLATA.

Mg. Juan Carlos Mantero - Universidad Nacional de Mar del Plata

Mg. Leandro Laffan - Ente Municipal de Turismo - Mar del Plata

Mg. Daniel Lefrou - Ente Municipal de Turismo - Mar del Plata

1. Presentación

En el contexto de la investigación en curso *Turismo y Desarrollo* se plantean *Cuestiones, dilemas y proposiciones* que genera, identifica e induce el devenir turístico en el territorio. Una de las cuestiones objeto de estudio remite al *turismo residenciado* y al *turismo serviciado* como alternativas de acceso al usufructo turístico, entendiendo por residenciado aquel que hace de la vivienda la unidad de alojamiento turístico respecto de aquel que hace unidad de alojamiento aquella que le propone el servicio de hotelería, sin perjuicio de considerar la alternativa tercera de la unidad de alojamiento en apart hotel, opción *mix* de la alternativa vivienda - hotel.

La investigación se propone dar cuenta de las diferenciales condiciones de desarrollo turístico que plantean una u otra de las opciones, en particular a propósito de su impacto en el territorio y en el destino, en las utilidades generadas al visitante y al habitante, en la urbanidad inducida y en el desarrollo local y regional del litoral atlántico signado por el turismo de sol y playa.

La contribución aspira a delinear la diferencial incidencia que en la actividad del turista plantea la opción del turismo residenciado respecto de aquella que plantea el turismo *serviciado*, a partir del análisis de los resultados de la cuestión, incluida en la encuesta al turista de temporada localizado en Mar del Plata en la estación estival, realizada en cooperación con la Municipalidad de Gral. Pueyrredón a partir de una muestra representativa y de un cuestionario inclusivo.

El estudio remite a la Encuesta en Temporada Estival, realizada en 2010, cuya muestra contempla la densidad de disposición de los turistas en playa y cuyo cuestionario, recurrente en cada temporada, integra además las consultas referidas a la cuestión planteada. Sin perjuicio del estudio a propósito de la afluencia estival, en anexo se incluyen además de las tablas de resultados de la Encuesta en Temporada Estival, las tablas de resultados de la Encuesta de Temporada Invernal, apelando a idéntico cuestionario y muestra ad-hoc, en la aspiración de comparar coincidencias y diferencias generadas por la incidencia de diferentes condiciones estacionales.

El documento tiene por objetivo analizar el perfil y el comportamiento de los turistas de temporada estival de la ciudad de Mar del Plata y el análisis de las particularidades que existen en los perfiles y comportamientos de los turistas alojados en establecimientos hoteleros - *turismo serviciado* - y aquellos que se alojan en sus propias viviendas o de familiares y amigos y viviendas de alquiler - *turismo residenciado*.

La pertinencia del estudio la confiere la magnitud de la afluencia turística a Mar del Plata en el período estival que, de acuerdo a la información del EMTUR acorde a estudios sistemáticos realizados, en la temporada estival 15.12.09 - 15.03.10 alcanza a 3.370.000 turistas, con primacía de afluencia en enero cuyo número de presencias simultáneas alcanza a 320.000 turistas que de acuerdo a la encuesta realizada implica la opción del 85 % por el turismo residenciado y del 15 % del turismo serviciado.

El estudio presentado es una instancia consecuente de estudios ya realizados en la consideración de la cuestión *Turismo Residenciado* - *Turismo Serviciado*, incluida la Encuesta realizada en 2009, cuyos resultados genéricos se ratifican. En el presente desarrollo se procura dar a conocer el análisis a través de la encuesta más reciente realizada al respecto en temporada estival 2010, incluyendo en el anexo de Tablas su resultado en temporada invernal, indagando en las diferencias entre el turismo serviciado (modalidades de hotel y apart hotel) y el turismo residenciado (vivienda propia, alquilada y de familiares o amigos), y al indagar en el turismo residenciado analizando las diferencias entre los perfiles y comportamientos de los turistas *alojados en casas* y aquellos *alojados en departamento*.

Atento la magnitud y recurrencia de la afluencia turística, no obstante la singularidad incluyente de Mar del Plata, en tanto metrópoli diversificada en su conformación y en su producción, con respecto a centros de actividad turística excluyente, *las urbanizaciones turísticas* del litoral atlántico bonaerense, la presentación de los resultados del estudio resulta elocuente de la incidencia diferencial de las opciones de *turismo residenciado* y *turismo serviciado*, en tanto la muestra adoptada acredita un universo de turistas diversificado, comprehensivo además de alternativas diferentes de acceso al uso y fruición de su tiempo turístico.

Cabe consignar que el tema se ha concebido, problematizado y programado en el Centro de Investigaciones Turísticas, la encuesta se ha realizado por intermedio del Ente Municipal de Turismo, en tanto el estudio consecuente se ha realizado con la participación de los co-autores en el contexto del programa de cooperación entre el Centro de Investigaciones Turísticas y el Ente Municipal de Turismo.

La magnitud de la afluencia turística a Mar del Plata en el período estival confiere pertinencia al estudio y en su realización inferencias de interés, atento que, de acuerdo a la información del EMTUR, acorde a estudios sistemáticos realizados, en la última tempo-

rada estival 15.12.09 - 15.03.10 alcanza a 3.370.000 turistas, con primacía de afluencia en enero, cuyo número de presencias simultáneas en no pocos días de saturación alcanza a 320.000 turistas.

El estudio realizado, sustentado primordialmente en la Encuesta de Temporada Estival 2010, es una instancia consecuente del estudio precedente a propósito de la Encuesta de Temporada Estival 2009, cuando se da comienzo a la investigación identificada en la cuestión Turismo Residenciado - Turismo Serviado, antecedente de la Encuesta de Temporada Invernal 2010, cuyos resultados se anexan y sustentan genéricas coincidencias.

