

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

Núlan

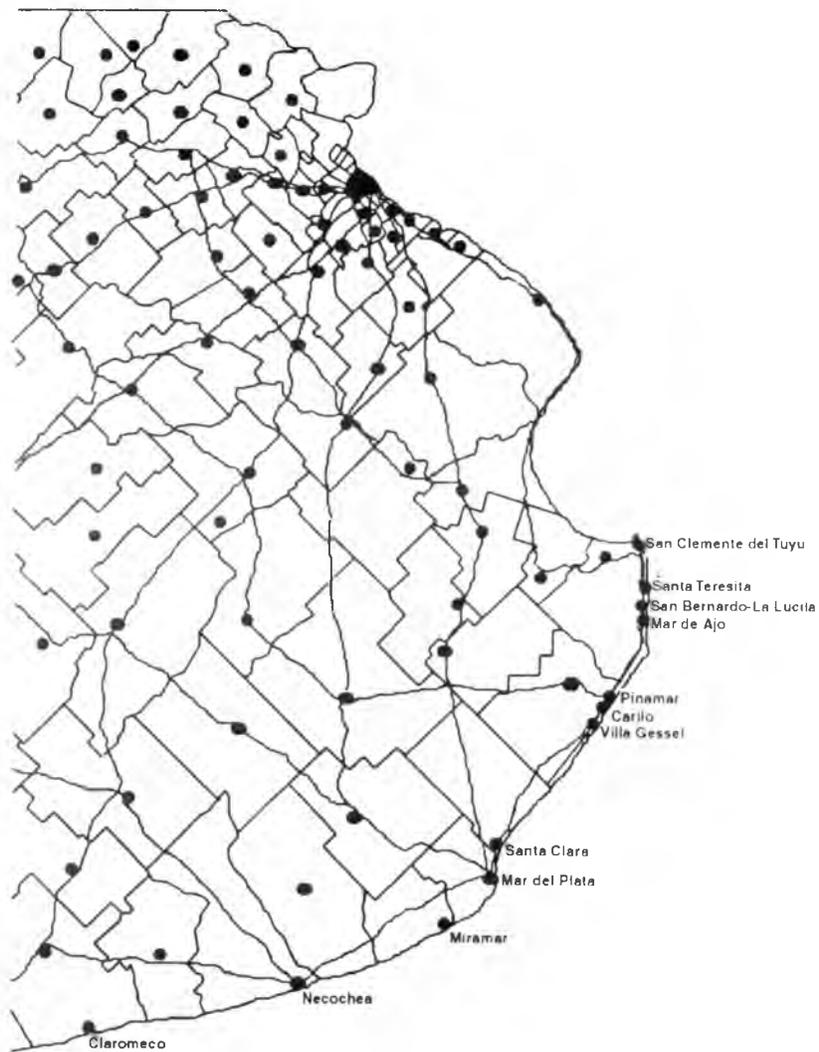
**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

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

+info <http://nulan.mdp.edu.ar/229/>

ENCUESTA A TURISTAS

Juan Carlos Mantero
Marcela Bertoni – Bernarda Barbini



ENCUESTA A TURISTAS DE LOS CENTROS DEL LITORAL

1. ANTECEDENTES

El proyecto y la realización de la Encuesta, a propósito de la afluencia y presencia turística, de los centros del litoral atlántico bonaerense, comprendidos entre San Clemente y Santa Clara y los centros de Mar del Plata, Miramar, Necochea y Claromecó.

La encuesta a turistas de sol y playas es una de las actividades programadas y realizadas dentro del Proyecto de Investigación *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico* actualmente en realización y permite la consideración de los atributos afluencia en cada centro y de los centros inscriptos en los diferentes Municipios, así como de consideración comparada entre los diversos centros del litoral.

2. MARCO REFERENCIAL

el turismo de sol y playa

Atento la magnitud de flujos convocados, el turismo de sol y playas en centros turísticos del litoral bonaerense, representa la proporción más significativa de la actividad turística que realizan los argentinos en el territorio nacional.

De acuerdo a estudios del ente nacional de turismo -entonces Subsecretaría de Turismo-, la convocatoria de turistas al litoral atlántico bonaerense -incluido Mar del Plata- alcanza a 4 500.000 turistas en la temporada estival en 1983, en tanto que de acuerdo a estudios de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia alcanza a 7.000.000 de turistas en la temporada 67/68, asignando 50 % a Mar del Plata, 45 % al litoral norte y 5 % al litoral sur, magnitud que revela la dimensión socio demográfica de la problemática turística de sol y playas

La Encuesta a Turistas de Centros del Litoral comprende la totalidad de los destinos de sol y playas, y procura caracterizar al turismo que se traslada, se aloja, se alimenta y se recrea en el tiempo estival, cubriendo el período vacacional -laboral y educacional- de los argentinos, aspirando a obtener una información lo más amplia posible de la problemática del turismo de sol y playas en nuestro medio y de la problemática turística de centro

La disponibilidad futura de la información atinente a los centros involucrados ha de permitir a cada comunidad, administración y sector involucrado, definir políticas, proyectos y acciones en conocimiento de la problemática de la demanda actual del turismo de sol y playas en el litoral bonaerense.

el Estudio y la Encuesta

La Encuesta cuyos resultados se informan y consideran en el presente documento se inscribe en el Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico Bonaerense que comprende la indagación de dimensiones cuya expresión confiere singularidad en las condiciones que les asemejan y les diferencian.

Al abocarse a tales dimensiones, el Estudio procura asumir las implicancias de la relación del habitante, residente y estacional, con el ambiente *-el centro en tanto soporte-*, el habitante permanente respecto del habitante estacional *-el centro en tanto escenario-* y del habitante con la actividad que produce y que consume *-el centro en tanto sustento-*.

Dentro de la amplitud y diversidad del Estudio, la Encuesta a aquellos turistas que afluyen a los centros del litoral en búsqueda de descanso, diversión y recreación, permite no solo conocer *el perfil del turista* sino disponer de información respecto de la percepción, proyección y valoración del turista a propósito de recursos, servicios y condiciones del Centro, destinada a plantearse el devenir del espacio litoral y de la actividad turística.

Así, tal como se acredita en el anexo, las preguntas resultan de un planteo de cuestiones y temas a propósito del turista, de su perfil socio económico, sus expectativas y conductas, sus usos y consumos, su grado de satisfacción, su percepción y valoración, con relación a las actividades, los servicios y los centros.

Al definir las cuestiones, temas y preguntas del cuestionario objeto de encuesta se parte de una reflexión previa respecto de la problemática objeto de indagación que consulta los objetivos generales del estudio en realización y las posibilidades y restricciones de la encuesta para obtener información.

el turista

De acuerdo a la OMT el turismo se define por *las actividades que desarrollan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos, en tanto visitante, concepto básico de las estadísticas de turismo, es aquel viajero que se desplaza sin mediar cotidianeidad ni regularidad en el desplazamiento ni el ejercicio de actividad remunerada dentro del lugar visitado*

La definición del turista se acota al *visitante que pernocta en el lugar*, a diferencia del excursionista visitante del día

El turista objeto de nuestro estudio, por tanto de la Encuesta, es aquel que se desplaza, con fines de descanso y recreación, de su lugar de residencia habitual, casi exclusivamente de nuestro país, y se aloja en centros turísticos determinados del litoral atlántico bonaerense, usuario de playa durante el periodo de más afluencia de la temporada estival, enero y febrero de 1998.

3. METODOLOGIA

La realización de la Encuesta, atento la motivación del turista, la oportunidad estival de la estadía y las condiciones del destino, implicó la adopción de aquellas pautas que apelando al turista en playa permitieran disponer de información respecto del grupo turístico en los distintos centros.

el universo

El universo de la encuesta esta conformado por el conjunto de turistas, usuarios de playa, de cada uno de los centros turísticos del litoral, usuarios de sus playas adyacentes.

Por tanto, se considera población sujeta a estudio a *los turistas en playa, en espontánea disposición individual o grupal, en el territorio adyacente al centro turístico considerado, cuyos límites se indican, en días aptos por su condición climática, soleados y nublados, en el horario habitual de cada centro, continuo o discontinuo.*

el diseño del cuestionario

Las categorías y las variables consideradas en los temas objeto de interrogación resultan de plantearse las cuestiones suscitadas respecto de la problemática del turista de sol y playas, inquietud ajena a cualquier prejuicio teórico, aunque sensible a la consideración de las nociones de aplicación respecto de la actividad turística y a la evaluación de encuestas realizadas que se constituyen en antecedente de consulta necesaria.

el cuestionario

El cuestionario presentados a consideración del turista, comprende las siguientes *Cuestiones y Temas:*

el grupo turístico

número de integrantes
relación de integrantes
conformación sexual
conformación étnica
conformación socioeconómica
lugar de procedencia
duración de estadía
gasto promedio de estadía

el turista

motivación de destino
actividades preferentes
actividades realizadas
sociabilidad preferente
recurrencia del destino
modo y medio de información

los servicios utilizados

medio de transporte
tipo de alojamiento
modalidad de restauración
tipo de esparcimiento
servicio de playa
servicio de información
productos adquiridos

el grado de satisfacción del turista

calidad y precio del transporte
calidad y precio del alojamiento
calidad y precio de la restauración
calidad y precio del esparcimiento
calidad y precio del servicio de playa
calidad del servicio de información
calidad y precio del producto adquirido

la percepción y valoración del turista

de los comerciantes y prestadores
de los residentes
de las condiciones urbanas

de la imagen de la oferta
 la proyección etarea
 la proyección socioeconómica
 la proyección turística
de las condiciones de playa
de las condiciones turísticas
de la atracción fuera de temporada
de los restantes centros del litoral

El formulario se concibió dentro de las pautas que emergentes de la realización de encuestas similares por parte del equipo y de la consideración de antecedentes de encuestas afines, sin perjuicio de concebir la modalidad pertinente a aquellos interrogantes no contemplados antes

la muestra

definición de unidades de muestreo

A fin de realizar el diseño de la muestra se establece un proceso metódico destinado a disponer de un muestreo probabilístico, sin perjuicio de atenerse a las condiciones que supone la realización de una encuesta a turistas en playa

el espacio . la playa

La elección de la playa como lugar resulta de las siguientes consideraciones.

- se trata del espacio de uso más intenso, extenso y generalizado del turista alojado en los centros turísticos del litoral.
- la asignación de unidades de modo proporcional a la densidad de personas en las diversas zonas de las diferentes playas garantiza la aleatoriedad de la muestra.
- el mayor tiempo de presencia del turista en playa constituye un periodo de relax e inactividad, circunstancia propicia a la predisposición del turista encuestado

El territorio de playa, adyacente al area urbana de la localidad considerada, se analiza y se pondera a partir de la disposición espacial de turistas, de acuerdo a la referencia de informantes claves y la observación de un video aereo - realizado a tal efecto en la temporada de 1997

De acuerdo a tales análisis y ponderación, se traza un plano de delimitación de áreas de densidad alta, media y baja de uso y ocupación del territorio playa, en tanto la

consideración de la dimensión relativa de las superficies atribuibles a las áreas delimitadas, permite asignar la incidencia proporcional de cada sector respecto del total estimable de turistas en playa.

Atento la continuidad o la discontinuidad de las áreas de similar densidad se delimitan segmentos de playa de superficie equivalente, en correspondencia con lotes de playa concesionados o unidades turísticas de balneario o intervalos de calles de acceso, según localidad o sector considerado.

el tiempo: la temporada

El lapso de temporada, objeto de estudio, se inscribe en el período de actividad más extensa e intensa del verano: segunda quincena del mes de enero y primer quincena del mes de febrero.

Por tanto, y previendo su consideración diferenciada, se programa una muestra de unidades de similar magnitud para cada quincena y se asigna una cuota de encuestas - día a realizar, de acuerdo al total de encuestas asignado a cada localidad, en función del número de días programables.

En tal sentido, la previsibilidad de reducción de días operables por estado climático, induce a considerar el lapso mínimo de días que garantice un relevamiento de encuestas de acuerdo a la proporcional incidencia de cada área de densidad, por tanto la cobertura de un umbral mínimo de encuestas.

A partir de decisión por *muestreo al azar* se identifican los segmentos espaciales objeto de encuesta, teniendo en cuenta la diferente densidad de las áreas, y los días oportunidad de encuesta, considerando la diferente convocatoria de fines de semana respecto del resto de la semana, a fin de asignar la unidad segmento-día para la realización promedio de 20 encuestas-día.

grupo turístico - individuo encuestado

A partir de la identificación del segmento indicado, en correspondencia con los espacios de playa definidos en cada centro, se visualiza y se reconoce la disposición de los grupos de turistas en la arena, previendo el itinerario que permite acceder a grupos turísticos no contiguos, presentarse ante un integrante y, previa nominación de los integrantes del grupo, identificar por *selección aleatoria* el individuo del grupo a encuestar entre los integrantes mayores de 18 años.

En síntesis, se considera:

- *segmento* a la franja de playa indicada en el plano o en la notación pertinente, seleccionada por muestreo, identificándose la línea de partida;
- *grupo en playa* al grupo estacionado en playa en disposición de descanso o recreación, seleccionado por itinerario discontinuo en el segmento;
- *grupo turístico* al grupo en playa integrado por turistas que comparte la unidad de alojamiento;
- *individuo turístico*, sujeto a encuesta al miembro del grupo turístico en playa al que remite el método de selección aleatoria aplicado a integrantes del grupo mayores de 18 años

la dimensión de la muestra

En la relativa imprecisión respecto de la magnitud del universo de cada uno de los centros turísticos, no obstante la inferencia realizable en función de la capacidad locacional simultánea del alojamiento en cada centro, en el interés en cubrir la diversidad de turistas en temporada supuso la adopción de una cuota de encuestas día por localidad que permitiera cubrir el territorio de playa considerado y el período quincenal de enero y de febrero en la probabilidad de incidencia de condiciones climáticas adversas

el nivel socioeconómico

El nivel socioeconómico de las personas encuestadas se define a partir de una adaptación de la definición del índice de nivel socioeconómico de la Comisión de Investigación de la Asociación Argentina de Marketing, en tanto indicador de uso frecuente, operable y aplicable, utilizado en estudios de flujos turísticos y en las investigaciones realizadas por el CIT.

En el caso de la AAM el indicador INSE se define a partir de la consideración de diversas variables: nivel de ocupación, nivel de vivienda, posesión de automóvil, posesión de bienes y servicios y nivel de educación.

En nuestro caso, el indicador se define a partir de la consideración de las variables: nivel de educación, nivel de ocupación, posesión y tipo de automóvil, tipo y nivel de alojamiento turístico, destinos turísticos realizados, sin perjuicio de evaluar su congruencia con nivel de ingresos del grupo.

Los valores atribuibles a cada variable alcanzan a 30 en nivel de ocupación, 26 en nivel de educación, 14 en posesión y tipo de automóvil, 16 en tipo y nivel de alojamiento turística, 14 en destinos turísticos realizados.

La sumatoria de los valores asignados de acuerdo a los atributos que se reconocen en las variables consideradas, permite atribuir la referencia a nivel socioeconómico:

nivel alto	90-100
nivel medio alto	70-89
nivel medio medio	45-69
nivel medio bajo	30-44
nivel bajo	1-29

Los indicadores adoptados, sus incidencias relativas y la estratificación en función de cinco umbrales, se consideran adecuados a los fines de la caracterización del nivel socioeconómico del grupo turístico.