A propósito de la Encuesta, en el presente informe se procura profundizar el análisis realizado, indagando en las diferencias entre el turismo serviciado (modalidades de hotel y apart hotel) y el turismo residenciado (vivienda propia, alquilada y de familiares o amigos). Sin embargo, su singularidad y contribución en plus radica en que, al indagar en el turismo residenciado, se analizan las diferencias entre los perfiles y comportamientos de los turistas alojados en casas y aquellos alojados en departamento, en la premisa que la unidad de vivienda incide en actitudes y actividades.

La inclusión de la cuestión Turismo Residenciado - Turismo Serviado en la Encuesta del Ente Municipal, convenio mediante, en el recíproco beneficio de producir conocimiento a fines diferenciales, es producto de haberse planteado cuestiones invisibilizados en la gestión e inferidos en la investigación que permite la adopción de políticas apropiadas y la definición de cuestiones relevantes, a través de la periódica innovación temática propiciada, más allá de la persistencia de los temas perdurables del estudio de la fluencia turística.

En el caso del turismo en establecimiento y del turismo en vivienda, las diferentes motivaciones que inducen el traslado al destino y el alojamiento elegido, las actividades susceptibles de usufructo en el descanso, la restauración y la recreación, cuanto la diversificada afluencia turística estival en relación a grupos conformados, estratos etéreos y niveles socioeconómicos, implícitamente perfiles socio culturales de los turistas involucrados.

El estudio de la problemática con respecto a Mar del Plata adquiere sentido en consideración a su escala y su actual conformación de metrópoli que le confiere ser escenario de actividades urbanas de una población que, de acuerdo al censo reciente, alcanza a 620.000 habitantes y de una afluencia estival de visitantes que le incrementa a 940.000 personas, cuya incidencia resulta significativa si, acorde a la hipótesis del estudio, se asimila a condición de habitantes a aquellos que en temporada se ubican en viviendas uni y multifamiliares familiares, permiten cuantificar 880.000 habitantes simultáneos, sin perjuicio de contemplar la presencia probable de casi 60.000 visitantes que en temporada pueden ocupar la capacidad disponible en establecimientos.

2.3. Encuesta al Turista

La Encuesta Estival inscripta en serie que ha permitido constatar las condiciones necesarias y apropiadas de adopción de una muestra probabilística, metódicamente concebida, representativa del universo de turistas presentes en el período consignado, garantizando la regularidad estadística y la inercia de los números, con error muestral admisible, apelando a un cuestionario acreditado a través del tiempo, incluyente de la cuestión objeto de investigación singular.

La muestra incluyó 1.000 turistas presentes en la ciudad de Mar del Plata y se realizó en playa entre el 1° de enero y el 15 de marzo de 2010 en los sectores del municipio y comprende las playas de Perla Norte, La Perla, Centro, Varese, Cabo Corrientes, Playa Grande, Punta Mogotes, Playas del Sur.

La distribución de encuestas por playas, realizada en congruencia con la muestra adoptada, es producto de la distribución de usuarios en base al criterio adoptado en la encuesta de la temporada precedente 2009, publicada oportunamente, contemplando la densidad de usuarios dispuestos en espacio público y en espacio de concesión.

Cuestiones planteadas

Además de las cuestiones planteadas a propósito del perfil del turista, tema genérico objeto de encuesta, se plantean las preguntas que dan cuenta de la cuestión objeto de estudio e integradas en la encuesta: *turismo residenciado - turismo serviciados*, que refieren a la opción de alojamiento y el consecuente perfil y práctica del turista y su disposición de residencia periódica o definitiva en Mar del Plata, y comprenden:

Perfil del turista s/ turismo residencia – turismo residenciado

- *Procedencia*
 - *Estudios del Principal Sostén de Hogar*
 - *Ingresos mensuales del Grupo Familiar*
 - *Nivel Socioeconómico.*
- de acuerdo a la metodología de la Asociación Argentina de Marketing.

Comportamiento del Turista

- *Tipo de Alojamiento*
- *Medio de Transporte*
- *Zona de Alojamiento*
- *Relación de los integrantes del grupo turístico*

- *Lugar de Restauración: de desayuno, de almuerzo y de cena*
- *Playa de Uso Habitual*
- *Actividades Recreativas: realizadas*

Cuestiones específicas de turismo residenciado - turismo serviciado

- *Por qué no opta por la modalidad alternativa de alojamiento.*
- *Motivaciones personales para residir en Mar del Plata.*
- *Condiciones de la ciudad para residir en Mar del Plata.*

Alternativa de residencia en Mar del Plata

- *Disposición de residencia*
- *Ubicación preferencial*
- *Tipo de alojamiento preferencial*

Aunque la modalidad de encuesta y de disposición de resultados permite acceder desde múltiples variables, a los efectos del presente Informe, en primer instancia se presentan los resultados globales y segmentados según alojamiento utilizado, diferenciando:

- Turistas alojados en casas (alquiladas, propias o de familiares / amigos)
- Turistas alojados en departamentos (alquiladas, propias o de familiares / amigos)
- Turistas alojados en hoteles y apart hoteles

2. 4. Análisis y apreciación de resultados

- Del perfil del turista encuestado.

. la procedencia de casi 70 % se origina en el área metropolitana, el resto se distribuye entre la Provincia y el resto de la Argentina, diferenciándose Santa Fe y Mendoza y apreciando reducida afluencia internacional.

. de los estratos etéreos considerados se destacan el 50 % comprendidos entre 18 -50 años el 20 % entre 51-65 años; de los grupos de relación se distinguen aquellos constituidos por familias con niños en edad escolar, acreditando primacía de grupos de relación de parentesco.

. de acuerdo a la metodología aplicada de AAM, el nivel socioeconómico se distribuye de modo apreciable entre los niveles medios C: alto C1 35 %, medio C2 30 % y bajo C3 20 %, acreditando diversidad social inclusiva.

. el medio de traslado más utilizado es el automóvil cubriendo el 75 %, en tanto el bus cubre el 22 %, ratificando el nivel identificado y acreditando la accesibilidad que confiere la ruta nacional 2 y la carencia de servicios ferroviarios y aéreos.

. el alojamiento en vivienda - casa / depto – comprende casi el 85 %, casa /depto propio alcanza el 42 % y alquilado alcanza el 30 %, en tanto el 15 % se adscribe al hotel, cuyas plazas se cubren en 80 % y 70 % en enero y febrero.

. la ubicación del alojamiento se dispone de modo preferente en el micro y macro centro el 26 % y Punta Mogotes el 17%, en tanto las playas más convocantes se disponen en el centro, el sur y la perla, donde casi el 75 % prescinde de alquilar servicios de sombra.

. el gasto turístico promedio diario por persona en enero - febrero, incluyendo traslado, alcanza a \$ 137.- y su distribución corresponde a alimentación 20 %, alojamiento 16 %, transporte 15 %, recreación 13 %, indumentaria 11 %, compras y obsequios 5%.

. la percepción de los servicios turísticos, apreciada en escala decreciente de valoración de 10 a 1, presenta un valor promedio es 7.6 , superado al asignarse el valor 8 a gastronomía, recreación, alojamiento, información, atención y rutas de aproximación.

en tanto se supera el valor 7, sin alcanzar el valor promedio, al apreciar servicios de terminales, transporte de aproximación, balnearios, taxis / remises, superando el valor 6 en seguridad, estado de playas, estado de calles, estado de la ciudad, estacionamiento.

• de las cuestiones del tema específico

1. Perfil y Comportamiento del Turista

1.1. Procedencia

La distribución por procedencia en la temporada estival muestra predominio del Área Metropolitana de Buenos Aires, donde el 29,93% procede de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y el 36,30% de los Gran Buenos Aires (GBA). En porcentuales sensiblemente menores se presentan el 14.44 % del Resto de la Provincia de Buenos Aires, el 18,35% del Resto del País y 0.98 % el turismo extranjero.

Segmentado por Tipo de Alojamiento

Al considerar la segmentación de los turistas encuestados por tipo de alojamiento se observan situaciones de interés, ya visualizadas en el informe respecto de la temporada 2008 - 2009.

. de los turistas alojados en casas: el 33,41% proviene de *CABA*, un porcentaje levemente superior al promedio general; el 47.12 % de *Gran Buenos Aires* representa, porcentual muy elevado respecto a la media; el 6.25 % de *Resto de la Provincia de Buenos Aires* y el 11.78 % *Resto del País*, restos distantes de la media global.

. de los turistas alojados en departamentos se presentan porcentuales es porcentuales similares a los globales: *CABA* con 33,93%, *GBA* con 35,43%, *Resto de la Provincia de Buenos Aires* con 16,71%, y *Resto del País* con 13,54%, cuyo porcentual se destaca por distante del promedio general.

. de los turistas alojados en establecimientos hoteleros se observan porcentuales muy elevados de las provincias del interior, cuyo participación alcanza el 31,83%, en detrimento del área metropolitana que, sumando *CABA* y *GBA*, alcanza apenas el 51% en relación a casi el 70% del global de la afluencia turística.

En síntesis, se aprecia nítidamente la relación de supremacía de los turistas del área metropolitana respecto del turismo residenciado y por otra parte la situación de los turistas del interior respecto del turismo serviciado donde adquiere una mayor relevancia.

1.2. Estudios del Principal Sostén de Hogar (PSH)

La distribución de acuerdo a estudios del PSH presenta un perfil formado con el 43,33% de con formación terciaria o universitaria, el 39,22% con formación secundaria, el 15,55% con formación primaria y el 1,91% que no consigna estudios.

Segmentado por Tipo de alojamiento

Al considerar la segmentación de los turistas encuestados por tipo de alojamiento no se observan variaciones significativas.

. de los turistas alojados en casas el 52 % poseen estudios terciarios o universitarios, superando la media, el 34,40% posee estudios secundarios y el 13,60% posee sólo estudios primarios.

. de los turistas alojados en departamentos el 44.07 % cuentan con formación terciaria o universitaria en un 44,07%, el 37,70% cuentan con formación secundaria, el 15,93% con formación primaria y el 2.30 % carece de estudios.

. de los turistas alojados en establecimientos hoteleros el 38.28 % poseen estudios terciarios o universitarios y no alcanzan la media, el 43,89% poseen estudios secundarios y superan levemente la media, el 15,84% poseen estudios primarios y el 1,98% no posee estudios.

1.3. Nivel socioeconómico

El nivel socio económico se define de acuerdo a la metodología propuesta por la Asociación Argentina de Marketing. Al remitirse a afluencia en forma global, encontramos que el NSE AB representa el 1,44%, el nivel C1 18,95%, el nivel C2 con el 29,56%, el nivel C3 el 35,12%, en tanto el nivel D1 el 14,93%. Al respecto cabe destacar significativa presencia de los segmentos medios y la reducida incidencia del nivel AB.

Segmentado por Tipo de Alojamiento

Al momento de realizar la segmentación del turistas encuestado de acuerdo a nivel socioeconómico por tipo de alojamiento se presentan diferencias significativas.

. turistas alojados en casas presentan el 0,81% del nivel AB, no alcanzando el promedio global, el 22,58% del nivel C1, supera sensiblemente la media, el 38,71% del nivel C2, supera encima de la media, en cuanto a los segmentos de menor nivel presentan porcentajes más reducidos que el promedio general: el 25,00% del nivel C3 y el 12,90% del nivel D1.

. turistas alojados en departamentos presentan porcentajes similares al promedio general con el 1,64% de nivel AB, el 18,98% de nivel C1, el 29,74% de nivel C2; el 35,58% de nivel C3 y el 14,05% de nivel D1.