4. REALIZACION

encuestas realizadas - conformación de la muestra

El número de encuestas realizadas a turistas en playa en los centros turísticos alcanza el número de 5885, cubriéndose un promedio de 20 encuestas-día al compensar en los días asoleados aquellos *días-encuesta caídos* por clima, según la siguiente distribución:

Localidades	Total encuestas
San Clemente	520
Santa Teresita	520
San Bernardo	520
Mar de Ajó	520
Pinamar	520
Cariló	250
Villa Gesell	520
Santa Clara	250
Mar del Plata	820
Miramar	520
Necochea	520
Claromecó	520
Total	6000

La muestra correspondiente a cada uno de los centros resulto conformada de acuerdo a los siguientes atributos:

género sexual:

<i>Localidades</i>	<i>Masculino</i>	<i>Femenino</i>
San Clemente	34.5	65.5
Santa Teresita	37.3	62.7
San Bernardo	37.0	63.0
Mar de Ajó	38.5	61.5
Pinamar	36.5	63.5
Cariló	35.0	65.0
Villa Gesell	27.9	72.1
Santa Clara	35.2	64.8
Mar del Plata	29.9	70.1
Miramar	18.9	81.1
Necochea	35.0	65.0
Claromecó	34.4	65.6
Total	33.3	66.7

estrato etáreo:

<i>Localidades</i>	<i>18 - 24</i>	<i>25 -34</i>	<i>35 -50</i>	<i>Más de 50</i>
San Clemente	18.7	33.6	34.3	13.4
Santa Teresita	27.5	30.0	25.4	17.1
San Bernardo	15.5	21.6	41.8	21.1
Mar de Ajó	27.2	19.2	36.8	16.8
Pinamar	25.3	22.8	34.0	18.0
Cariló	14.4	29.4	41.8	14.4
Villa Gesell	35.2	29.8	28.5	6.5
Santa Clara	13.4	33.2	40.5	13.0
Mar del Plata	18.6	24.9	37.5	19.0
Miramar	21.4	23.9	40.1	13.7
Necochea	13.7	34.1	39.9	12.2
Claromecó	12.9	27.7	39.3	20.1
Total	20.3	27.5	36.7	15.5

de acuerdo a nivel socioeconómico:

<i>Localidades</i>	<i>Medio alto</i>	<i>Medio medio</i>	<i>Medio bajo</i>	<i>Bajo</i>
San Clemente	3.3	33.0	51.2	12.4
Santa Teresita	4.0	28.1	37.9	29.8
San Bernardo	12.9	49.5	32.3	5.3
Mar de Ajó	14.5	42.9	33.3	7.4
Pinamar	34.3	48.8	15.7	1.2
Cariló	22.2	58.2	19.3	0.3
Villa Gesell	13.2	52.8	31.7	2.1
Santa Clara	15.4	44.9	34.8	3.6
Mar del Plata	8.9	38.2	42.9	9.8
Miramar	9.4	44.0	36.6	10.0
Necochea	11.2	44.6	39.7	4.5
Claromecó	8.5	50.0	28.1	10.7
Total	13.1	45.5	33.6	8

5. PRESENTACION DE RESULTADOS

Los resultados de la Encuesta se presentan a propósito de la persona encuestada en su condición de turista, con prescindencia de otros atributos, y considerando su pertenencia a género sexual (masculino - femenino), estrato céntrico (18 a 24 - 25 a 39 - 40 a 50 - más de 50) y nivel socioeconómico (medio alto - medio medio - medio bajo - bajo)

En la lectura de los resultados, respecto de cada uno de los temas, a propósito de *la totalidad de turistas encuestados*, atento que la muestra adoptada es independiente de la magnitud de la afluencia turística de cada centro, se confiere carácter indiciario al promedio de los valores de cada variable respecto de los centros objeto de consideración

Así mismo, este análisis aspira a realizar una lectura, susceptible de desarrollo, que permita la identificación de las notas más significativas, a propósito de cada tema, con relación a los turistas según sea el atributo considerado.

6. LECTURA COMPARADA DE RESULTADOS

I. CUESTION: *EL GRUPO TURISTICO*

1. Tema: Número de integrantes

Consulta: Número total de integrantes del grupo turístico

Alternativas: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 integrantes.

- en relación al total de los turistas encuestados en el litoral

Al considerar el *número de integrantes* del grupo turístico en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- el número de integrantes que presenta mayores proporciones es 2, y en orden decreciente 4,3,5 integrantes por grupo.
- a propósito del número de integrantes
- 2 integrantes por grupo adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (27.7%) en orden decreciente en Mar del Plata, Pinamar, Miramar, San Clemente, Cariló y San Bernardo
- 3 integrantes por grupo adquiere su mayor significación en Santa Teresita (30,9%), superando el promedio (21.8%) en orden decreciente en Santa Clara, Pinamar, Necochea, Villa Gesell, Miramar y Mar de Ajó.
- 4 integrantes por grupo presenta su mayor proporción, superando el promedio (25.5%) en orden decreciente en Santa Clara, Villa Gesell, Necochea, Mar de Ajó y por debajo del promedio Claromecó.
- 5 integrantes por grupo adquiere mayor proporción, superando el promedio (12.4%) en orden decreciente en Villa Gesell, Claromecó, Necochea, San Clemente y Cariló

2. Tema: Relación entre integrantes

Pregunta: Podría Ud. indicar la *relación entre los miembros* de grupo turístico?

Alternativas: *individual, pareja, familia, parientes, amigos*

- en relación al total de los turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *relación del grupo turístico* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros puede observarse:

- la relación que presenta mayor proporción es *familia* y en orden decreciente *pareja, amigos*.
- a propósito de cada tipo de relación
 - *familia* presenta su mayor proporción en todas las localidades, superando el promedio (55,8%) en orden decreciente en Santa Clara, Miramar, Necochea, San Bernardo, San Clemente, Mar de Ajó
 - *pareja* adquiere significación, superando el promedio (17,0%) en orden decreciente en Pinamar, Cariló, Santa Clara, Mar del Plata, Villa Gesell y Santa Teresita.
 - *amigos* adquiere mayor ponderación, superando el promedio (13,6%) en orden decreciente en Villa Gesell, Santa Teresita, Mar de Ajó, Mar del Plata y Pinamar
 - respecto de los tipos de relación que en promedio no superan el 10,0% *parientes* se destaca entre los turistas de Claromecó, Pinamar, Santa Teresita y Cariló

3. Tema: Conformación sexual y etárea

Consulta: Composición del grupo turístico

Alternativas: *menos 4 años, 5 a 9 años, 10 a 14 años, 15 a 19 años, 20 a 24 años, 25 a 29 años, 30 a 39 años, 40 a 49 años, 50 a 59 años, 60 a 69 años, más de 70 años*

3.1. Aspecto: integrantes masculinos

- en relación al total de los turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *composición etárea de los integrantes masculinos* del grupo turístico en la

totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros puede observarse

- el estrato etáreo que presenta mayor proporción es *30 a 39 años* y en orden decreciente *40 a 49 años, 14 a 19 años*
- a propósito de cada estrato etáreo
 - *14 a 19 años* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (10,4%) en orden decreciente en Pinamar y Mar de Ajó
 - *20 a 24 años* adquiere su mayor significación Villa Gesell (22,6%), superando el promedio (8,7%), en orden decreciente en San Clemente y Santa Teresita.
 - *30 a 39 años* adquiere su mayor significación, superando el promedio (17,0%) en orden decreciente en Santa Teresita, Cariló, Santa Clara, San Clemente, Claromecó, Mar del Plata y Necochea
 - *40 a 49 años* adquiere su mayor proporción en San Bernardo (19,8%), superando el promedio (14,0%) en orden decreciente en Mar del Plata, Santa Clara, Pinamar, Miramar, Cariló y Mar de Ajó.
 - respecto de los restantes estratos etáreos que en promedio no superan el 10,0 % *de 25 a 29 años* se destaca entre los turistas de San Clemente, Santa Teresita, Villa Gesell, Cariló y Pinamar, *de 10 a 14 años* se destaca en Villa Gesell, Santa Clara, Miramar, Necochea y Claromecó y *de 50 a 59* se destaca en San Bernardo.

3.2. Aspecto: integrantes femeninos

- en relación al total de los turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *composición etárea de los integrantes femeninos* del grupo turístico en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros puede observarse:

- el intervalo de edades que presenta mayor proporción es *30 a 39 años* y en orden decreciente *40 a 49 años, 14 a 19 años, 20 a 24 años, 25 a 29 años*.
- a propósito de cada intervalo de edades
 - *14 a 19 años* adquiere su mayor significación en Pinamar (21,0%), superando el

promedio (12,3%), en orden decreciente en Villa Gesell, Santa Teresita y Mar de Ajó.

- *20 a 24 años* presenta su mayor proporción en Villa Gesell (29,2%), superando el promedio (12,3%), en orden decreciente en San Clemente, Mar de Ajó. Pinamar y Mar del Plata.
- *30 a 39 años* adquiere su mayor proporción, superando el promedio (16,5%) en orden decreciente en Santa Clara, Cariló, Necochea, San Clemente, Santa Teresita y sin alcanzar el promedio en Claromecó.
- *40 a 49 años* obtiene su mayor ponderación, superando el promedio (14,5%) en orden decreciente en San Bernardo, Mar de Ajó y Miramar y aunque diferidos en la prelación en Cariló, Santa Clara y Pinamar.
- respecto de los intervalos de edades que en promedio no superan el 10,0 % *10 a 14 años* se destaca entre los turistas de Claromecó y Santa Clara. *50 a 59 años* se destaca en San Bernardo y *5 a 9 años* se destaca en Necochea.

4. Tema: Conformación socioeconómica

Indicadores: Nivel de educación del PSH, categoría de ocupación del PSH, posesión de automóvil, tipo de alojamiento, destino vacacional.

Alternativas: *nivel medio alto, nivel medio medio, nivel medio bajo, nivel bajo.*

- en relación al total de los turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *conformación socioeconómica* del grupo turístico en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros puede observarse:

- el nivel socioeconómico que presenta mayor proporción es el *medio medio* y en orden decreciente *medio bajo, medio alto y bajo.*
- a propósito de cada nivel socioeconómico
 - *medio medio* adquiere su mayor significación, superando el promedio (44,3%) en orden decreciente en Cariló, Villa Gesell, Claromecó, San Bernardo, Pinamar, Santa Clara y Necochea y por debajo del promedio en Miramar y Mar de Ajó
 - *medio bajo* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (34,1%), en orden decreciente en San Clemente, Mar del Plata, Santa Teresita, y aunque diferidos en la prelación Necochea, Miramar y Santa Clara.

- *medio alto* presenta mayor proporción, superando el promedio (12,8%) en orden decreciente en Pinamar, Cariló, Santa Clara, Mar de Ajó y Villa Gesell.
- *bajo* adquiere significación, superando el promedio (8,3%) en orden decreciente en Santa Teresita (en proporción significativa 29,8%), San Clemente, Mar del Plata y Claromecó.

5. Tema: Lugar de procedencia

Consulta: Lugar de procedencia del encuestado

Alternativas: *Buenos Aires, Gran Buenos Aires norte, Gran Buenos Aires oeste, Gran Buenos Aires sur, resto de la provincia de Buenos Aires, Misiones, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Chaco, Santa Fe, Salta, Jujuv, Catamarca, Tucumán, Santiago del Estero, La Rioja, Córdoba, San Juan, San Luis, Mendoza, La Pampa, Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz, Tierra del Fuego, países limítrofes, otros países.*

- en relación al total de los turistas encuestados en el litoral

Al considerar el *lugar de procedencia* del grupo turístico en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros puede observarse:

- el lugar de procedencia que presenta mayor proporción es *Buenos Aires* y en orden decreciente *resto de la provincia de Buenos Aires* y *Gran Buenos Aires norte*.
- a propósito del lugar de procedencia
 - *Buenos Aires* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (37,9%) en orden decreciente en Villa Gesell, Pinamar, Cariló, Miramar, Mar de Ajó, Santa Clara y San Clemente.
 - *resto de la provincia de Buenos Aires* presenta su mayor proporción en Claromecó (53,6%), superando el promedio (21,0%) en orden decreciente en Santa Teresita, Santa Clara, Necochea y Mar del Plata.
 - *Gran Buenos Aires norte* adquiere significación, superando el promedio (8,7%) en orden decreciente en San Bernardo, Mar de Ajó y San Clemente.
 - respecto del resto de los lugares que en promedio no superan el 10,0% *Gran Buenos Aires sur* se destaca San Bernardo y San Clemente y *Misiones* se destaca en Necochea, Mar del Plata, San Bernardo y Mar de Ajó

6. Tema: Duración de la estadía

Pregunta. Qué cantidad de días piensa Ud. permanecer en el lugar?

Alternativas: 1 a 3, 4 a 7, 8 a 10, 11 a 14, 15 a 21, 22 a 28, 29 a 31, 32 a 45, más de 45 días.

- en relación al total de los turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *duración de la estadía* del grupo turístico en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros puede observarse:

- la duración de la estadía que registra mayor proporción es *de 15 a 21 días* y en orden decreciente *de 4 a 7 días, de 8 a 10 días y de 29 a 31 días.*
- a propósito de cada período de estadía
- *4 a 7 días* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (20,3%) en orden decreciente en Cariló, San Clemente, Necochea.
- *8 a 10 días* adquiere significación, superando el promedio (14,8%) en orden decreciente en Necochea, Cariló, San Clemente y Mar del Plata.
- *15 a 21 días* adquiere su mayor proporción, superando el promedio (35,5%) en orden decreciente en Mar de Ajó (en significativa proporción 53,3%), Santa Clara, Pinamar, Miramar, San Bernardo y Villa Gesell y sin alcanzar el promedio en Mar del Plata, Claromecó y Santa Teresita.
- *de 29 a 31 días* adquiere mayor ponderación, superando el promedio (10,5%) en orden decreciente en Pinamar, San Bernardo, Santa Clara, Santa Teresita, Claromecó y Miramar
- respecto de las estadías que en promedio no superan el 10,0% *1 a 3 días* se destaca en Necochea, Claromecó y Pinamar, *11 a 14 días* se destaca en Santa Teresita
- cabe consignar que la duración estadía promedio total es de *15,8 días*, superándose este valor en orden decreciente en Santa Clara, Pinamar, San Bernardo, Miramar, Claromecó y Mar de Ajó.

7. Tema: Gasto promedio de la estadía

Pregunta: Excluyendo gastos realizados en traslado al lugar y alojamiento en el lugar, podría indicar cuánto estima o prevé que el grupo ha de gastar en su estadía? (por día por persona)

Alternativas: hasta 2,5, de 2,51 a 5, de 5,1 a 7,5, de 7,51 a 10, de 10,1 a 15, de 15,1 a 20, de 20,1 a 25, de 25,1 a 35, de 35,1 a 50, de 50,1 a 75, de 75,1 a 100, más de 100,1 pesos.

- en relación al total de los turistas encuestados en el litoral

Al considerar el *gasto promedio de la estadía por persona/día* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros puede observarse:

- el *gasto promedio de estadía por persona/día* que denota mayor proporción es *de 10,1 a 15 pesos persona/día* y en orden decreciente *de 15,1 a 20 pesos* y *de 7,51 a 10 pesos persona/día*.
- a propósito de cada intervalo de gasto
 - *de \$ 5,1 a \$ 7,5* adquiere su mayor significación en Claromecó (21.6%), superando el promedio (9,9%), en orden decreciente en San Clemente, Santa Clara, Villa Gesell y Miramar.
 - *de \$ 7,51 a \$ 10* adquiere su mayor ponderación superando el promedio (14.8%), en orden decreciente en San Clemente y Santa Clara, y aunque diferidos en prelación en Necochea, Villa Gesell, Cariló y Santa Teresita.
 - *de \$ 10,1 a \$ 15* adquiere su mayor significación, superando el promedio (19.7%) en orden decreciente en Cariló, Villa Gesell, Santa Teresita, San Bernardo y Miramar y aunque diferido en prelación en Necochea.
 - *de \$ 15,1 a \$ 20* presenta su mayor proporción, superando el promedio (17,5%) en orden decreciente en Necochea, Mar de Ajó y Mar del Plata y aunque diferidos en prelación en Cariló, Villa Gesell, San Bernardo y Pinamar.
 - *de \$ 20,1 a \$ 25* adquiere su mayor significación en Pinamar (21.2%), superando el promedio (10,7%), en orden decreciente en Mar de Ajó, Mar del Plata, Necochea y Santa Teresita.
 - *de \$ 25,1 a \$ 35* presenta mayor proporción, superando el promedio (10,2%), en orden decreciente en Mar de Ajó, Santa Clara, Pinamar, San Bernardo y Mar del Plata

- respecto del resto de los intervalos que en promedio no superan el 10.0% de 35,1 a 50 se distingue entre los turistas de Pinamar, Santa Teresita y San Bernardo y de \$ 2,51 a \$ 5 se destaca en Claromecó y San Clemente.
- cabe consignar que el *promedio total de gasto persona/día* es de \$ 21,3 superándose este valor en orden decreciente en San Bernardo, Santa Teresita, Mar de Ajó, Pinamar y Mar del Plata. El *promedio total de gasto por grupo turístico por día* es de \$ 68,9, superándose este monto en Santa Teresita, Necochea, Pinamar, (en proporciones significativas), San Bernardo, Mar del Plata y Santa Clara. Por último, el *promedio de gasto total por estadía por persona* es de \$ 341,6, superándose este valor en San Bernardo, Pinamar, Mar de Ajó, Santa Teresita, Miramar y Mar del Plata.