. turistas alojados en establecimientos hoteleros genéricamente presentan segmentos de menor nivel socioeconómico que el indicado en promedio. El nivel AB representa el 1,36%, el nivel C1 el 17,29%, levemente menos del promedio general, el nivel C2 presenta el 25,42%, sensiblemente menos que la media; en tanto que los niveles C3 y D1 presentan valores que superan los promedios, el 38,64% y el 17,29% respectivamente.

1.4. Medio de transporte

La distribución por medio de transporte en el traslado de origen a destino permite observar la primacía del automóvil que alcanza al 74,58% y en sucesión del 21,29 % el ómnibus y del tren con el 3,36% y el avión con el 0,77%. El automóvil y el ómnibus resultan beneficiados en el traslado por el estado y la fluidez de la concesionada Autovía 2, en tanto que la cuantía de usuarios del tren y del avión se han reducido sensiblemente por carencias / deficiencias en servicios y frecuencias, afectando los segmentos polares.

Segmentado por Tipo de Alojamiento

La segmentación por tipo de alojamiento permite apreciar diferencias en las prácticas de traslado de los turistas.

. turistas alojados en casa utilizan casi con exclusividad el automóvil alcanzando el 93,84% y en menor medida el avión con el 5,24%, sensiblemente más alto que el promedio.

. turistas alojados en departamento utilizan el automóvil en cuantía del 65,86%, si bien en porcentual menor al promedio no cede la primacía, el ómnibus con el 31,67%, superando el promedio general, y en reducida participación el tren y el avión con el 1,71% y el 0,76%.

. turistas alojados en establecimientos utilizan el automóvil el 65,58%, no alcanzando la media, el ómnibus el 26,31%; y el tren el 8,12%.

1.5. Zona de Alojamiento

La zona de alojamiento acredita diferencias de conductas en lo que respecta al global de la afluencia turística. Se destacan la zona del Microcentro con el 20,79% y en sucesión las zonas adyacentes a las playas Playa Punta Mogotes con el 17,20%, Playa La Perla con el 12,74%, Playa del Centro con el 8,39%, les suceden en orden de prelación la Antigua Terminal de Ómnibus, Centro, Playa Alfar, Playa Grande, Castelli Comercial, Barrio La Perla, Bosque Peralta Ramos, sin perjuicio de la dispersión en otras zonas.

Segmentado por Tipo de Alojamiento

En cuanto a la segmentación por tipo de alojamiento, congruente con la conformación urbana se aprecia se disponen en las zonas signadas por el tipo y la función edilicia.

. turistas alojados en casas optan en su mayoría la zona sur de la ciudad: con el 39,01% en Playa Punta Mogotes y el 20,79% en Playas Alfar en primacía y dispersos en ubicaciones diversas no zonificadas el 15,18%.

. turistas alojados en departamentos presentan una más amplia dispersión en las diferentes zonas de la ciudad que en sucesión se disponen en coincidencia con el promedio, en sucesión la zona Microcentro con el 23,74%, Playa La Perla con el 14,30%, Playa de Punta Mogotes con el 12,54%; y Playas Centro con el 11,40%, entre las zonas más convocantes.

. turistas alojados en establecimientos presentan en la zona Microcentro con el 32,04%, superando el promedio global, sucediéndole en orden de prelación Playa La Perla con el 16,88%, Playa Punta Mogotes con el 12,65% y Antigua Terminal de Ómnibus con el 12,23%.

1.6. Relación entre los integrantes del grupo turístico

La modalidad de viaje a nivel global muestra que los grupos familiares reivindican la relación mas frecuente entre sus integrantes con el 64,53%, y le suceden los grupos integrados por matrimonios y parejas con el 22,22%, por amigos con el 9,61%, por novios con el 0,94% y otros parentescos con el 0,34%, en tanto solos / solas alcanzan al 2,36%.

Segmentado por Tipo de Alojamiento

La segmentación por tipo de alojamiento muestra el modo en que los diferentes grupos turísticos optan por diferentes modalidades de alojamiento.

. turistas alojados en casa pertenecen en porcentual relevante del 71,07% a grupos de familia con hijos, en porcentuales que superan la media; le suceden los matrimonios con el 13,47%, valor reducido por relación al promedio general. Situación producida porque las casas son elegidas por grupos de más integrantes, verificable en grupos de amigos que representan el 11,72%, valor que supera la media, en tanto solos / solas significan el 3,24% al alojarse probablemente en casa de familiares o de amigos residentes en Mar del Plata.

. turistas alojados en departamentos pertenecen a grupos de familia, en porcentual considerable del 69,00% valor que supera la media; el 19,69% son grupos de matrimonio y pareja, el 7,45% de amigos, el 0,92% de novios y el 0,35% de otros parientes, en tanto solos / solas alcanza al 2,60 %.

. turistas alojados en establecimientos muestran mayores diferencias respecto a los promedios generales. Aunque los grupos de familia son los más ostentan la mayoría, el porcentual es sensiblemente menor al promedio general con el 51,46%, sucediéndole los grupos de matrimonio y pareja con el 32,07%, de amigos con el 13,29%, de novios con el 1,46 %, y de otros parentescos apenas el 0,24%, en tanto solos y solas representan el 1,46%.

1.7. Lugar de restauración habitual

1.7.1. Desayuno

Respecto de los comportamientos del turista en relación al lugar donde realiza sus comidas con habitualidad cabe consignar que el desayuno lo realiza casi exclusivamente en el alojamiento el 92,86%, y en menor porcentual del 6,75% en establecimientos gastronómicos, sin perjuicio de que el 0,39% expresa no desayunar.

Segmentado por tipo de alojamiento

La segmentación por tipo de alojamiento no muestra diferencias sensibles entre los turistas alojados en las diferentes modalidades.

. turistas alojados en casas desayunan en el alojamiento el 97,12% y en establecimientos gastronómicos el 2,88%.

. turistas alojados en departamentos desayunan en el alojamiento el 91.67 % y en establecimientos gastronómicos el 7.75 %.

. turistas alojados en hoteles desayunan en el alojamiento el 92,81% y en establecimientos gastronómicos el 7,19%.

1.7.2. Almuerzo

El comportamiento de la demanda global muestra que el 50.39 % almuerza con vianda en playa, en establecimientos gastronómicos el 27,53%, en tanto que el 21,07%

lo hace en el alojamiento, no realiza su almuerzo el 1,01%.

Segmentado por tipo de alojamiento

La segmentación por tipo de alojamiento muestra las diferencias entre el turismo residenciado y el turismo serviciado.

- . turistas alojados en casas almuerzan con su vianda en playa el 46,05%, levemente menor al promedio, en el alojamiento 27,06%, por encima del promedio, en tanto que lo hace en establecimientos gastronómicos el 26,88 %..

- . turistas alojados en departamentos tienen un comportamiento similar, con mayor propensión a la vianda en playa el 58,03%, en establecimientos gastronómicos el 21,72%, en tanto que lo hace en el alojamiento el 18,19%.

- . turistas alojados en establecimientos hoteleros almuerzan en magnitud considerable del 52,09% en establecimientos gastronómicos; en tanto que en 24,16% lo hacen con vianda en playa y lo hacen en el alojamiento 22,04 %.

1.7.3. Cena

A propósito del lugar de cena, se observa que 53,84% lo hace en el alojamiento, en tanto que el 45,57% lo hace en establecimientos gastronómicos y el 0,59% expresa que no lo hizo.

Segmentado por tipo de alojamiento

La segmentación por tipo de alojamiento presenta las diferencias que existen entre los tres segmentos analizados.

- . turistas alojados en casas cenan en un porcentaje del 64,65%, proporción superior al promedio general en el alojamiento, en tanto que sólo el 33,71% lo hace en establecimientos gastronómicos.

- . turistas alojados en departamentos presentan un comportamiento más similar al promedio global: el 53,35% cena en el alojamiento; en tanto que el 46,55% lo hace en establecimientos gastronómicos.

- . turistas alojados en hoteles presentan la mayor propensión cenar en establecimientos gastronómicos del 55,10%, en tanto cena en el alojamiento el 43,34%.

1.8. Playas de concurrencia habitual

La distribución por playas de asistencia concurridas permite apreciar que las playas del Centro son las más utilizadas con el 20,12% y en sucesión las playas del Sur con el 19,66%, de La Perla con el 18,50%, de Punta Mogotes con el 15,61%, de Vare-

se Cabo Corrientes con el 11,67%, de La Perla Norte con el 8,99% y de Playa Grande 5,46%.

Segmentado por tipo de alojamiento

Relacionado con la zona de alojamiento, se observan relaciones entre el tipo de alojamiento y las playas utilizadas, producto de las características urbanísticas de los diferentes sectores de la ciudad.

. turistas alojados en casas presentan una preferencia mayor por playas distantes del centro de la ciudad ya que concurren en un 21,23% a las playas de La Perla, el 18,75% a las Playas del Sur, el 18,69% a Perla Norte, en proporción por encima de la media general, Punta Mogotes con el 16,68%; el Centro con el 13,33%, distante del promedio general, Varese con 5,76% y Playa Grande con 5,56%.

. turistas alojados en departamentos expresan un perfil diferente en el turismo residencial, más relacionado a la centralidad urbana de la ciudad. Las playas de mayor concurrencia las playas céntricas con 20,28% y en sucesión las playas de La Perla con 18,60%, las Playas del Sur con 18,55%; la playa de Varese - Cabo Corrientes con 14,93%; las playas de Perla Norte con 6,90% y de Playa Grande con 5,38%.

. turistas alojados en hoteles concurren 24,36% a las playas del Centro, superando el promedio global y le suceden las playas del Sur con 21,75%; de Punta Mogotes con 16,52%; de La Perla con 16,31%; de Varese - Cabo Corrientes con 10,39%, de Playa Grande con 6,61% y Perla Norte con 4,06%.

1.9. Actividades recreativas realizadas

Al indagar respecto de las principales actividades realizadas por los turistas se aprecia en prelación: *paseos por el centro* 77,10%, *paseos por la ciudad* 68,41%; *paseos por la costa* 63,30%; *ver tv / películas en el alojamiento* 22,20%; *lectura en el alojamiento* 20,80%; *teatro* 15,40%; *casinos y bingos* 15,40%; *visitas al puerto* 13,99%, *shopping y compras* en un 11,10%; *reuniones con amigos* 9,60%.

Segmentado por tipo de alojamiento

. turistas alojados en casas realizan las siguientes actividades: *paseos por la ciudad* 57,94%; *paseos por el centro* 57,94%; *paseos por la costa* 56,35%; *ver películas / tv en el alojamiento* 19,05%; *lectura en el alojamiento* 15,08%; *casinos / bingos* 13,49%; *visitas al puerto* 10,32%; *teatro* 9,52%; *shopping/ compras* 8,73%; *reuniones con amigos* 7,94%.

. turistas alojados en departamentos realizan las siguientes actividades: *paseos por el centro* en un 77,35%; *paseos por la ciudad* en un 70,62%; *paseos por la costa* 63,54%; *ver tv / películas en alojamiento* 23,72%; *lectura en el alojamiento* 22,65%; *visitas al puerto* 15,19%; *teatro* 14,87%; *casino / bingos* 14,51%; *shopping / compras* 12,21%; *reuniones con amigos* 11,68%.