II. CUESTIÓN: *EL TURISTA*

1. Tema: Motivación de destino

Pregunta: Por qué eligió este lugar para pasar sus vacaciones?

Alternativas: *el mar / la playa, el clima, la familia, los amigos, la gente, la vivienda, la proximidad, la diversión, el descanso / la tranquilidad, la accesibilidad económica, ideas de otros, la urbanización, la forestación, la seguridad.*

Opción múltiple: hasta dos opciones.

- en relación al total de los turistas encuestados en el litoral

Al considerar los *motivos de elección del destino* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes, puede observarse:

- el motivo que denota más interés es *el mar /la playa* y en orden decreciente el *descanso / la tranquilidad, la vivienda, la familia, los amigos y por costumbre.*

- a propósito de cada motivo de elección

- *el descanso / la tranquilidad* adquiere su mayor valoración, superando el promedio (27.7%), en orden decreciente en Santa Clara, Miramar, (en porcentajes significativos 53,4% y 44,1% respectivamente), Claromecó, Cariló, San Bernardo y San Clemente

- *el mar / la playa* adquiere su mayor significación, superando el promedio (24,8%), en orden decreciente en Necochea, Villa Gesell, (en porcentajes significativos 53,6% y 43,0% respectivamente), Santa Teresita, Mar del Plata y Mar de Ajó. y aunque diferido en la prelación en San Bernardo.

- *la vivienda* adquiere mayor ponderación, superando el promedio (15,5 %). en orden decreciente en San Bernardo, Claromecó, Santa Clara, Mar del Plata, Miramar, Mar de Ajó y Pinamar.

- *los amigos* presenta su mayor proporción en Pinamar (29,0%). superando el promedio (9,5%). en orden decreciente en Villa Gesell, Cariló, San Clemente y Santa Teresita.

- respecto del resto de los motivos que en promedio no superan el 10,0% de las preferencias, *la familia* se destaca entre los turistas de Pinamar, Villa Gesell, Miramar y Claromecó. *por costumbre* se destaca en Mar del Plata (21,2 %), Villa Gesell y

Claromecó, *la proximidad se destaca Claromecó (18,3 %)*, *la seguridad se destaca San Clemente*, *la accesibilidad económica se destaca en Santa Teresita*, *la forestación se destaca en Cariló*, *la urbanización se destaca en Mar del Plata*.

2. Tema: Actividades Preferentes

Pregunta: Excluyendo estar en la playa, de las actividades consignadas, podría indicar por orden de importancia tres de su preferencia?

Alternativas: *pasear por el lugar, practicar deporte, asistir espectáculo, ir a bailar, ir de compras, caminar por la costa, conocer gente, degustar comidas, descubrir lugares, estar en familia, reunirse con amigos, descansar / estar tranquilo, jugar casino / bingo, ir a pescar, ir de excursión.*

Opción múltiple: hasta tres opciones.

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar las *actividades preferentes* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, excluyendo la actividad *estar en la playa*, puede observarse:

- la actividad que concita más preferencias es *pasear por el lugar y en orden decreciente descansar / estar tranquilo, caminar por la costa, estar en familia, reunirse con amigos, asistir a espectáculo, ir a bailar, practicar deportes.*
- a propósito de cada actividad
 - *pasear por el lugar* adquiere su mayor significación, superando el promedio (53,0%), en orden decreciente en Necochea (en proporción significativa 71,0%), Villa Gesell, San Bernardo, Miramar y sin alcanzar el promedio San Clemente, Mar del Plata y Cariló.
 - *descansar / estar tranquilo* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (38,9%), en orden decreciente, en Santa Clara, San Clemente, Mar de Ajó, San Bernardo, Claromecó y Miramar, aunque diferidos en la prelación en San Bernardo y Miramar
 - *caminar por la costa* adquiere mayor proporción, superando el promedio (36,3%), en orden decreciente en Miramar, San Bernardo, Mar del Plata, Claromecó, Villa Gesell, Santa Clara, Necochea y Cariló.
 - *estar en familia* adquiere mayor significación, superando el promedio, (31,3%), en

orden decreciente en Santa Clara, Mar de Ajó, Necochea, Claromecó, Miramar, Pinamar y Villa Gesell.

- *reunirse con amigos* adquiere mayor ponderación, superando el promedio (21,4%) en orden decreciente en Pinamar, Mar de Ajó, Cariló, Claromecó, Santa Clara y Miramar.
- *asistir espectáculo* adquiere mayor proporción, superando el promedio (17,8%) en orden decreciente en San Clemente, Cariló, Mar del Plata, San Bernardo y Necochea.
- *ir a bailar* adquiere mayor significación superando en promedio (16,2%) en Villa Gesell, San Clemente, Pinamar, Santa Teresita y Mar de Ajó.
- *ir de compras* adquiere mayor ponderación superando el promedio (15,1%) en orden decreciente en San Clemente, Villa Gesell, Mar del Plata y Miramar.
- *descubrir lugares* adquiere mayor proporción superando el promedio (12,8%) en orden decreciente en Cariló, Claromecó, Villa Gesell, Mar del Plata, Miramar y San Bernardo.
- *practicar deportes* adquiere mayor significación superando el promedio (12,0%) en orden decreciente en Cariló, Pinamar, San Bernardo, Claromecó y Miramar.
- respecto de las actividades que en promedio no superan el 10,0% de las preferencias *conocer gente* se destaca entre los turistas de Necochea, Pinamar y San Clemente. *degustar comidas* se destaca en Mar del Plata, Claromecó y Villa Gesell, *ir a pescar* se destaca en Claromecó, Santa Clara, San Bernardo y Mar de Ajó, *ir de excursión* se destaca en Santa Teresita, San Clemente y Mar del Plata.

3. Tema: Actividades Realizadas

Pregunta: Excluyendo ir a la playa, de las actividades indicadas cuáles realizó ayer o prevé realizar hoy?

Alternativas: *pasear por el lugar, practicar deporte, asistir espectáculo, ir a bailar, ir de compras, caminar por la costa, conocer gente, degustar comidas, descubrir lugares, estar en familia, reunirse con amigos, descansar estar tranquilo, jugar casino / bingo, ir a pescar, ir de excursión.*

Opción múltiple: hasta tres opciones.

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar las *actividades realizadas* en la totalidad de la muestra integrada por turistas

localizados en los diferentes centros, excluyendo la actividad *estar en la playa*, puede observarse:

- la actividad que concita más preferencias es *pasear por el lugar* y en orden decreciente *descansar / estar tranquilo*, *caminar la costa*, *estar en familia*, *reunirse con amigos*, *ir a bailar*, *asistir espectáculo*.

Cabe consignar que el orden de prelación consignado es similar al indicado respecto de las actividades preferentes.

- a propósito de cada actividad

- *pasear por el lugar* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (32.1%), en orden decreciente en Mar del Plata, Villa Gesell, (en significativas proporciones 59,3%), Miramar y Necochea, y aunque diferidos en prelación Pinamar y Claromecó.

- *descansar / estar tranquilo* adquiere su mayor significación, superando el promedio (27.8%), en orden decreciente en San Clemente (en significativa proporción 60,6%), Claromecó, Cariló, Mar de Ajó y aunque diferidos en la prelación en Pinamar, Villa Gesell y Mar del Plata.

- *estar en familia* adquiere mayor proporción, superando el promedio (20,7%), en orden decreciente, en Villa Gesell, San Clemente, Claromecó, Mar del Plata y Necochea.

- *caminar por la costa* adquiere mayor ponderación, superando el promedio (20,1%), en orden decreciente en Villa Gesell, Mar del Plata y Claromecó.

- *reunirse con amigos* adquiere su mayor significación en Pinamar (41,8%), superando el promedio (19,8%), en orden decreciente, en San Clemente, Villa Gesell, Claromecó y Cariló.

- *ir a bailar* adquiere mayor proporción superando el promedio (10,9%), en orden decreciente en Villa Gesell (en porcentaje significativo 28,4%), Pinamar, San Clemente, Necochea y Santa Teresita.

- respecto de las actividades que en promedio no superan el 10,0% de las preferencias, *asistir espectáculo* se destaca entre los turistas de Necochea, Mar del Plata, San Bernardo, Villa Gesell, San Clemente, *ir de compras* se destaca en Cariló, San Clemente, Mar del Plata, Villa Gesell, *conocer gente* se destaca en San Clemente, *degustar comidas* Pinamar, Villa Gesell, Mar del Plata, *descubrir lugares* se destaca en

San Clemente, Villa Gesell, *jugar casino/bingo* se destaca en Pinamar, *ir de excursión* en San Clemente.

4. Tema: Sociabilidad Preferente

Pregunta: Durante sus vacaciones Ud. prefiere...

Alternativas: *estar con amigos, estar con gente de su nivel cultural, estar con gente de su lugar de procedencia, conocer gente de su nivel, conocer gente de diferentes niveles sociales, conocer gente residente de este centro turístico, compartir con grupo familiar de similar integración, compartir con gente de su edad, compartir con gente de similar nivel socioeconómico.*

Opción múltiple: hasta dos opciones

- en relación al total de los turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *sociabilidad preferente* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, excluyendo la actividad estar en la playa puede observarse:

- la forma de sociabilidad que concita más preferencias es *estar con amigos* y en orden decreciente *compartir con grupo familiar de similar integración, compartir con gente de su edad.*
- a propósito de cada forma de sociabilidad preferente
 - *estar con amigos* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (58,0%) en orden decreciente en Cariló (en proporción significativa 74,8%), San Clemente, Mar de Ajó, Claromeccó, San Bernardo y sin alcanzar el promedio en Miramar, Pinamar, Necochea, Mar del Plata, Villa Gesell, Santa Clara y Santa Teresita.
 - *compartir con grupo familiar de similar integración* adquiere su mayor proporción en Villa Gesell (54,7%), superando el promedio (26,9%) en orden decreciente en Miramar, Mar del Plata, San Bernardo y San Clemente.
 - *compartir con gente de su edad* adquiere significación superando el promedio (20,4%) en orden decreciente en Santa Clara, San Clemente, Santa Teresita, Villa Gesell y Cariló.
 - respecto de las formas de sociabilidad que en promedio no superan el 10,0% de las preferencias *conocer gente residente en este centro turístico* se destaca entre los turistas

de San Clemente, Santa Clara, Cariló y *conocer gente de diferentes niveles sociales* se destaca entre los turistas de San Clemente, Santa Teresita y Miramar.

5. Tema: Del Destino Vacacional

5.1. Aspecto: últimas vacaciones

Pregunta: A dónde pasó sus últimas vacaciones?

Alternativas: *San Clemente, Santa Teresita, San Bernardo, Mar de Ajó, Pinamar, Cariló, Villa Gesell, Santa Clara, Mar del Plata, Miramar, Necochea, Claromecò, otros costa atlántica, Bariloche, Cataratas, Córdoba, Mendoza, Buenos Aires, otros Argentina, Uruguay, Brasil, Chile, otros países.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *recurrencia del destino vacacional* en la totalidad de la muestra integrada por los turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- el destino que concita más recurrencia es *Mar del Plata* y en orden decreciente *San Clemente, Pinamar, San Bernardo*.
- a propósito de cada destino
- *Mar del Plata* adquiere su mayor significación en Mar del Plata (60,8%), superando el promedio (11,6%) en Santa Clara.
- *San Clemente* adquiere su mayor ponderación en San Clemente (94,2%), superando el promedio (11,4%) en Cariló.
- *San Bernardo* adquiere su mayor proporción en San Bernardo (68,0%), superando el promedio (7,5%) en Santa Teresita.

5.2. Aspecto: próximas vacaciones

Pregunta: A dónde piensa ir las próximas vacaciones?

Alternativas: *San Clemente, Santa Teresita, San Bernardo, Mar de Ajó, Pinamar, Carilo,*

Villa Gesell, Santa Clara, Mar del Plata, Miramar, Necochea, Claromecó, otros costa atlántica, Bariloche, cataratas, Córdoba, Mendoza, Buenos aires, otros Argentina, Uruguay, Brasil, Chile, otros países.

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *recurrencia del destino vacacional* en la totalidad de la muestra integrada por los turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- el destino que concita más expectativa de recurrencia en las próximas vacaciones son *Villa Gesell y San Clemente* y en orden decreciente, *Miramar, Mar del Plata*.
- de la recurrencia del destino vacacional en los diferentes centros turísticos

El orden de prelación de destinos de próximas vacaciones coincide con el del centro turístico donde se localiza el turista, en tanto los destinos alternativos mencionados pierden significación.

6. Tema: Modo y medio de información

Pregunta: A través de qué medios recibió información relativa a este centro turístico?

Alternativas: *ninguno, radio, TV, diarios, revistas, afiches / folletos, agencias de viajes, casa y/o representante del centro turístico, amigos /a familiares, caravana turística.*

Opción múltiple: hasta dos opciones.

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar el *modo y medio de información* seleccionado por la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- el modo de información que presenta la mayor proporción es *amigos/familiares* y en orden decreciente *ninguno*.
- a propósito de la lectura de cada modo y medio de información
 - *amigos familiares* adquiere su mayor significación, superando el promedio (54.7%), en orden decreciente en Miramar (en significativa proporción 93.4%), Mar de Ajó, Pinamar, San Bernardo, Villa Gesell, Claromecó y Cariló.

- *ninguno* adquiere su mayor proporción, superando el promedio (30,7%), en orden decreciente en Santa Clara, Mar del Plata, (en porcentajes significativos 80,6 y 78,6 respectivamente), Necochea y San Clemente.
- respecto de los modos y medios que en promedio no superan el 10,0 % de las elecciones, *T.V.* se destaca entre los turistas de Mar del Plata y Villa Gesell, *diarios* se destaca en San Clemente y *agencias de viajes* en Santa Teresita.

III. CUESTION: *LOS SERVICIOS UTILIZADOS*

1. Tema: Medio de transporte

Consulta: Medio de transporte utilizado

Alternativas: *auto, micro, tren, avión.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar el *medio de transporte* utilizado por el turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- el medio que muestra la mayor proporción es el *auto*, y en orden decreciente el *micro*.
- a propósito de cada medio de transporte utilizado
 - *auto* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (66,0%), en orden decreciente en Claromecó, Santa Clara, Mar de Ajó, Carló, Necochea, San Bernardo y Pinamar, y sin alcanzar el promedio en Villa Gesell, Miramar y Mar del Plata.
 - *micro* adquiere su mayor significación, superando el promedio (28,4%), en orden decreciente en San Clemente y Santa Teresita.
 - respecto de los medios de transporte que en promedio no superan el 10,0% de las elecciones, *tren* se destaca entre los turistas de Mar del Plata y Miramar, *avión* se destaca en Santa Teresita y Mar del Plata.

2. Tema: Tipo de alojamiento

Consulta: Tipo de alojamiento utilizado

Alternativas: *departamento propio, departamento alquilado, departamento prestado, casa propia, casa alquilada, casa prestada, casa/departamento familiares, habitación alquilada en casa de familia, hotel gremial, hotel, apart hotel, tiempo compartido, campamento.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar el tipo de alojamiento utilizado por el turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- el tipo de alojamiento que presenta la mayor proporción es el *departamento alquilado*, y en orden decreciente *hotel, casa alquilada, casa propia, departamento propio*.
- a propósito de cada tipo de alojamiento utilizado
 - *departamento alquilado* adquiere su mayor significación, superando el promedio (20,0%), en orden decreciente en Miramar, Mar del Plata, San Bernardo, Santa Teresita y por debajo del promedio en Necochea.
 - *hotel* presenta su mayor proporción, superando el promedio (16,5%), en orden decreciente en San Clemente, Cariló y Villa Gesell y, aunque diferidos en prelación, en Mar del Plata y Necochea.
 - *casa alquilada* adquiere su mayor ponderación en Santa Clara (44,1%), superando el promedio (15,6%) en orden decreciente en Miramar y Claromecó.
 - *casa propia* adquiere su mayor valoración en Claromecó (31,7%), superando el promedio (15,6%) en orden decreciente en Santa Clara, Mar de Ajó, Pinamar y San Bernardo.
 - *departamento propio* adquiere su mayor significación en Mar de Ajó (31,6%), superando el promedio (10,7%) en orden decreciente en Miramar, Mar del Plata, Santa Teresita, San Bernardo y Necochea.
 - *casa / departamento familiares* adquiere su mayor ponderación en Pinamar (22,8%), superando el promedio (4,4%).
 - respecto del resto de los tipos de alojamiento que en promedio no superan el 10,0% de la utilización, *departamento prestado* se destaca entre los turistas de Mar de Ajó, *casa prestada* y *apart hotel* se destaca en Cariló.