. turistas alojados en hoteles realizan las siguientes actividades: *paseos por el*

centro 84,26%; paseos por la ciudad 71,15%; *paseos por la costa* 65,57%; *ver tv / películas* en el alojamiento 20,66%; *lectura en el alojamiento* 19,67%; *teatro* 19,02%; *casino / bingos* 17,70%; *visitas al puerto* 13,44%; *shopping / compras* 10,16%; *reuniones con amigos* 6,23%.

1.10. Gasto promedio diario

Al indagar respecto del gastos diario promedio del turista en Mar del Plata, con inclusión y exclusión del gasto del transporte, atento que el gasto en traslado no necesariamente se realiza en Mar del Plata, se aprecia que media diferencia en el gasto entre el turista del mes de enero y del mes de febrero en tanto a nivel global en enero con transporte alcanza a \$/turista/día 138.41 y global sin transporte a \$ 118.99 y en febrero a \$ 136.20 y \$ 116.94 promedio en el primer mes.

Segmentado por alojamiento

. en turistas alojados en casas el gasto/turista /día en enero incluyendo transporte alcanza a \$ 97.16 y excluyendo transporte \$ 88.36 y en febrero \$ 94.75 y \$ 82.17 respectivamente.

. en turistas alojados en departamentos el gasto/turista /día en enero incluyendo transporte alcanza a \$ 125.93 y excluyendo transporte \$100.61 y en febrero \$ 107.09 y \$ 93.71 respectivamente.

. en turistas alojados en hotel el gasto/turista /día en enero incluyendo transporte alcanza a \$ 194.10 y excluyendo transporte \$ 168.80 y en febrero \$182.34 y \$157.35 respectivamente.

De lo consignado a propósito del gasto/turista/día en enero y en febrero, con o sin transporte, puede concluirse la sensible diferencia que implica la adopción de una u otra modalidad, verificable incluso en proporciones similares en los diversos segmentos de pertenencia socioeconómica del turista.

Aunque la magnitud del gasto esta en obvia relación con el segmento socioeconómico de pertenencia, consecuentemente con usos y consumos, no es menos cierto que se traduce en indicador del tipo de gastos en servicios turísticos y urbanos que genera la opción por una u otra modalidad de turismo adoptado.

Lo cierto es que la magnitud de la capacidad locacional -plazas- y la afluencia turística -turistas- en turismo residenciado incluyendo en departamento y en casas adquiere una proporción que cuadruplica a la magnitud de la capacidad locacional en hotel, no cabe duda de la incidencia en monto y en distribución que tiene el gasto en hotel, visto usos y consumos inherentes a la modalidad.

2. Cuestiones específicas prospectando persuasiones y disuasiones de turismo residenciado y turismo residenciado

En relación a la encuesta realizada al turista en la temporada precedente se plantean cuestiones que hacen a la explicación de las motivaciones que inducen la opción de una u otra modalidad de alojamiento y a la prospección de aquellas motivaciones que inducirían a radicarse de modo definitivo o periódico recurrente.

2.1. Para los turistas alojados en hotel: ¿Por qué no se aloja en departamento o casa?

Respecto a las causas por las que no se alojan en viviendas consignan en primer lugar *comodidad / servicio* 53,13% y en sucesión *economía* (26,74%) y *estadias cortas* (24,31%). Cabe advertir que al consignar porcentuales se excede el 100% porque la pregunta es abierta a la posibilidad de consignar hasta tres menciones. De esta forma se percibe un público que opta por estadias cortas que privilegia la comodidad y los servicios que le brindan los alojamientos hoteleros; a diferencia del alquiler de vivienda que en época de temporada estival privilegia el alquiler por periodos definidos de 7 ó 15 días, en su mayoría.

2.2. Para los turistas alojados en departamento o casa: ¿Por qué no se aloja en hotel?

Respecto de las causas por las que no se alojan en hotel aquellos que se alojan en unidades de vivienda, departamentos o casas, consignan en prelación *posesión de vivienda o posibilidad de alojarse* en viviendas de familiares o amigos 41,95%; *economía*, en el caso de estadias de más duración, donde el gasto diario por persona en alojamiento es sensiblemente menor 38,57%, *libertad e independencia* en cuanto a posibilidades de visitas, actividades y horarios 33%. En la posibilidad planteada de indicar hasta tres menciones el total excede el 100 %

3. Prospectando condiciones de residencia periódica o definitiva en Mar del Plata

1.1 Qué motivaciones personales le inducirían a residir periódica o definitivamente en Mar del Plata u otra localidad del litoral.

Los motivos personales mencionados remiten a la posibilidad de *desempeño laboral* 60%, muy distante a *motivos familiares* 25,13%, en tanto se menciona que lo haría definitivamente al *momento de la jubilación* 15,13%, y porcentuales de menos significación *la oferta que le puede dar la ciudad, el alojamiento, las amistades, la tranquilidad, y los estudios*. En la posibilidad planteada de indicar hasta tres menciones. obviamente, el total excede el 100 %.

Segmentado por tipo de Alojamiento

Al momento de segmentar por tipo de alojamiento, se presenta:

.turistas alojados en casas mencionan *motivos laborales* en primer lugar 60,78%, valor próximo a la media, y luego remiten a *motivos familiares* 17,65%, muy distante del promedio global, al *momento de la jubilación* 13,73%, y a *oferta de la ciudad* 11,76%.

. turistas alojados en departamento coinciden en remitir a *motivos laborales* en primer término 56,73%, con un valor apenas menor que el promedio global, luego a *motivos familiares* 26,12%, superando apenas el promedio, y a *momento de jubilación* 16,73%.

. turistas alojados en establecimientos hoteleros consignan *motivos laborales* 67,74%, superando apenas el promedio general, luego *motivos familiares* 18,28% y *momento de la jubilación* 11,83%.

1.2 Qué condiciones de Mar del Plata le motivarían a residir periódica o definitivamente en Mar del Plata u otra localidad del litoral.