3. Tema: Modalidad de restauración

Pregunta: Actividad gastronómica del día de ayer: desayuno, almuerzo, cena

Alternativas: *alojamiento, con vianda, lugar de comidas.*

3.1. Aspecto: desayuno

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *modalidad de restauración para el desayuno* del turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la modalidad de restauración que presenta mayor proporción es *alojamiento* (90,9%)
- a propósito de cada modalidad de restauración para el desayuno
 - *alojamiento* adquiere su mayor significación en todas las localidades, superando el promedio (90,9%), en orden decreciente en Cariló, Santa Clara, Necochea, San Clemente, San Bernardo, Villa Gesell, Mar de Ajó y Mar del Plata.
 - respecto de las modalidades que en promedio no superan el 10,0% de las elecciones *con vianda* se destaca entre los turistas de Claromecó y *lugar de comidas* se destaca en Santa Teresita.

3.2. Aspecto: almuerzo

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *modalidad de restauración para el almuerzo* del turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la modalidad de restauración que presenta mayor proporción es *alojamiento*, y en orden decreciente *con vianda*, *lugar de comidas*.
- a propósito de la lectura de cada modalidad de restauración para el almuerzo
 - *alojamiento* presenta su mayor proporción en todas las localidades, superando el promedio (63,4%), en orden decreciente en Cariló, Santa Clara, Mar de Ajó, San Bernardo, Necochea y San Clemente.
 - *con vianda* adquiere mayor ponderación, superando el promedio (18,9%), en orden decreciente en Villa Gesell, Mar del Plata y Pinamar.

- *lugar de comidas* adquiere significación, superando el promedio (13,4%), en orden decreciente en Santa Teresita, Miramar, Cariló, San Clemente, Mar del Plata, Pinamar y Necochea.

3.3. Aspecto: cena

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *modalidad de restauración para la cena* del turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la *modalidad de restauración* que presenta mayor proporción es *alojamiento*, y en orden decreciente *lugar de comidas*.
- a propósito de la lectura de cada modalidad de restauración para la cena
- *alojamiento* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (61,9%), en orden decreciente en San Clemente, Claromecó, Santa Clara, Necochea Pinamar y Mar de Ajó y sin alcanzar el promedio San Bernardo, Santa Teresita, Villa Gesell, Cariló y Miramar.
- *lugar de comidas* presenta su mayor proporción en Mar del Plata (45,0%), superando el promedio (33,4%), en orden decreciente en Cariló, Villa Gesell, Santa Teresita, Miramar y Mar de Ajó.
- *con vianda* adquiere significación, superando el promedio (2,4%), en orden decreciente en Mar del Plata y San Bernardo.

4. Tema: Servicios de Esparcimiento

Pregunta: Servicio de esparcimiento/entretenimiento/ diversión utilizados el día de ayer

Alternativas postcodificadas: *no utilizó, oceanario, exposición museo, casino/bingo, video game, espectáculo de cine, espectáculo de teatro, espectáculo musical, espectáculo deportivo, discoteca/bailanta, confitería/ pub, golf, paddle/tenis, fútbol, paseos actividades en el mar, paseos /actividades en la playa, paseos / actividades en el bosque, paseos actividades en la ciudad.*

Opción: admite respuestas múltiples.

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar el *servicio de esparcimiento utilizado* por el turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la alternativa que denota la mayor proporción es *no utilizó* (en proporción significativa 45,5%), y en orden decreciente los servicios *video game*, *discoteca/bailanta*, *espectáculo de cine*.
- a propósito de cada servicio de esparcimiento
 - *no utilizó* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (45,5%), en orden decreciente en Claromecó, Cariló, Mar del Plata, Mar de Ajó, Miramar, Necochea y Pinamar y sin alcanzar el promedio San Bernardo, San Clemente, Santa Clara y Santa Teresita.
 - *video game* adquiere significación, superando el promedio (10,3%), en orden decreciente en San Bernardo, Santa Clara, Pinamar y Claromecó.
 - *discoteca/bailanta* adquiere su mayor valoración en Villa Gesell (30,2%), superando el promedio (9,8 %) en orden decreciente en Pinamar, Mar de Ajó y Necochea
 - *espectáculo de cine* adquiere significación, superando el promedio (7,7%), en orden decreciente en Miramar, Pinamar, Necochea, San Bernardo, Cariló y Mar del Plata
 - respecto del resto los servicios que en promedio no superan el 10,0% de la utilización *casino/bingo* se destaca entre los turistas de Mar de Ajó, Pinamar, Santa Teresita y Miramar. *paseos/actividades en la playa* se destaca en Santa Clara y Villa Gesell. *paseos/actividades en la ciudad* se destaca en Santa Clara y San Clemente y *confitería/pub* se destaca en Villa Gesell.

5. Tema: Servicios de Playa

Pregunta: Servicio de playa utilizado

Alternativas: *no utilizó*, *carpa*, *sombrilla*, *solarium/estar*, *ducha/vestuario/cabina*, *bar*.

Opción múltiple: hasta dos opciones.

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar el *servicio de playa utilizado* por el turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la alternativa que denota la mayor proporción es *no utilizó* (en proporción significativa 60,3%), y en orden decreciente los servicios de *carpa, bar, sombrilla*.
- a propósito de cada servicio de playa
 - *no utilizó* adquiere su mayor proporción, superando el promedio (60,3%), en orden decreciente en San Clemente, Santa Clara, Mar de Ajó, Villa Gesell y Claromecó y sin alcanzar el promedio Necochea, San Bernardo, Cariló, Mar del Plata y Santa Teresita.
 - *carpa* adquiere significación, superando el promedio (18,6%), en orden decreciente en Miramar, Mar del Plata, Villa Gesell y Mar de Ajó.
 - *solarium/estar* adquiere su mayor ponderación en Pinamar (48,8%), superando el promedio (4,5%).
 - *bar* adquiere mayor proporción, superando el promedio (8,2%), en orden decreciente en Cariló, Miramar y Pinamar.
 - *sombrilla* adquiere significación, superando el promedio (7,2%), en orden decreciente en Pinamar, Necochea, Cariló y Santa Teresita

6. Tema: Servicio de Información

Pregunta: Utilizó el servicio de información al turista del organismo municipal de turismo?

Alternativas: *si, no*.

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la utilización del *servicio de información* por parte del turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opción de utilización del servicio de información que presenta mayor proporción es *no* (76,1%).
- a propósito de cada opción utilización de servicio de información
 - *no* adquiere su mayor significación en todas las localidades, superando el promedio (76,1%), en orden decreciente en Santa Clara, Mar del Plata, Necochea, Villa Gesell, Claromecó y Miramar.

- *si* adquiere significación, superando el promedio (20,3%), en orden decreciente en Santa Teresita, San Clemente, Cariló, Mar de Ajó, Miramar.

7. Tema: Productos adquiridos

Consulta: Productos turísticos típicos adquiridos

Alternativas postcodificadas: *no adquirió, alfajores, sweters, camperas, conservas/dulces, souvenirs/regalos, artesanías, artículos fotográficos, artículos deportivos.*

Opción: se admiten respuestas múltiples.

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar los *productos adquiridos* por el turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la alternativa de productos adquiridos que presenta mayor proporción es *no adquirió* (70,3%), y el producto *alfajores*.
- a propósito de la lectura de cada producto adquirido
 - *no adquirió* adquiere su mayor significación en todas las localidades, superando el promedio (70,3%), en orden decreciente en Pinamar, Claromeccó, Cariló, Mar de Ajó, Santa Clara y Mar del Plata.
 - *alfajores* adquiere mayor ponderación, superando el promedio (14,6%), en orden decreciente en Miramar, Villa Gesell, San Bernardo, Mar de Ajó y Mar del Plata
 - respecto de los productos que en promedio no superan el 10,0% de las adquisiciones *artesanías* se destaca entre los turistas de Villa Gesell y Santa Clara, *conservas/dulces* se destaca en Miramar y Santa Teresita y *souvenirs/regalos* se destaca en San Clemente.

IV. CUESTION: *EL GRADO DE SATISFACCION DEL TURISTA*

1. Tema: Servicio de transporte

En este tema se plantea el análisis particularizado de la opinión sobre calidad y precio de las categorías auto, micro, tren y avión, en función de sus usuarios efectivos, y el análisis de la opinión global de los diferentes tipos de transporte.

1.1. Servicios de ruta

Al considerarse calidad y precio en el caso del medio de transporte auto, la referencia al servicio remite al estado de ruta y, en caso de mediar concesión, al precio del peaje.

1.1.1. Aspecto: calidad

Consulta: Opinión respecto de la calidad

Alternativas: *muy buena, buena, aceptable, regular, mala.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la opinión de la *calidad del servicio de rutas* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión que presenta mayor proporción es *buena*, y en orden decreciente *muy buena, aceptable*.
- a propósito de la lectura de cada categoría de opinión de calidad
 - *buena* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (43,8%), en orden decreciente en Santa Clara, Cariló, Miramar, Pinamar, Mar de Ajó, Claromecó, Mar del Plata, San Bernardo y sin alcanzar el promedio Necochea, Villa Gesell y Santa Teresita.
 - *muy buena* adquiere mayor proporción, superando el promedio (15,0%), en orden decreciente en Mar del Plata, Mar de Ajó, San Bernardo, Miramar y Santa Clara
 - *aceptable* adquiere mayor ponderación, superando el promedio (13,7%), en orden decreciente en Villa Gesell, Pinamar, Necochea y San Bernardo

- *regular* adquiere significación, superando el promedio (8,7%), en orden decreciente en Necochea, Villa Gesell, Santa Teresita y San Bernardo

1.1.2. Aspecto: precio

Consulta: Opinión respecto del precio

Alternativas: *muy alto, alto moderado/razonable, bajo, muy bajo.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la opinión del *precio del servicio de rutas* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión que presenta mayor proporción es *alto* y en orden decreciente *muy alto, moderado/ razonable.*
- a propósito de cada categoría de opinión de precio
 - *alto* adquiere su mayor significación, superando el promedio (30,3%), en orden decreciente en Pinamar (en significativa proporción 67,1%). Mar del Plata, Cariló, Miramar y aunque diferidos en la prelación, en Villa Gesell y Mar de Ajó.
 - *muy alto* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (24,1%), en orden decreciente en Villa Gesell, Santa Clara (en porcentajes significativos 53,8 % y 51,0% respectivamente), Mar de Ajó y San Bernardo.
 - *moderado/razonable* presenta su mayor proporción en Necochea (34,2%), superando el promedio (15,6%) en Mar de Ajó, Mar del Plata, Santa Clara y Miramar.
 - respecto de las opiniones que en promedio no superan el 10,0% de las elecciones *bajo* y *muy bajo* se destaca entre los turistas de Necochea.

1.2. Servicios de micro

1.2.1. Aspecto: calidad

Consulta: Opinión respecto de la calidad

Alternativas: *muy buena, buena, aceptable, regular, mala.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la opinión de la *calidad del servicio de micro* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión del servicio de micro que presenta mayor proporción es *buena*, y en orden decreciente *aceptable, muy buena, regular*.
- a propósito de cada categoría de opinión de calidad
- *buena* presenta su mayor proporción, superando el promedio (49,2%), en orden decreciente en Santa Clara, Necochea, Cariló, San Bernardo, Villa Gesell, Mar del Plata, Mar de Ajó y Pinamar y sin alcanzar el promedio Miramar y Claromecó.
- *aceptable* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (21,6%), en orden decreciente en San Clemente y Santa Teresita y aunque diferidos en la prelación en Villa Gesell y Claromecó.
- *muy buena* adquiere mayor valoración, superando el promedio (14,9%), en orden decreciente en Claromecó, Santa Clara, Miramar, Mar de Ajó, San Clemente y San Bernardo.
- *regular* adquiere significación, superando el promedio (10,5%), en orden decreciente en Pinamar (en significativa proporción 47,8%), San Bernardo y Santa Teresita

1.2.2. Aspecto: precio

Consulta: Opinión respecto del precio

Alternativas: *muy alto, alto moderado/razonable, bajo, muy bajo*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la opinión del *precio del servicio de micro* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión del precio del servicio de micro que presenta mayor proporción es *moderado/razonable* y en orden decreciente *alto*
- a propósito de cada categoría de opinión de precio
- *moderado/razonable* adquiere su mayor ponderación en todas las localidades, superando el promedio (72,2%), en orden decreciente en San Clemente, Mar de Ajó, Santa Clara y Pinamar.

- *alto* adquiere significación, superando el promedio (18,1%), en orden decreciente en San Bernardo, Villa Gesell, Mar del Plata, Miramar, Pinamar y Santa Teresita.
- respecto de las opiniones que en promedio no superan el 10,0% de las elecciones *bajo* se destaca entre los turistas de Claromecó y Necochea.

1.3. Servicios de tren

Los datos consignados corresponden exclusivamente a las localidades donde se presta este servicio

1.3.1. Aspecto: calidad

Consulta: Opinión respecto de la calidad

Alternativas: *muy buena, buena, aceptable, regular, mala.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión de la calidad del servicio de tren* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión de la calidad del servicio de tren que presenta mayor proporción es *buena* y en orden decreciente *regular, aceptable, muy buena.*
- a propósito de cada categoría de opinión de calidad
 - *buena* adquiere su mayor significación, superando el promedio (40,6%), en orden decreciente en Cariló (en porcentaje significativo 100%), Santa Clara y Santa Teresita y por debajo del promedio en Mar del Plata.
 - *regular* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (21,4%), en orden decreciente en Necochea, Villa Gesell y Miramar, y aunque diferido en la prelación en Mar del Plata.
 - *aceptable* adquiere su mayor proporción Pinamar (60,0%), superando el promedio (13,5%), en orden decreciente en Miramar, Mar del Plata y Necochea.
 - *muy buena* adquiere su mayor significación en Mar de Ajó (100,0%), superando el promedio (12,5%).

mala adquiere significación, superando el promedio (7,6%), en orden decreciente en Villa Gesell, Miramar y Necochea.

1.3.2. Aspecto: precio

Consulta: Opinión respecto del precio

Alternativas: *muy alto, alto moderado/razonable, bajo, muy bajo.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión del precio del servicio de tren* del turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión del precio del servicio de tren que presenta mayor proporción es *moderado/razonable*, y en orden decreciente *bajo, alto*.
- a propósito de cada categoría de opinión de precio
 - *moderado razonable* presenta su mayor proporción, superando el promedio (51,6%), en orden decreciente en Cariló (en porcentaje significativo 100%), Pinamar, Miramar, Necochea, Mar del Plata y Santa Clara.
 - *bajo* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (21,7%), en orden decreciente en Mar de Ajó (en significativa proporción 100%) y Santa Teresita, y aunque diferido en la prelación en Necochea.
 - *alto* adquiere su mayor significación en Villa Gesell (81,8%), superando el promedio (17,1%) en orden decreciente Mar del Plata y Santa Clara.

1.4. Servicios de avión

Los datos consignados corresponden exclusivamente a las localidades donde se prestan este servicio.

1.4.1. Aspecto: calidad

Consulta: Opinión respecto de la calidad

Alternativas: *muy buena, buena, aceptable, regular, mala.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la opinión de la *calidad del servicio de avión* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión de la calidad del servicio de avión que presenta mayor proporción es *buena* y en orden decreciente *muy buena, aceptable, regular*.
- a propósito de cada categoría de opinión de calidad
 - *buena* adquiere su mayor significación, superando el promedio (35,9%), en orden decreciente en Mar del Plata, Cariló y Villa Gesell.
 - *muy buena* presenta su mayor proporción, superando el promedio (27,4%), en orden decreciente en Mar de Ajó, Miramar y Villa Gesell.
 - *aceptable* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (23,8%), en orden decreciente en Pinamar y Santa Teresita.
 - *regular* adquiere su mayor significación en Necochea (62,5%), superando el promedio (10,5%).

1.4.2. Aspecto: precio

Consulta: Opinión respecto del precio

Alternativas: *muy alto, alto, moderado/razonable, bajo, muy bajo*.

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión del precio del servicio de avión* del turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión del precio del servicio de avión que presenta mayor proporción es *moderado/razonable*, y en orden decreciente *alto, muy alto*.
- a propósito de cada categoría de opinión de precio
 - *moderado razonable* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (53,6%), en orden decreciente en Pinamar, Cariló, Villa Gesell y Miramar (en un porcentaje del

100% en todos los casos), Santa Teresita y Mar del Plata.

- *alto* adquiere su mayor significación en Necochea (100%), superando el promedio (18,8%).
- *muy alto* adquiere su mayor significación en Mar de Ajó (75%), superando el promedio (9,9%).

1.5. Consideración del total de servicios de transporte

Se analiza el total resultante de integrar las opiniones de los diferentes servicios de transporte.

1.5.1. Aspecto: calidad

Consulta: Opinión respecto de la calidad

Alternativas: *muy buena, buena, aceptable, regular, mala.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión de la calidad del servicio de transporte* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión sobre la calidad de los servicios de transporte que presenta mayor proporción es *buena* (en significativa proporción), y en orden decreciente *aceptable, muy buena, regular.*
- a propósito de cada categoría de opinión de calidad
- *buena* presenta su mayor proporción, superando el promedio (45,5%), en orden decreciente en Santa Clara, Cariló, Mar de Ajó, Pinamar, Miramar, San Bernardo, Mar del Plata y Necochea y sin alcanzar el promedio en Claromecó y Villa Gesell.
- *aceptable* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (18,7%), en orden decreciente en Santa Teresita y San Clemente y, aunque diferidos en la prelación, en Villa Gesell, Pinamar, Necochea y Claromecó.
- *muy buena* adquiere significación, superando el promedio (14,9%), en orden decreciente en Mar de Ajó, Mar del Plata, San Bernardo, Santa Clara, Claromecó y Miramar.

- *regular* presenta mayor proporción, superando el promedio (8,9%), en orden decreciente en Necochea, Villa Gesell, San Bernardo y Santa Teresita

1.5.2. Aspecto: precio

Consulta: Opinión respecto del precio

Alternativas: *muy alto, alto moderado/razonable, bajo, muy bajo.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión del precio del servicio de transporte* del turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión del precio del servicio de transporte que presenta mayor proporción es *moderado /razonable*, y en orden decreciente *alto, muy alto*.
- a propósito de cada categoría de opinión de precio
 - *moderado/razonable* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (34,7%), en orden decreciente en San Clemente, Mar del Plata, Santa Teresita, Necochea, Mar de Ajó y Miramar.
 - *alto* adquiere su mayor significación, superando el promedio (26,3%), en orden decreciente en Pinamar, Santa Clara, Villa Gesell y Cariló y, aunque diferidos en prelación, en Mar del Plata, Miramar y Mar de Ajó.
 - *muy alto* presenta su mayor proporción San Bernardo (44,6%), superando el promedio (19,0%), en orden decreciente en Villa Gesell, Mar de Ajó y Santa Clara.
 - respecto de las opiniones que en promedio no superan el 10,0% de las elecciones *bajo y muy bajo* se destaca entre los turistas de Necochea.

2. Tema: Servicios de alojamiento

El análisis de las alternativas departamento, casa alquilada y hotel de los tipos de alojamiento, se particulariza en función de la opinión de calidad y precio del servicio de los usuarios efectivos de estos tipos.

2.1. Departamento alquilado

2.1.1. Aspecto: calidad

Consulta: Opinión respecto de la calidad

Alternativas: *muy buena, buena, aceptable, regular, mala.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión de la calidad del departamento alquilado* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión de la calidad del departamento alquilado que denota mayor proporción es *buena*, y en orden decreciente *muy buena, aceptable*.
- a propósito de cada categoría de opinión de calidad
 - *buena* presenta su mayor proporción, superando el promedio (57,7%), en orden decreciente en Necochea (en significativa proporción 95,2%), Pinamar, Villa Gesell, Cariló, Mar del Plata y Santa Clara y sin alcanzar el promedio Miramar, Mar de Ajó, San Bernardo y Claromecó.
 - *muy buena* adquiere su mayor significación en San Clemente (45,0%), superando el promedio (20,3%), en orden decreciente en Mar de Ajó, Santa Clara, San Bernardo, Miramar y Claromecó.
 - *aceptable* adquiere su mayor ponderación en Santa Teresita (43,0%), superando el promedio (13,2%), en orden decreciente en Claromecó, San Bernardo, Villa Gesell, Mar del Plata y Pinamar. -

2.1.2. Aspecto: precio

Consulta: Opinión respecto del precio

Alternativas: *muy alto, alto moderado/razonable, bajo, muy bajo.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión del precio del departamento alquilado* en la totalidad de la

muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión del precio del departamento alquilado que presenta mayor proporción es *moderado/razonable*, y en orden decreciente *alto*.
- a propósito de cada categoría de opinión de precio
 - *moderado/razonable* adquiere su mayor valoración, superando el promedio (58,2%), en orden decreciente en Santa Clara, Mar de Ajó, Miramar, Santa Teresita, Pinamar y San Clemente.
 - *alto* adquiere su mayor significación, superando el promedio (31,0%), en orden decreciente en Necochea y Pinamar (en porcentajes significativos 92,8% y 81,6% respectivamente).
 - respecto de las opiniones que en promedio no superan el 10,0% de las *elecciones muy alto* se destaca entre los turistas de Villa Gesell y *bajo* se destaca en Mar de Ajó.

2.2. Casa alquilada

2.2.1. Aspecto: calidad

Consulta: Opinión respecto de la calidad

Alternativas: *muy buena, buena, aceptable, regular, mala*.

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión de la calidad de la casa alquilada* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión de la calidad de la casa alquilada que denota mayor proporción es *buena* y en orden decreciente *muy buena y aceptable*.
- a propósito de cada categoría de opinión de calidad
 - *buena* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (60,7%), en orden decreciente en Pinamar, Necochea, Santa Clara, Cariló y Villa Gesell y por debajo del promedio San Bernardo, Mar del Plata, Miramar, Santa Teresita, Claromecó y San Clemente
 - *muy buena* presenta su mayor proporción en Mar de Ajó (52,0%), superando el

promedio (22,4%), en orden decreciente en Miramar, San Clemente, San Bernardo, Santa Teresita y Villa Gesell.

- *aceptable* adquiere significación, superando el promedio (10,7%), en orden decreciente en Claromecó, Mar del Plata, Santa Teresita, Pinamar, San Bernardo y Miramar.

2.2.2. Aspecto: precio

Consulta: Opinión respecto del precio

Alternativas: *muy alto, alto moderado/razonable, bajo, muy bajo.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión del precio de la casa alquilada* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión del precio de la casa alquilada que presenta mayor proporción es *moderado/razonable* y en orden decreciente *alto*.
- a propósito de la lectura de cada categoría de opinión de precio
 - *moderado/razonable* adquiere su mayor significación, superando el promedio (61,9%), en orden decreciente en Santa Clara, Necochea, Mar del Plata, Miramar, Mar de Ajo, San Bernardo y Santa Teresita y por debajo del promedio Claromecó, Villa Gesell y Cariló.
 - *alto* adquiere su mayor ponderación en Pinamar, superando el promedio (22,9%), en orden decreciente en Cariló, Claromecó y San Bernardo
 - respecto de las opiniones que en promedio no superan el 10,0% de las elecciones *muy alto* se destaca entre los turistas de Claromecó y *bajo* se destaca en Mar de Ajo.

2.3. Hotel

2.3.1. Aspecto: calidad

Consulta: Opinión respecto de la calidad

Alternativas: *muy buena, buena, aceptable, regular, mala.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la opinión de la *calidad del hotel* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión de la calidad del hotel que presenta mayor proporción es *buena*, y en orden decreciente *muy buena, aceptable*.
- a propósito de cada categoría de opinión de calidad
 - *buena* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (53,4%), en orden decreciente en Pinamar, Necochea, Villa Gesell, Miramar y Mar del Plata y por debajo del promedio Santa Teresita, Cariló, Santa Clara, San Bernardo y San Clemente.
 - *muy buena* presenta su mayor proporción, superando el promedio (23,7%), en orden decreciente en Mar de Ajó y Claromecó, y aunque diferidos en la prelación en San Bernardo, Villa Gesell y San Clemente.
 - *aceptable* adquiere significación, superando el promedio (10,9%), en orden decreciente en Claromecó, Santa Teresita, San Bernardo, Mar del Plata, Pinamar, Miramar y Necochea.

2.3.2. Aspecto: precio

Consulta: Opinión respecto del precio

Alternativas: *muy alto, alto moderado/razonable, bajo, muy bajo*.

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión del precio del hotel* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión del precio del hotel que presenta mayor proporción es *moderado/razonable*, y en orden decreciente *alto*.
- a propósito de la lectura de cada categoría de opinión de precio
 - *moderado/razonable* presenta su mayor proporción, superando el promedio (61,5%), en orden decreciente en Mar de Ajó, Villa Gesell, Miramar, Mar del Plata, Claromecó, Santa Teresita, Santa Clara y sin alcanzar el promedio en San Clemente, San Bernardo y Cariló

- *alto* adquiere su mayor significación, superando el promedio (24,1%), en orden decreciente en Necochea y Pinamar (en porcentajes significativos 90,1% y 81,3% respectivamente) y aunque diferido en la prelación en San Bernardo.

2.4. Consideración del total de tipos de alojamiento

Se analiza el total resultante de integrar las opiniones de los diferentes tipos de alojamiento.

2.4.1. Aspecto: calidad

Consulta: Opinión respecto de la calidad

Alternativas: *muy buena, buena, aceptable, regular, mala.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión de la calidad del servicio de alojamiento* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión de la calidad del servicio de alojamiento que presenta mayor proporción es *buena*, y en orden decreciente *muy buena, aceptable*.
- a propósito de cada categoría de opinión de calidad
 - *buena* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (53,6%), en orden decreciente en Necochea (en significativa proporción 80,0%), Villa Gesell, Santa Clara, Mar del Plata, Santa Teresita y San Bernardo y sin alcanzar el promedio en Cariló, Pinamar y Miramar.
 - *muy buena* presenta su mayor proporción, superando el promedio (22,3%), en orden decreciente en Mar de Ajó y San Clemente, y aunque diferidos en la prelación, en San Bernardo y Claromecó.
 - *aceptable* adquiere significación, superando el promedio (7,7%), en orden decreciente en Claromecó, San Bernardo, Mar del Plata, Pinamar, Santa Teresita y Villa Gesell.

2.4.2. Aspecto: precio

Consulta: Opinión respecto del precio

Alternativas: *muy alto, alto moderado/razonable, bajo, muy bajo.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la opinión del *precio del servicio de alojamiento* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión del precio del servicio de alojamiento que presenta mayor proporción es *moderado/razonable* y en orden decreciente *alto*.
- a propósito de cada categoría de opinión de precio
 - *moderado/razonable* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (45,2%), en orden decreciente en Mar de Ajó, Villa Gesell, Santa Clara, Necochea, San Clemente y Mar del Plata y por debajo del promedio Claromecó, Santa Teresita, Miramar, Cariló y San Bernardo.
 - *alto* adquiere mayor significación en Pinamar (45%), superando el promedio (18,2%), en orden decreciente en Claromecó, Mar del Plata y Villa Gesell.

3. Tema: Servicios de restauración

3.1. Aspecto: calidad

Consulta: Opinión respecto de la calidad

Alternativas: *muy buena, buena, aceptable, regular, mala.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la opinión de la *calidad del servicio de restauración* del turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión de la calidad del servicio de restauración que registra mayor proporción es *buena*, y en orden decreciente *aceptable, muy buena*.
- a propósito de cada categoría de opinión de calidad
 - *buena* presenta su mayor proporción, superando el promedio (48,7%), en orden decreciente en San Bernardo, Mar del Plata, Necochea, Santa Clara, Claromecó y Cariló

y por debajo del promedio Mar de Ajó, Villa Gesell y Santa Teresita.

- *aceptable* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (18,1%), en orden decreciente en Pinamar (en porcentaje significativo 75,1%) y por debajo del promedio en San Clemente.
- *muy buena* adquiere significación, superando el promedio (14,0%), en orden decreciente en Mar de Ajó, Santa Clara, Miramar, San Bernardo y Cariló.

3.2. Aspecto: precio

Consulta: Opinión respecto del precio

Alternativas: *muy alto, alto moderado/razonable, bajo, muy bajo.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión del precio del servicio de restauración* del turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión del precio del servicio de restauración que prescrite mayor proporción es *moderado/razonable* y en orden decreciente *alto*.
- a propósito de la lectura de cada categoría de opinión de precio
- *moderado/razonable* presenta su mayor proporción en todas las localidades, superando el promedio (61,7%), en orden decreciente en Necochea, Mar de Ajó, Santa Clara, Pinamar, San Bernardo, Mar del Plata, Miramar y Claromecó.
- *alto* adquiere significación, superando el promedio (15,3%), en orden decreciente en Cariló, San Bernardo, Claromecó, Miramar, Mar del Plata, Villa Gesell y Pinamar.

4. Tema: Servicios de esparcimiento

4.1. Aspecto: calidad

Consulta: Opinión respecto de la calidad

Alternativas: *muy buena, buena, aceptable, regular, mala.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión de la calidad del servicio de esparcimiento* del turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión de la calidad del servicio de esparcimiento que presenta mayor proporción es *buena*, y en orden decreciente *muy buena*, *aceptable*.
- a propósito de cada categoría de opinión de calidad
 - *buena* adquiere su mayor valoración, superando el promedio (23,8%), en orden decreciente en Villa Gesell, San Bernardo, Santa Teresita, Mar del Plata, Necochea y Miramar y sin alcanzar el promedio Claromecó, Mar de Ajó y Santa Clara.
 - *muy buena* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (17,0%), en orden decreciente en Cariló (en significativa proporción 62,7%) y San Clemente y aunque diferidos en la prelación, en Santa Teresita, Mar de Ajó y Villa Gesell.
 - *aceptable* adquiere su mayor significación en Pinamar (48,8%), superando el promedio (13,1%), en orden decreciente en Cariló, San Clemente y Necochea

4.2. Aspecto: precio

Consulta: Opinión respecto del precio

Alternativas: *muy alto*, *alto moderado/razonable*, *bajo*, *muy bajo*.

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión del precio del servicio de esparcimiento* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión del precio del servicio de esparcimiento que presenta mayor proporción es *moderado/razonable* y en orden decreciente *alto*.
- a propósito de cada categoría de opinión de precio
 - *moderado/razonable* presenta su mayor proporción en todas las localidades, superando el promedio (34,4%), en orden decreciente en Santa Teresita, Villa Gesell, Necochea, Pinamar, Mar de Ajó, San Bernardo y Miramar
 - *alto* adquiere significación, superando el promedio (10,4%), en orden decreciente en

Villa Gesell, Mar del Plata, Pinamar, San Clemente, San Bernardo y Miramar

5. Tema: Servicios de playa

5.1. Aspecto: calidad

Consulta: Opinión respecto de la calidad

Alternativas: *muy buena, buena, aceptable, regular, mala.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la opinión de la *calidad del servicio de playa* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

⇒ la opinión de la calidad del servicio de playa que presenta mayor proporción es *buena*, y en orden decreciente *aceptable, muy buena*.

- a propósito de cada categoría de opinión de calidad

buena adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (16,4%), en orden decreciente en Necochea, Cariló, Miramar, Mar del Plata y Pinamar y por debajo del promedio en Santa Teresita, Villa Gesell y Claromecó.

⇒ *aceptable* adquiere su mayor valoración en Pinamar (45%), superando el promedio (8,7%), en orden decreciente en Cariló.