Al analizar globalmente las respuestas contemplando hasta tres menciones, se presenta un motivo predominante relacionado con la litoralidad de la ciudad de Mar del Plata: *las playas y el mar* 65,49% de los encuestados, instancia inmediata *el gusto por la ciudad* 31,34%, luego *la posibilidad de descanso y tranquilidad* que propone Mar del Plata, situación que se enmarca en relación con la metrópoli de procedencia - Ciudad de Buenos Aires y Conurbano - con 21,64%, *la oferta de la ciudad* dada por las alternativas recreativas, gastronómicas y comerciales 16,98%; *el clima* 11,57%, luego en orden de prelación se alude a *la belleza de la ciudad, la seguridad, la gente, la posibilidad de estudio, la limpieza, la comodidad de la ciudad, la calidad de vida, las posibilidades laborales, la familia y los amigos.*

Segmentado por Tipo de Alojamiento

Al segmentar por tipo de alojamiento se encuentran algunas diferencias, no sustancialmente en el orden de prelación sino en los porcentuales relativos a cada motivación.

. turistas alojados en casas mencionan *las playas / el mar* como principal motivo con valor menor al promedio general 58,46%, en instancia inmediata se remite a *el descanso y la tranquilidad* 35,38%, superior al promedio general, luego se remite a *el gusto por la ciudad* en porcentual considerablemente menor a la media 21,54% y a *la oferta de la ciudad* 13,85%.

. turistas alojados en departamentos mencionan *las playas y el mar* como principal motivo en porcentual menor al promedio 60,32%, luego a *el gusto por la ciudad* 32,26%, a *el descanso y la tranquilidad* 23,23% y a *la oferta de la ciudad* 18,71%.

. turistas alojados en establecimientos hoteleros presentan respuestas diferentes a aquellos alojados en viviendas y al global de los turistas al presentar en primer término, con porcentual que supera el promedio, mencionando *las playas y el mar* 78,13%, le

sucede levemente superior a la media *el gusto por la ciudad* 33,75%, a posteriori *la oferta de la ciudad* 16,88% superando *el descanso y la tranquilidad* que alcanza 12,50% de los turistas, referencia última particularmente interesante al denotar que los turistas que optan por hoteles buscan la actividad - recreativa, comercial – en tanto que turistas residenciales optan por una actitud de descanso y contemplación.

3.3. Lugar de residencia en Mar del Plata

3.3.1. Sitio

La consulta aspira a conocer cuál sería el sitio elegido en caso de residir en Mar del Plata y la principal respuesta relacionada a lo mencionado en relación a la consulta precedente, permite constatar que 54,62% lo haría en *adyacencia a las playas*, en tanto 30,64% en *el centro* de la ciudad y 14,74% restante en *un lugar diferente*.

Segmentado por tipo de alojamiento

. turistas alojados en casas presentan una predisposición a residir en *adyacencia a las playas* en elevado porcentual 68,48%, superando el promedio general; en tanto que sólo 15,22% lo haría en *el centro* de la ciudad, mientras que el 16,30% habitaría en *un lugar diferente*.

. turistas alojados en departamentos expresan que lo harían en *adyacencia a las playas* 52,30%, en *el centro* 34,80% y en *un lugar diferente* 12,90%.

. turistas alojados en hoteles mencionan que lo harían en *adyacencias a las playas* en un 52,41%, en *el centro* 29,41% y en *un lugar diferente* 18,18%.

3.3.2. Tipo de Alojamiento

Respecto del tipo de vivienda para residir periódica o definitivamente los porcentuales son similares: 52,30% en casa y 47,70% en departamento.

Segmentado por tipo de Alojamiento

. turistas alojados en casas optarían precisamente por su residir en casas 78,26%, en tanto 21,74% lo haría en departamento.

. turistas alojados en departamentos presentan una paridad relativa, 56,57% residiría en departamento, 43,43% lo haría en casa.

. turistas alojados en establecimientos hoteleros optarían por residir en casa 58,38%, en tanto optaría por el departamento 41.62%.

Obviamente la investigación contempla prospectar el cauce que plantea la espontánea

opción del turista frente a la omisión de políticas relacionadas a la decisión adoptada, apropiadas al diferencial impacto producido en el devenir urbano y turístico de Mar del Plata, susceptible de inferencias que trascienden el destino turístico e inciden en el devenir urbano.

2. 5. Investigación y prospección

Sin perjuicio de las conclusiones que resulten de la consideración de los resultados del estudio en relación a las mutaciones en el tiempo respecto de las variables más significativas, susceptibles de apreciar a propósito de temporadas precedentes, es oportuno referir los atributos más genéricos de la afluencia turística, objeto de relación con otros destinos turísticos de temporada, cuanto los atributos más específicos que se han indagado respecto de su comportamiento.

Cabe consignar el interés del tema asumido y la encuesta realizada atento la dimensión que adquiere la afluencia turística estival en Mar del Plata por relación a la población residente al advertir que al menos en el lapso de los meses de enero y febrero el número de habitantes se incrementa en un 50 %, circunstancia que a escala de una metrópoli que supera los seiscientos cincuenta mil habitantes se torna más que relevante, más aún al disponerse en el área céntrica y litoral del ejido municipal.

La singularidad de la afluencia turística en el período estival radica que en la actualidad ya se presenta, crece y se conforma a mediados de diciembre que recién decrece y se reduce a partir de mediados de marzo.

La modalidad de turismo residenciado signa el destino Mar del Plata por la magnitud de turistas que se aloja en vivienda que alcanza al 85 % y la incidencia de aquellos que alojados en departamentos se alojan en el área céntrica y confluyen en el usufructo de la centralidad con los habitantes del área urbana. Incluso aquellos que optan por ubicarse en unidades de vivienda en áreas adyacentes al litoral del municipio convergen con propósitos diversos y en diferentes oportunidades al área céntrica.