⇒ *muy buena* adquiere su mayor significación, superando el promedio (5,6%), en orden decreciente en Mar de Ajó y Santa Clara.

5.2. Aspecto: precio

Consulta: Opinión respecto del precio

Alternativas: *muy alto, alto moderado/razonable, bajo, muy bajo.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión del precio del servicio de playa* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

⇒ la opinión del precio del servicio de playa que presenta mayor proporción es

moderado/razonable, y en orden decreciente alto, muy alto.

- a propósito de cada categoría de opinión de precio
 - *moderado/razonable* adquiere su mayor significación, superando el promedio (18,7%) en orden decreciente en Necochea, Cariló, Miramar, Santa Teresita y Mar del Plata y por debajo del promedio en Claromecó, Santa Clara, Villa Gesell y Mar de Ajó
 - *alto* adquiere su mayor valoración en Pinamar (37,0%), superando el promedio (9,5%) en orden decreciente en Mar del Plata, Miramar y Cariló
 - *muy alto* adquiere su mayor ponderación en San Bernardo (15,0%), superando el promedio (2,9%).

6. Tema: Servicio de información

6.1. Aspecto: calidad

Consulta: Opinión respecto de la calidad

Alternativas: *muy buena, buena, aceptable, regular, mala.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la opinión de la calidad del servicio de información del turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

la opinión de la calidad del servicio de información que presenta mayor proporción es *buena* y en orden decreciente *muy buena*.

- a propósito de cada categoría de opinión de calidad

Buena adquiere su mayor significación, superando el promedio (11,6%), en orden decreciente en Santa Teresita, Miramar, Pinamar, Cariló y aunque diferidos en la valoración en Claromecó y San Clemente

Muy buena presenta su mayor proporción, superando el promedio (7,0%), en orden decreciente en Mar de Ajó, Claromecó y San Clemente

respecto de las opiniones que en promedio no superan el 10,0% de las elecciones

aceptable se destaca entre los turistas de Santa Teresita y *regular* se destaca en San Clemente.

7. Tema: Productos adquiridos

7.1. Aspecto: Calidad

Consulta: Opinión respecto de la calidad

Alternativas: *muy buena, buena, aceptable, regular, mala.*

- relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión de la calidad de los productos adquiridos* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opinión de la calidad de los productos adquiridos que denota mayor proporción es *buena* y en orden decreciente *muy buena* y *aceptable*
- a propósito de cada categoría de opinión de calidad
 - *buena* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (16,9%), en orden decreciente en Miramar, Villa Gesell, San Bernardo, Mar del Plata, Claromecó y Santa Teresita y por debajo del promedio en Necochea y Cariló
 - *muy buena* presenta su mayor proporción, superando el promedio (9,7%), en orden decreciente en Santa Teresita, Santa Clara, Mar de Ajó y aunque diferidos en prelación en Miramar y Mar del Plata.

aceptable adquiere su mayor significación en San Clemente (18%), superando el promedio (5,6%).

7.2. Aspecto: Precio

Consulta: Opinión respecto del precio

Alternativas: *muy alto, alto moderado razonable, bajo, muy bajo*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión del precio de los productos adquiridos* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse

- la opinión del precio de los productos adquiridos que presenta mayor proporción es *moderado razonable*, y en orden decreciente *alto* y *muy alto*
- a propósito de cada categoría de opinión de precio
- *moderado razonable* presenta su mayor proporción, superando el promedio (22.6%), en orden decreciente en Villa Gesell, Miramar, San Bernardo, Necochea, San Clemente y Mar del Plata y sin alcanzar el promedio en Claromecó, Cariló, Santa Clara y Mar de Ajó.
- *alto* adquiere significación, superando el promedio (5,4%), en orden decreciente en Miramar, Santa Teresita y Mar del Plata.
- *muy alto* adquiere su mayor ponderación en Santa Teresita (19.6%), superando el promedio (2.0%).

V. CUESTION: LA PERCEPCION Y LA VALORACION DEL TURISTA

1. Tema: De los comerciantes y prestadores

Pregunta: las personas que venden productos y/o prestan servicios en este centro turístico son...

Alternativas: *atentas, indiferentes, desatentas.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión sobre la atención de comerciantes y prestadores* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

la alternativa sobre la opinión de la atención de comerciantes y prestadores que presenta mayor proporción es *atentas*.

- a propósito de cada alternativa de atención de comerciantes y prestadores

- *atentos* adquiere su mayor ponderación, en todas las localidades, superando el promedio (85,5%), en orden decreciente en Necochea, Mar de Ajó, San Clemente, Santa Clara, Cariló y Villa Gesell

- *indiferentes* adquiere mayor significación, superando el promedio (8,5%), en orden decreciente en Santa Teresita, Pinamar, San Bernardo, Mar del Plata y Villa Gesell

2. Tema: De los residentes

Pregunta: las personas que residen en este centro turístico en relación con el turista son...

Alternativas: *amables, indiferentes, poco amables.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión sobre la hospitalidad de los residentes* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la alternativa sobre la opinión de la hospitalidad de residentes que presenta mayor proporción es *amables*

- a propósito de cada alternativa de hospitalidad de residentes
- *amables* adquiere su mayor ponderación, en todas las localidades, superando el promedio (72,9%), en orden decreciente en Cariló, Mar de Ajó, Necochea, San Clemente y Santa Clara.
- *indiferentes* adquiere mayor significación, superando el promedio (5,4%), en orden decreciente en Santa Teresita y San Bernardo.

3. Tema: De las condiciones urbanas

Pregunta: Podría indicar su impresión positiva o negativa en relación a los siguientes aspectos?

Aspectos: *iluminación, limpieza, seguridad, espacios verdes, calles, costa, playa, centro, urbanización, gente, tránsito, transporte urbano, orden.*

3.1. Alternativa: impresión positiva

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral
- Al considerar la *impresión positiva de las condiciones urbanas* del turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros puede observarse:
- la condición que denota mayor proporción es *gente*, y en orden decreciente *playa urbanización, centro, costa, espacios verdes, orden, seguridad, iluminación, calles, tránsito.*
 - a propósito de cada condición urbana
 - *gente* adquiere su mayor significación, superando el promedio (87,5%), en orden decreciente en Mar de Ajó, Santa Clara, San Clemente y Miramar y, aunque diferidos en la prelación en Pinamar, Necochea, Villa Gesell, Claromecó y Cariló.
 - *playa* presenta su mayor valoración, superando el promedio (86,0%) en orden decreciente en Pinamar, Villa Gesell, Necochea y Mar del Plata, y aunque diferidos en la prelación en Mar de Ajó, Santa Clara y Cariló
 - *urbanización* adquiere su mayor ponderación en Cariló (191,5%), superando el promedio (78,0%) en orden decreciente, en Pinamar, San Clemente, Santa Clara, Cariló,

Mar de Ajó, Mar del Plata, Miramar y San Bernardo.

- *centro* adquiere significación, superando el promedio (77,6%) en orden decreciente, en Villa Gesell, San Clemente, Cariló, Miramar, Pinamar y Santa Clara.
- *costa* presenta su mayor proporción en Mar del Plata (91,1%), superando el promedio (77,5%) en orden decreciente, en Pinamar, Mar de Ajó, Villa Gesell, Miramar, Cariló y Necochea.
- *espacios verdes* adquiere significación, superando el promedio (74,3%) en orden decreciente, en Pinamar, Necochea, Villa Gesell, San Clemente, Cariló, Miramar y Mar de Ajó.
- *orden* adquiere mayor ponderación, superando el promedio (73,3%) en orden decreciente, en Mar de Ajó, Pinamar, Santa Clara, San Clemente, Miramar, Mar del Plata y Claromecó.
- *seguridad* adquiere significación, superando el promedio (68,6%) en orden decreciente, en Santa Clara, San Clemente, Mar de Ajó, Miramar y Claromecó.
- *iluminación* adquiere mayor valoración, superando el promedio (67,5%) en orden decreciente, en Necochea, Cariló, Mar del Plata, Mar de Ajó y Pinamar.
- *calles* adquiere mayor ponderación, superando el promedio (67,0%) en orden decreciente, en Cariló, Villa Gesell, Miramar, San Clemente, Mar de Ajó, Necochea y Pinamar.
- *limpieza* adquiere significación, superando el promedio (60,2%) en orden decreciente, en Pinamar, Miramar, Santa Clara, Necochea, San Clemente, Mar de Ajó, Cariló y Claromecó.
- *tránsito* presenta mayor proporción, superando el promedio (57,5%) en orden decreciente, en Santa Clara, Mar de Ajó, San Clemente, Miramar y Necochea.
- *transporte urbano* adquiere significación, superando el promedio (34,4%) en orden decreciente, en San Clemente, Villa Gesell, Santa Clara, Mar del Plata y Cariló.

3.2. Alternativa: impresión negativa

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *impresión negativa de las condiciones urbanas* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la condición que presenta mayor proporción es *tránsito*, y en orden decreciente *limpieza, calles, iluminación, seguridad, espacios verdes, costa, centro, orden*.
- a propósito de la lectura de cada condición urbana
 - *tránsito* presenta su mayor objeción, superando el promedio (34,1%), en orden decreciente en Mar del Plata, Pinamar y Cariló y por debajo del promedio en Miramar.
 - *limpieza* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (32,4%) en orden decreciente en Villa Gesell (en significativa proporción 74,2%) y Santa Teresita y aunque diferidos en la prelación en Mar del Plata, San Bernardo y Claromecó.
 - *calles* adquiere su mayor significación, superando el promedio (27,6%) en orden decreciente, Claromecó, San Bernardo y Santa Clara y aunque diferido en la prelación, en Mar del Plata.
 - *iluminación* presenta su mayor proporción en San Clemente (31,2%), superando el promedio (24%) en orden decreciente, en Claromecó, Santa Clara, San Bernardo, Villa Gesell, Pinamar, Cariló y Miramar.
 - *seguridad* adquiere mayor ponderación superando el promedio (18,9%) en orden decreciente, en Villa Gesell, Santa Teresita, Pinamar, Cariló, San Bernardo y Mar del Plata.
 - *espacios verdes* adquiere significación, superando el promedio (16,5%) en orden decreciente, en Santa Clara, Santa Teresita, San Bernardo, Claromecó, Mar de Ajó y Mar del Plata.
 - *costa* presenta mayor valoración, superando el promedio (16,4%) en orden decreciente, en Claromecó, Santa Clara, San Bernardo y San Clemente.
 - *centro* adquiere su mayor ponderación en Mar de Ajó (21,3 %), superando el promedio (14,1%) en orden decreciente, Mar del Plata, Claromecó, San Bernardo, Santa Clara, Pinamar y Cariló.
 - *transporte urbano* presenta su mayor valoración en Necochea (26,1%), superando el promedio (13,5%) en orden decreciente, Santa Teresita, Villa Gesell y San Clemente

- *orden* adquiere significación, superando el promedio (10,1%) en orden decreciente, en Villa Gesell, Santa Teresita, Claromecó y San Bernardo
- respecto de las condiciones urbanas que en promedio no superan el 10,0% de la valoración negativa, *playa* se destaca entre los turistas de San Bernardo, San Clemente, Miramar y Claromecó y *urbanización* se destaca en Claromecó, Santa Teresita, Miramar, San Bernardo y Villa Gesell

4. Tema: De las condiciones de atracción deseables

Pregunta: Podría indicar que necesita disponer este centro turístico para ser más atrayente en temporada?

Alternativas postcodificadas: *clima, precios accesibles, calidad de servicios, servicios urbanos, servicios de playa, hospitalidad, limpieza, orden urbano, información turística, seguridad, otras condiciones específicas, espectáculos, lugares/actividades para niños, lugares/actividades para jóvenes, lugares actividades para adultos, actividades lugares recreativos, actividades/lugares deportivos, actividades lugares culturales y sociales, espacios verdes, otros lugares/actividades específicos, nada.*

Opción: admite respuestas múltiples.

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar las *condiciones de atracción deseables* el turista encuestado en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la condición que presenta mayor proporción es *servicios urbanos*, y en orden decreciente *nada, limpieza/orden urbano, servicios de playa, espectáculos.*
- a propósito de cada condición de atracción
 - *servicios urbanos* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (12,6%), en orden decreciente en Claromecó, San Clemente y Mar del Plata, y aunque diferidos en la prelación en Santa Clara, Necochea y San Bernardo.
 - *nada* adquiere su mayor valoración, superando el promedio (8,8%) en orden decreciente en Miramar, Pinamar y Cariló y, aunque diferidos en la prelación, en San Clemente y Santa Clara.
 - *limpieza/orden urbano* adquiere significación superando el promedio (7,1%) San

Bernardo, Mar del Plata y Mar de Ajó.

- *servicios de playa* adquiere su mayor ponderación en San Bernardo (21,2%), superando el promedio (5,9%) en orden decreciente en Mar del Plata y San Clemente.
- *espectáculos* presenta su mayor adhesión en Santa Clara (30,4%), superando el promedio (5,9%) en Claromecó y Miramar.
- respecto del resto de las condiciones que no superan en promedio el 10,0% de las elecciones *seguridad* se destaca entre los turistas de Santa Teresita, *lugares/actividades para adultos* se destaca en Santa Clara, *lugares/ actividades recreativos* se destaca en Pinamar y *espacios verdes* se destaca en Claromecó.

5. Tema: De las condiciones de playa valoradas

Pregunta: Podría Ud. indicar las condiciones que más valora de una playa?

Alternativas: *extensión de la playa, calidad de la arena, calidad del agua, condiciones del mar, condiciones del paisaje, densidad de uso, disponibilidad de equipamiento, calidad de los servicios, condiciones de seguridad, limpieza.*

Opción múltiple: hasta dos opciones.

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar las *condiciones de playa valoradas* por la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la condición que presenta mayor proporción es *extensión de la playa*, y en orden decreciente *condiciones de seguridad, condiciones del paisaje, condiciones del mar, densidad de uso, calidad de la arena, calidad del agua, calidad de los servicios.*
- a propósito de cada condición de playa
 - *extensión de la playa* presenta su mayor proporción, superando el promedio (45,3%), en orden decreciente en Necochea (en proporción significativa 91,4%), Pinamar, Villa Gesell, Mar de Ajó, San Clemente y Cariló y sin alcanzar el promedio en Mar del Plata, San Bernardo y Santa Teresita.
 - *condiciones de seguridad* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (26,3%) en orden decreciente en Santa Clara, Miramar y Claromecó y, aunque diferidos en la prelación, en San Clemente, Cariló, San Bernardo y Mar de Ajó.

- *condiciones del paisaje* adquiere significación, superando el promedio (20,9%) en orden decreciente, en Pinamar, Villa Gesell, Claromecó y Cariló.
- *condiciones del mar* presenta mayor valoración, superando el promedio (16,2%) en Necochea, Santa Teresita, San Clemente, Villa Gesell y Mar de Ajó.
- *densidad de uso* adquiere mayor ponderación, superando el promedio (16,6%) en orden decreciente en San Clemente, Mar del Plata, Mar de Ajó, Cariló, Claromecó y Necochea.
- *calidad de la arena* adquiere significación superando el promedio (14,2%) en orden decreciente en Santa Clara, Claromecó, Miramar, San Bernardo y Mar de Ajó.
- *calidad del agua* presenta mayor proporción superando el promedio (13,9%) en orden decreciente en San Clemente, Miramar, Santa Teresita, Claromecó, Santa Clara, San Bernardo, Villa Gesell y Mar de Ajó.
- *calidad de los servicios* adquiere significación superando el promedio (11,8%) en orden decreciente en Pinamar, Cariló, Miramar, Mar del Plata, San Bernardo y Santa Teresita.
- respecto de las condiciones que en promedio no superan el 10,0% de la valoración, *disponibilidad de equipamiento* se destaca entre los turistas Cariló, Santa Teresita, Mar de Ajó y Villa Gesell.

6. Tema: De la proyección de la imagen

6.1. Aspecto: proyección en función etárea

Pregunta: Este centro turístico con una oferta de establecimientos y servicios preferentemente dirigida a...

Alternativas: *niños, adolescentes/jóvenes, adultos, personas maduras, tercera edad, familia, para todos en general.*

Opción múltiple: hasta dos opciones.

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar *la proyección en función etárea* de los centros en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la proyección etárea que presenta mayor proporción es *familia*, y en orden decreciente para todos en general, *adolescentes y jóvenes*.
- a propósito de cada proyección en función etárea
 - *familia* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (38,1%), en orden decreciente en Necochea (en porcentaje significativo 66,0%). Mar de Ajó, Cariló y Santa Clara y, aunque diferidos en la prelación en San Clemente y Miramar
 - *para todos en general* presenta su mayor ponderación, superando el promedio (33,0%), en orden decreciente Mar del Plata (en significativa proporción 78,1%), Santa Clemente y Santa Teresita y, aunque diferidos en la prelación en Pinamar y Cariló.
 - *adolescentes/jóvenes* adquiere su mayor significación, superando el promedio (23,2%), en orden decreciente en Villa Gesell (en significativa proporción 69,2%), Pinamar, Claromecó y San Bernardo.
 - *niños* presenta su mayor adhesión en Miramar (46,7%), superando el promedio (7,7%)

6.2. Aspecto: proyección en función socioeconómica

Pregunta: Este centro turístico con una oferta de establecimientos y servicios preferentemente dirigida a...

Alternativas. *nivel de ingresos altos, nivel de ingresos medio alto, nivel de ingresos medio medio, nivel de ingresos medio bajo, nivel de ingresos bajos, para todos los niveles en general.*

Opción múltiple: hasta dos opciones.

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral
 - Al considerar la *proyección en función socioeconómica* de los centros en la totalidad de la muestra integrada por los turistas encuestados en los diferentes centros, puede observarse:
 - el nivel socioeconómico que denota mayor proporción es *nivel de ingresos medio medio*, y en orden decreciente *todos los niveles en general. nivel de ingresos medio alto.*
 - a propósito de la lectura de cada nivel socioeconómico
 - *nivel de ingresos medio medio* adquiere su mayor significación, superando el promedio (45,8%), en orden decreciente Mar de Ajó, Villa Gesell (en porcentajes significativos 72,6% y 71,0% respectivamente), San Bernardo, Claromecó, Miramar, Necochea y por

debajo del promedio en Santa Clara.

- *para todos los niveles en general* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (25,4%), en orden decreciente en Mar del Plata, Santa Teresita y San Clemente y aunque diferidos en la prelación, en Santa Clara y Necochea.
- *nivel de ingresos medio alto* presenta su mayor valoración, superando el promedio (23,9%), en orden decreciente en Pinamar (en un porcentaje del 89,2%) y Cariló y, aunque diferidos en la prelación en Villa Gesell, Miramar y San Bernardo.

6.3. Aspecto: proyección en función turística

Pregunta: Este centro turístico con una oferta de establecimientos y servicios preferentemente dirigida a...

Alternativas: *la diversión nocturna, los entretenimientos diurnos, las actividades deportivas, la gastronomía típica, nada en particular, todo en general.*

Opción múltiple: hasta dos opciones.

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *proyección en función turística* de los centros en la totalidad de la muestra integrada por turistas encuestados en los diferentes centros, puede observarse:

- la alternativa turística que muestra mayor proporción es *todo en general*, y en orden decreciente *nada en particular, la diversión nocturna*.
- a propósito de cada proyección en función turística
 - *todo en general* presenta su mayor adhesión, superando el promedio (57,9%), en orden decreciente en Mar del Plata (en porcentaje significativo 85,5%), Pinamar, Mar de Ajó, San Clemente, Cariló, Miramar y sin alcanzar el promedio en Villa Gesell, Santa Teresita, San Bernardo.
 - *nada en particular* adquiere su mayor significación, superando el promedio (14,4%), en orden decreciente en Necochea y Santa Clara y aunque diferidos en la prelación en Santa Teresita, Pinamar y Cariló.
 - *la diversión nocturna* adquiere su mayor ponderación en Claromecó (41,5%), superando el promedio (12%), en orden decreciente en Villa Gesell y San Bernardo
 - respecto de las alternativas que en promedio no superan el 10,0% *los entretenimientos*

diurnos se destaca en Villa Gesell, Santa Clara, San Bernardo, San Clemente, Cariló y Mar de Ajó.

7. Tema: De la atracción fuera de temporada

Pregunta: Podría indicar si viene o vendría a este centro turístico fuera de temporada?

Alternativas: *sí, no.*

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *atracción fuera de temporada* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- la opción de atracción fuera de temporada que presenta mayor proporción es *sí* (57.2%).
- a propósito de cada opción de atracción fuera de temporada
 - *sí* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (57.2%), en orden decreciente en Mar del Plata (en significativa proporción 91.1 %), Mar de Ajó, Claromecó, Cariló y San Clemente y por debajo del promedio en Miramar, San Bernardo, Pinamar, Villa Gesell y Santa Teresita
 - *no* adquiere su mayor valoración, superando el promedio (35,4%), en orden decreciente en Necochea (en porcentaje significativo 67.2%) y Santa Clara.

8. Tema: De los restantes Centros del Litoral

Pregunta: Si los conoce, podría indicar su opinión acerca de los siguientes centros turísticos?

Alternativas: *San Clemente, Santa Teresita, San Bernardo, Mar de Ajó, Pinamar, Cariló, Villa Gesell, Mar Chiquita, Santa Clara, Mar del Plata, Miramar, Necochea, Claromecó.*

8.1. Aspecto: Opinión positiva

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión positiva de los restantes centros del litoral* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- el centro que presenta opinión positiva en mayor proporción es *Mar del Plata*, y en

orden decreciente *Villa Gesell, Pinamar, Cariló, San Bernardo, Miramar, San Clemente, Mar de Ajó, Santa Teresita, Necochea, Santa Clara, Mar Chiquita y Claromecó.*

- de la opinión positiva de los restantes centros turísticos expresada por los turistas, prescindiendo del centro de su estadía actual
- *Mar del Plata* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (54,0%), en orden decreciente en Santa Clara, Necochea (en proporciones significativas 96,4% y 91,0% respectivamente) San Bernardo y por debajo del promedio San Clemente.
- *Villa Gesell* adquiere mayor significación, superando el promedio (46,7%), en orden decreciente en Santa Clara (en significativa proporción 94,7%), Mar de Ajó, Necochea, Santa Teresita, Cariló y San Bernardo.
- *Pinamar* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (46,2%), en orden decreciente en Villa Gesell y Cariló y aunque diferidos en la prelación en Mar de Ajó y San Bernardo.
- *Cariló* presenta mayor proporción, superando el promedio (45,6%), en orden decreciente en Pinamar, Mar de Ajó y Santa Teresita.
- *San Bernardo* adquiere su mayor significación en Mar de Ajó (89,5%), superando el promedio (37,1%), en Santa Clara (en porcentaje significativo 89,9%) y San Clemente
- *Miramar* adquiere su mayor ponderación en Mar del Plata (37,2%), superando el promedio (34,8%), en orden decreciente en Santa Clara (en significativa proporción 91,9%), Necochea, Mar de Ajó, San Bernardo y Claromecó.
- *San Clemente* adquiere su mayor significación en Santa Teresita (51,9%), superando el promedio (28,7%) en orden decreciente en Santa Clara y Mar de Ajó, Cariló, Villa Gesell, San Bernardo y Necochea.
- *Mar de Ajó* presenta mayor proporción, superando el promedio (22,1%), en orden decreciente en San Bernardo, Santa Clara, Santa Teresita, San Clemente y Necochea
- *Santa Teresita* adquiere mayor significación, superando el promedio (22,9%), en orden decreciente en Santa Clara (en significativa proporción 71,7%), Mar de Ajó, San Bernardo, San Clemente y Necochea.
- *Necochea* adquiere su mayor ponderación en Claromecó (64,7%), superando el

promedio (22,1%) en Santa Clara, San Bernardo y Mar de Ajó.

- *Mar Chiquita* adquiere mayor significación, superando el promedio (19,7%), en orden decreciente en Santa Clara, Santa Teresita, Mar de Ajó y Necochea.
- *Santa Clara* adquiere mayor significación, superando el promedio (15,1%), en orden decreciente en Mar de Ajó, Santa Teresita, Necochea y San Bernardo.
- *Claromecó* adquiere mayor significación, superando el promedio (15,0%), en orden decreciente en Santa Clara (en significativa proporción 89,9%), Necochea y Santa Teresita.

8.2. Aspecto: opinión negativa

- en relación al total de turistas encuestados en el litoral

Al considerar la *opinión negativa de los restantes centros del Litoral* en la totalidad de la muestra integrada por turistas localizados en los diferentes centros, puede observarse:

- el centro que presenta opinión negativa en mayor proporción es *San Clemente*, y en orden decreciente: *Santa Teresita, Mar de Ajó, Mar del Plata, San Bernardo, Villa Gesell, Santa Clara, Mar Chiquita, Miramar, Pinamar, Necochea*.
- de la opinión negativa de los restantes centros turísticos expresada por los turistas, prescindiendo del centro de su estadía actual
 - *San Clemente* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (26,3%), en orden decreciente en San Bernardo, Mar de Ajó y Villa Gesell y, aunque diferidos en la prelación en Cariló y Pinamar.
 - *Santa Teresita* presenta su mayor proporción, superando el promedio (25,4%), en orden decreciente en Cariló y San Bernardo.
 - *Mar de Ajó* adquiere mayor significación, superando el promedio (24,6%), en orden decreciente en Cariló, Pinamar, Santa Clara, San Bernardo, Santa Teresita.
 - *Mar del Plata* adquiere su mayor ponderación, superando el promedio (24,1%), en orden decreciente en Claromecó y Miramar y aunque diferido en la prelación, en Pinamar y Cariló.
 - *San Bernardo* adquiere su mayor significación en Santa Teresita (35,6%), superando el

promedio (16,3%), en Pinamar y Cariló.

- *Villa Gesell* adquiere su mayor ponderación en Pinamar (69,9%), superando el promedio (15,2%), en orden decreciente en Pinamar, San Bernardo y Miramar
- *Santa Clara* adquiere mayor significación, superando el promedio (13,7%), en orden decreciente en Cariló, Pinamar y Mar de Ajó.
- *Mar Chiquita* adquiere su mayor proporción en Necochea (12,7%), superando el promedio (13,7%) en Cariló (en significativa proporción 47,1%), Mar de Ajó, Santa Clara y Pinamar.
- *Miramar* adquiere mayor ponderación, superando el promedio (13,7%) en orden decreciente en Cariló, Pinamar, Santa Teresita y San Bernardo.
- *Pinamar* adquiere su mayor significación en Santa Clara (47,0%), superando el promedio (12,9%), en orden decreciente en Santa Teresita, Cariló, Miramar, Claromecó.
- *Necochea* presenta mayor proporción, superando el promedio (12,2%); en orden decreciente en Cariló (en significativa proporción 44,8%), Santa Teresita, Pinamar y Claromecó.

7. INCONCLUSION

La lectura comparada de los diversos temas que integran las cuestiones planteadas en la Encuesta constituye una primer instancia necesaria en el proceso de análisis de resultados que permite una apertura a la problemática sociocultural contemplada en el Estudio que permite advertir las diferencias y las similitudes de conformación, expectativas, comportamientos e impresiones del turista de los diferentes centros.

Tal lectura, necesaria a la consideración de los resultados, resulta insuficiente al propósito de definir la identidad del turismo de sol y playas de cada centro y de la región, conclusión factible luego de realizar el análisis integral y la reflexión integrada de cuestiones y temas respecto de cada centro y en relación a los atributos del turista encuestado. Tal es la tarea en curso de realización.

Nota 1. los sectores de playa comprendidos en las áreas de encuesta se indican por su correspondencia a calles transversales a la avenida adyacente a la playa o mojones de identificación.

	<i>al sur desde:</i>	<i>al norte hasta:</i>
San Clemente	avenida XV	avenida VII
Santa Teresita	calle 55	calle Salta
San Bernardo	avenida Belgrano	calle Santa Fe
Mar de Ajó	calle José Ingenieros	avenida Belgrano
Pinamar	avenida Eolo (<i>muelle</i>)	calle Zeus
Cariló	calle Acacia	avenida Sequoia
Villa Gesell	paseo 152	calle 312
Santa Clara	avenida Del Arroyo	calle El Paso
Mar del Plata	calle 427	avenida Estrada
Miramar	avenida 37 (<i>muelle</i>)	avenida Erramouspe
Necochea	Parque M. Lillo	calle 67
Claromecó	camping Dunamar	calle 50

Nota 2. de acuerdo a lo planteado en el texto, la cuota de encuestas asignadas a las diferentes fracciones de playa resultan de la densidad de ocupación verificada en observación de foto y video aéreos y verificación in situ.

Nota 3. a los efectos de dar una referencia respecto de la magnitud de la capacidad locacional turística simultánea en número de plazas de los Municipios, de acuerdo a información del SIET de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia a 1995.

	en hoteles	en viviendas	en camping	totales
La Costa	18.010	276.318	16.200	310.530
Pinamar	5.733	52.385	4.000	62.364
Villa Gesell	13.270	74.556	9.250	97.076
Mar Chiquita	1.037	19.129	964	21.150
Gral. Pueyrredon	61.630	290.000	11.200	369.830
Gral. Alvarado	2.506	51.588	5.080	59.154
Necochea	5.488	39.900	4.280	49.666
totales	103.225	783.105	47.698	941.274

los Municipios incluyen otros centros además de los centros objeto de encuesta, *hoteles* incluye las diferentes categorías, incluso apart hotel, tiempo compartido, *viviendas* incluye casas y departamentos, *totales* en ciertos municipios incluyen bungalow y colonias

Nota 4. a los efectos de dar una referencia respecto de la magnitud de los flujos en temporada se presenta la información respecto de ingresos turísticos de la temporada dic 94/ mar 95, según vías de acceso, de acuerdo a información del SIET.

Bloque 1	autos/omnibus	avión	tren	totales
La Costa Pinamar Gesell	3.543.687	25.081		3.569.500
Bloque 2				
Mar Chiquita Gral. Pueyrredon Gral. Alvarado	2.537.436	105.483	377.599	3.020.518
Bloque 3				
Necochea Tres Arroyos Monte Hermoso	425.419	2.600	11.000	439.019

Nota 5. en calidad de supervisores in situ del operativo de encuesta al turista han actuado: lic. Nadia Vulcano (San Clemente y Sta. Teresita), arq. Horacio Lus (San Bernardo y Mar de Ajó), lic. Marta Muro (Pinamar, Cariló y Villa Gesell), lic. Mariela González (Sta. Clara del Mar), lic. Graciela Benseny (Mar del Plata), lic. Jorge Cañueto (Miramar), lic. Angela Armentia (Necochea) e Irene Sentis (Claromecó).