La modalidad del turismo residenciado reconoce su origen cuando Mar del Plata se define como destino turístico de principios al primer tercio del siglo XX, identificable en las residencias unifamiliares que todavía perduran, y se despliega en el tercio de mediados del siglo cuando se conforma como destino turístico emblemático de los argentinos, identificable en la irrupción de las viviendas multifamiliares que confieren densidad perdurable y creciente al área céntrica y gradualmente al litoral inmediato.

Tal como resulta de la encuesta, la conformación del turismo residenciado en Mar del Plata no excluye confluencia de la diversidad de usuarios que se reconoce en la

similar presencia de los tres niveles socio económicos medios.

Se observa la tendencia más reciente y creciente a la proposición y el desarrollo del turismo residenciado en clubes de campo adyacentes al litoral ya fuera del ejido urbano y de las áreas urbanizadas en relación a las diferentes vías de acceso a Mar del Plata cuyos usuarios no solo proceden de Mar del Plata sino que convocan usuarios turísticos de muy diferentes procedencias que privilegian el entorno de la metrópoli su paisaje de mar y playas, de sierras y lagunas, además de la todavía fluida conexión vial.

La modalidad del turismo *serviciado* reconoce su origen cuando se delinea la estación balnearia de principios de siglo y a las necesidades de la afluencia espontánea le responde la generación de los satisfactores accesibles de alojamiento y restauración acordes a la sociabilidad del veraneo y en el transcurso del siglo XX responde a la diferencial afluencia que singularizan los tercios indicados de acuerdo a los niveles socio culturales que signan la afluencia creciente en número y diversidad.

Tal como surge de la encuesta, la conformación del turismo *serviciado* en Mar del Plata incluye la convocatoria de la diversidad de usuarios en temporada estival, en torno al 15 % del total de la afluencia turística, incluye a los niveles que superan el nivel medio y aquellos que no alcanzan dicho nivel, de lo que da cuenta la presencia, el número y la ocupación de hoteles de cinco y de una estrella, sin obviar aquellos que encauzan a miembros de entidades intermedias.

Se aprecia sí la tendencia creciente a la inversión en hoteles cuyas estrellas asignadas dicen de sus potenciales usuarios en el nivel ABC1 y de la aspiración de trascender los límites de la estacionalidad. Además se advierte la homologación y la apertura a turistas de alojamiento en establecimientos originalmente destinados a miembros de entidades, cuanto innovaciones en la generación de espacios, promoción de actividades y prestación de servicios.

Además resulta oportuno reiterar la incidencia diferencial del gasto/día/turista según la modalidad de turismo residenciado y turismo *serviciado* por la diversidad de usos y consumos generados que permiten asignarle al turismo *serviciado* una redistribución más amplia y benéfica en el escenario local, sin perjuicio de advertir la magnitud diferencial de capacidad locacional y afluencia turística.

Del análisis de resultados se puede concluir la diferencial incidencia que la opción del turista por una u otra modalidad signada por la decisión del modo de alojarse tiene en su conducta y en la resolución de las diferentes alternativas prácticas de usos y consumos, a partir de las necesidades y aspiraciones, en la expectativa cuanto en la satisfacción. Obviamente en la privacidad – socialidad que le confiere a su presencia en el destino, en la internalización o externalización de sus conductas, en la diferencial

expectativa de recurrencia o de radicación en el destino.

Por último, es pertinente señalar que las encuestas respecto del turista de temporada en Mar del Plata no es sino una aprehensión en el entorno territorial de estudio de la Universidad y de gestión del Ente Municipal de un tema que obviamente excede las cuestiones planteadas y hace a modalidades turísticas que en tanto objeto de investigación no se agotan y en tanto objeto de actuación exige una apreciación de sus alcances al momento de concepción de políticas turísticas, atento su actualidad, su proyección y, en consecuencia, su potencialidad turística.

Cabe señalar que, además de la Encuesta de Temporada Estival, con idéntico cuestionario y muestra ad – hoc, se ha realizado Encuesta de Temporada Invernal cuyos resultados, no obstante disparidad propia de la conformación de la afluencia turística y de las actividades estacionales, presenta similitudes en torno a los resultados, cuya comparación es pasible de visualización y ponderación en las Tablas incluidas en Anexo.

Referencias

Mantero, Juan Carlos 2008 *El turismo de las orillas* en revista científica Realidad, tendencias y desafíos. CONDET. Universidad Nacional del Comahue año 8 vol 8.

Mantero, Juan Carlos 2006 *Urbanización y balnearización del litoral atlántico*. Editorial EUDEM. Universidad Nacional de Mar del Plata.

Mantero, Juan Carlos 2001 Urbanizaciones Turísticas del Litoral. Aportes y Transferencias año 5 vol 2 de 2001. CIT. UNMdP.

Mantero, Juan Carlos y equipo 1998 *Encuesta a Turistas y Encuesta a Residentes en Centros Turísticos del Litoral Atlántico*. Aportes y Transferencias año 3 vol 1 de 1999. CIT. UNMdP.

Mantero, Juan Carlos. Laffan, Leandro. Lefrou, Daniel 2009. *Apreciación del Turista. Turismo residenciado - Turismo Serviciado. Encuesta al Turista en Temporada Estival 2008/2009*

Mantero, Juan Carlos. Laffan, Leandro. Lefrou, Daniel *Apreciación del Turista. Turismo residenciado - Turismo Serviciado. Encuesta al Turista en Temporada Estival 2009/2010*

Mantero, Juan Carlos. Laffan, Leandro. Lefrou, Daniel *Apreciación del Turista. Turismo residenciado - Turismo Serviciado. Encuesta al Turista en Temporada Invernal 2009/2010*

Mantero, Juan Carlos y equipo 2009/2010 *Investigación: Turismo y Desarrollo. Cuestiones, dilemas y proposiciones. fase I*. Universidad Nacional de Mar del Plata.