TABLAS DE RESULTADOS

I. CUESTION: EL GRUPO TURISTICO

1. Tema: Número de integrantes

Número	SC	ST	SB	MA	P	C	VG	SCI	MdP	M	N	CI	Prom.
1	3,7	7,1	9,6	6,1	6,8	6,4	1,0	1,0	2,1	1,2	1,1	2,7	4,1
2	33,2	26,7	35,0	26,5	34,7	33,0	13,5	21,3	36,4	34,7	15,7	21,4	27,7
3	16,1	30,9	21,2	21,9	25,1	16,7	23,6	25,7	18,4	23,6	24,5	13,8	21,8
4	24,9	19,2	19,8	29,1	21,0	20,6	33,3	34,5	25,5	22,8	31,5	23,7	25,5
5	12,8	10,2	7,6	11,6	7,5	13,7	19,4	10,8	10,2	11,7	15,2	18,3	12,4
6	5,8	3,8	2,7	2,9	3,0	4,4	6,4	4,8	3,9	3,9	9,0	9,8	5,0
7	2,2	0,8	0,3	1,3	1,1	2,2	2,2	1,5	2,2	1,5	1,9	4,9	1,8
8 a 11	1,3	1,4	1,5	0,6	0,8	2,3	0,6	0,4	1,1	0,4	1,0	5,3	1,4
Promedio	3,4	3,2	2,7	2,2	3,1	3,2	3,9	3,6	3,3	3,3	3,8	4,1	3,3

2. Tema: Relación de integrantes

<i>Relación</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MdP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
individual	3,0	6,9	7,7	4,8	6,0	5,4	0,0	0,0	1,6	1,5	1,1	2,2	3,4
pareja	12,2	18,0	5,0	12,8	28,5	23,5	19,1	21,1	20,9	15,7	12,0	15,6	17,0
familia	63,1	35,5	68,5	58,1	35,8	48,5	53,9	71,3	50,4	67,1	65,0	51,8	55,8
parientes	7,6	13,2	3,2	4,6	13,3	13,1	1,7	1,6	9,2	3,0	8,2	17,0	8,0
amigos	10,9	21,1	14,6	18,3	15,1	6,9	25,2	1,6	17,6	11,4	7,9	12,1	13,6

3. Tema: Conformación sexual y etárea

3.1. Aspecto: integrantes masculinos

<i>Edades integrantes</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MdP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
menos de 5 años	6,6	3,8	7,4	1,4	1,7	6,7	4,4	8,3	5,8	10,6	8,8	10,6	6,3
5 a 9 años	7,0	6,0	7,0	3,8	4,3	8,6	9,8	10,1	10,9	12,9	11,4	12,5	8,7
10 a 14 años	7,9	3,9	8,3	7,6	8,6	6,4	14,3	10,8	9,2	10,6	10,6	10,3	9,0
14 a 19 años	10,5	8,7	8,8	15,1	17,3	9,1	10,9	8,1	8,8	7,8	10,2	10,0	10,4
20 a 24 años	13,0	12,1	8,2	5,2	6,0	8,3	22,6	4,7	6,7	4,9	6,1	6,9	8,7
25 a 29 años	13,5	12,5	6,5	8,8	10,0	12,1	12,5	9,7	9,1	5,0	9,7	4,4	9,5
30 a 39 años	18,1	19,2	11,9	14,5	16,5	18,5	17,0	18,4	17,7	16,6	17,3	18,1	17,0
40 a 49 años	11,9	12,3	19,8	14,6	16,6	14,9	1,0	16,7	16,8	16,3	13,8	12,9	14,0
50 a 59 años	5,9	8,8	14,6	8,7	9,9	9,4	8,4	8,6	9,5	8,8	9,7	5,4	9,0
60 a 69 años	5,2	8,7	6,3	6,5	7,4	4,5	2,2	3,4	5,3	5,1	2,2	5,1	5,1
70 años y más	0,5	2,3	2,4	1,7	1,9	1,6	0,5	2,0	1,6	1,6	1,1	2,3	1,6

3.2. Aspecto: integrantes femeninos

<i>Edades integrantes</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MdP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
menos de 5 años	5,3	3,7	3,6	5,2	2,1	9,5	3,4	6,6	5,0	5,1	7,7	7,5	5,4
5 a 9 años	6,2	5,6	5,3	5,5	2,9	4,4	4,3	3,7	7,7	7,4	13,7	9,9	6,4
10 a 14 años	8,9	4,5	9,5	7,2	5,3	7,4	6,2	10,6	8,3	9,5	9,0	11,7	8,2
14.a 19 años	10,8	15,4	9,9	12,8	21,0	7,8	17,0	12,2	11,9	12,1	8,0	8,9	12,3
20 a 24 años	14,9	11,6	7,9	14,7	12,8	12,1	29,2	4,1	12,4	11,2	8,3	8,6	12,3
25 a 29 años	12,8	13,4	7,1	7,2	9,7	12,2	13,3	13,3	10,8	7,1	9,7	9,1	10,5
30 a 39 años	17,5	16,6	16,2	13,7	12,9	20,7	13,4	21,1	14,9	15,1	19,5	16,0	16,5
40 a 49 años	12,1	12,8	21,1	18,6	15,7	16,1	7,7	16,1	13,8	17,0	11,0	11,7	14,5
50 a 59 años	6,2	8,4	11,3	9,4	8,8	6,2	4,2	7,1	9,3	8,3	8,9	6,5	7,9
60 a 69 años	5,3	6,2	5,5	4,4	7,6	2,6	1,3	4,1	5,3	4,9	2,2	6,2	4,6
70 años y más	0,5	2,0	2,3	1,4	1,8	1,0	0,3	0,9	1,7	2,3	1,6	3,0	1,6

4. Tema: Conformación socioeconómica

<i>Niveles</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MdP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
medio alto	3,3	4,0	9,0	14,5	34,3	22,2	13,2	15,4	8,8	9,2	11,2	8,5	12,8
medio medio	33,0	28,1	49,0	42,9	48,8	58,2	52,8	44,9	36,0	43,1	44,6	50,0	44,3
medio bajo	51,2	37,9	33,7	33,3	17,5	19,3	31,7	34,8	43,9	38,6	39,7	28,1	34,1
bajo	12,4	29,8	7,4	7,4	1,2	0,3	2,1	3,6	11,1	9,1	4,5	10,7	8,3

5. Tema: Lugar de procedencia

<i>Procedencia</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MdP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
Buenos Aires	38,4	25,0	31,5	38,9	52,3	46,4	60,4	38,5	33,3	44,0	26,5	12,9	37,3
Gran Buenos Aires	31,1	26,5	44,1	35,0	26,8	15,0	8,2	17,4	18,6	18,8	7,5	10,3	21,6
Resto Pcia. de Bs. As.	16,1	23,4	6,2	7,4	13,7	20,6	18,2	23,1	21,5	18,9	29,0	53,6	21,0
Misiones	5,2	5,0	7,6	7,4	2,0	2,6	1,7	6,9	9,6	4,0	10,2	6,7	5,7
Corrientes	0,2	2,3	2,2	1,1	2,1	1,6	0,4	3,2	4,0	1,3	0,5	0,0	1,6
Entre Ríos	2,8	4,4	2,0	2,3	0,5	1,0	1,3	1,6	1,3	1,7	0,5	0,0	1,6
Santa Fe	0,7	2,3	1,5	0,8	0,5	4,9	5,2	4,0	2,8	1,5	2,8	1,8	2,4
Catamarca	0,4	2,7	1,7	3,8	1,6	1,6	1,0	1,6	2,2	1,8	9,0	1,8	2,4
Santiago del Estero	0,4	0,8	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	11,2	1,1
otros Argentina	4,4	7,4	3,0	3,1	0,4	5,9	3,3	3,6	9,6	8,0	12,1	1,7	5,2
otros países	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,2	0,0	0,4	0,0	0,3	0,0	0,1

6. Tema: Duración de estadía

<i>Estadía</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MdP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
1 a 3	2,4	4,0	2,0	2,7	11,2	4,2	3,4	0,4	4,0	3,0	16,5	12,9	5,6
4 a 7	33,6	26,7	12,3	12,6	7,7	35,3	25,6	7,3	20,6	12,7	33,5	15,2	20,3
8 a 10	18,7	11,3	10,6	11,2	10,9	21,2	19,9	10,1	16,3	13,0	26,4	8,0	14,8
11 a 14	5,0	10,4	3,4	3,8	2,5	3,6	3,6	8,1	8,3	5,4	0,6	2,7	4,8
15 a 21	27,8	28,1	41,4	53,3	42,5	24,8	39,2	43,7	33,5	42,0	17,8	32,1	35,5
22 a 28	3,3	1,9	2,7	2,5	1,2	2,0	0,8	3,6	1,3	4,0	0,4	6,3	2,5
29 a 31	2,8	11,5	18,7	9,5	19,6	7,2	5,9	15,8	10,3	10,9	2,8	11,3	10,5
32 a 45	2,2	1,2	2,5	1,9	2,3	0,7	0,2	2,4	1,7	3,7	0,4	5,4	2,1
más de 45	1,3	1,5	5,4	1,5	0,7	0,3	0,4	8,1	2,6	4,8	0,9	4,9	2,7
Estadía promedio	12,5	14,2	19,5	16,8	19,6	12,1	13,2	20,8	15,2	18,3	9,5	17,4	15,8

7. Tema: Gasto Promedio de la estadia (1)

<i>Gasto promedio</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MdP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
hasta 2.5	0,7	0,3	1,3	0,5	0,0	1,1	0,3	0,4	0,7	1,2	0,2	4,1	0,9
de 2.51 a 5	16,7	2,4	1,3	2,7	1,8	5,9	8,9	9,5	4,3	8,3	1,8	17,9	6,8
de 5.1 a 7.5	22,7	5,9	3,9	3,0	2,8	4,9	14,4	14,6	8,1	13,0	4,6	21,6	9,9
de 7.5 a 10	26,0	15,1	9,9	7,2	10,0	15,6	16,0	18,6	13,2	14,5	17,4	14,4	14,8
de 10.1 a 15	16,1	22,8	21,9	18,5	14,0	27,0	24,4	12,7	17,5	20,9	22,5	17,9	19,7
de 15.1 a 20	12,5	11,3	18,9	21,9	18,7	24,3	20,7	10,0	19,5	15,9	24,6	11,8	17,5
de 20.1 a 25	3,1	12,3	8,7	15,4	21,2	9,3	7,4	9,5	14,0	10,4	12,4	4,6	10,7
de 25.1 a 35	6,0	8,7	13,3	17,7	15,1	9,0	4,5	16,4	11,9	8,0	8,5	3,6	10,2
de 35.1 a 50	2,0	12,2	12,0	6,9	14,0	1,4	2,9	8,6	7,6	5,6	7,2	4,1	7,0
de 50.1 a 75	0,0	6,7	6,4	3,6	2,0	0,3	0,8	0,0	3,0	1,2	1,0	0,0	2,1
de 75.1 a 100	0,8	1,1	2,6	2,2	0,0	0,7	0,0	0,0	0,3	0,8	0,2	0,0	0,7
más de 100.1	0,0	1,7	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,2

<i>Promedio por persona</i>	14,7	28,2	28,6	27,3	26,2	18,3	16,4	19,7	22,7	19,3	21,1	13,6	21,3
<i>(2) Promedio por grupo</i>	50,5	90,8	76,1	59,3	80,3	59,5	64,3	70,8	75,4	63,4	80,9	56,1	68,9
<i>(2) Promedio por estadia</i>	184,1	401,4	557,6	459,2	513,9	221,6	216,1	411,3	345,3	351,5	200,7	236,1	341,6

Nota:

- (1) Los porcentajes se determinan en función de respuestas efectivas, excluyendo respuestas Ns/Nc.
- (2) El gasto promedio por grupo resulta de la relación respecto del grupo promedio (tema 1) y el promedio gasto por estadia resulta de la relación respecto del lapso promedio (tema 6).

II. CUESTION: EL TURISTA

1. Tema: Motivación de Destino.

<i>Motivos (1)</i>	SC	ST	SB	MA	P	C	VG	SCI	MDP	M	N	CI	Prom.
el mar/la playa	11,3	29,8	27,6	28,4	6,9	20,6	43,0	15,4	29,1	15,9	53,6	16,5	24,8
el clima	0,8	5,4	1,7	0,2	0,2	2,0	0,2	0,0	1,2	0,3	0,0	0,4	1,0
la familia	3,7	9,3	8,1	9,0	21,9	5,2	13,8	2,8	8,0	12,0	7,7	12,0	9,5
los amigos	12,2	10,0	4,6	10,9	29,0	12,7	13,8	0,4	2,6	5,0	3,4	9,3	9,5
la gente	1,1	2,3	3,7	1,0	6,6	0,7	13,0	0,0	1,1	1,6	0,0	2,7	2,8
la vivienda	11,9	10,5	31,3	15,8	15,7	14,0	2,1	21,1	20,1	16,6	5,4	21,9	15,5
la proximidad	7,5	5,8	0,4	1,9	1,9	2,6	0,8	0,4	2,9	0,8	2,1	18,3	3,8
la diversión	1,1	4,2	2,7	1,2	0,0	1,0	1,9	0,0	6,0	0,4	0,0	0,0	1,5
el descanso/la tranquilidad	28,4	19,2	36,9	21,5	16,8	37,9	22,6	53,4	1,2	44,1	9,0	41,1	27,7
la accesibilidad económica	6,7	8,4	0,5	5,3	0,2	0,7	0,2	0,8	3,6	0,6	0,0	0,0	2,3
la idea de otro	4,5	3,6	0,4	1,4	0,0	2,6	0,0	0,4	0,2	0,2	0,0	0,0	1,1
la urbanización	0,0	0,4	0,9	0,2	0,6	0,3	0,6	0,0	8,8	0,0	0,0	0,0	1,0
la forestación	0,0	0,2	1,0	0,0	0,9	8,5	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,9
la seguridad	12,3	0,6	1,2	1,5	0,0	4,0	0,6	2,8	0,1	8,4	0,2	4,4	3,0
por costumbre	0,4	0,4	2,2	2,1	0,4	1,0	11,7	2,0	21,2	9,8	2,6	8,9	5,2
para conocer	1,3	2,1	2,2	0,8	0,0	0,3	3,4	0,0	4,6	3,0	13,1	3,6	2,9
otros	3,0	3,7	9,6	6,1	16,4	1,6	19,3	0,4	13,1	15,7	2,8	3,1	7,9

Nota: (1) El tema admite respuestas múltiples.

2. Tema: Actividades Preferentes

<i>Actividades (1)</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
pasear por el lugar	51,9	43,0	57,9	48,6	47,7	51,0	69,8	44,6	50,1	57,4	71,0	42,4	53,0
practicar deporte	3,2	9,0	19,2	17,4	20,5	22,5	9,2	2,4	10,8	12,7	8,4	13,8	12,4
asistir espectáculo	46,5	15,4	20,1	4,6	5,7	28,5	16,2	12,2	25,9	10,2	20,8	7,6	17,8
ir a bailar	23,6	18,5	9,6	16,8	19,7	12,4	32,1	10,1	15,2	6,3	15,2	14,3	16,2
ir de compras	41,4	11,5	15,8	6,1	8,7	16,4	21,9	13,5	21,4	16,9	1,3	5,8	15,1
caminar por la costa	28,8	30,1	43,1	27,2	32,9	36,6	38,6	36,8	40,8	43,7	36,8	40,2	36,3
conocer gente	12,6	11,7	7,6	11,4	12,7	2,7	4,2	2,4	7,5	5,5	16,8	7,6	8,6
desgustar comidas	4,3	6,7	5,0	4,0	5,6	3,6	8,9	3,6	11,5	8,5	8,3	9,3	6,6
descubrir lugares	11,4	12,2	14,3	7,8	2,1	16,9	14,8	14,6	14,4	14,4	0,0	15,6	11,5
estar en familia	11,7	23,6	32,1	43,1	31,3	25,1	31,2	52,6	20,0	33,6	36,5	34,4	31,3
reunirse con amigos	17,8	16,3	13,0	33,1	43,1	25,8	23,7	23,5	14,1	20,8	0,0	25,4	21,4
descansar/estar tranquilo	23,9	20,0	41,1	65,5	49,3	38,2	21,0	66,4	34,1	40,4	23,6	42,9	38,9
jugar casino/bingo	1,1	7,1	4,4	7,8	2,7	5,9	0,6	2,0	8,4	4,1	0,0	2,2	3,9
ir a pescar	2,0	6,2	8,6	8,6	0,4	5,2	2,5	10,9	2,3	3,3	0,0	14,7	5,4
ir de excursión	9,4	12,9	3,1	2,9	0,2	3,6	3,8	3,2	5,4	5,3	0,0	6,3	4,7
otras	6,9	2,3	0,7	0,6	0,0	0,0	5,0	0,0	1,5	1,2	0,0	2,2	1,7

3. Tema: Sociabilidad Preferente

Sociabilidad (1)	SC	ST	SB	MA	P	C	VG	SCI	MDP	M	N	CI	Prom.
estar con amigos	67,7	42,3	58,1	64,6	56,2	74,8	52,8	52,6	54,5	57,4	56,2	58,9	58,0
estar con gente de su nivel cultural	0,6	3,9	5,7	1,9	5,0	1,9	1,9	1,8	1,9	4,5	0,8	4,9	2,9
estar con gente de su lugar de procedencia	0,4	6,3	5,2	2,2	0,2	2,0	2,3	2,6	1,1	4,5	1,5	3,1	2,6
conocer gente de su nivel	1,9	7,5	2,7	0,6	2,5	3,3	0,2	4,0	2,8	1,5	7,5	0,9	3,0
conocer gente de diferentes niveles sociales	16,3	13,1	7,3	2,2	1,2	7,9	0,4	6,5	6,6	9,9	3,6	10,3	7,1
conocer gente residente en este centro turístico	18,4	5,0	8,1	3,2	0,6	10,1	0,8	17,8	4,0	5,5	8,6	6,7	7,4
compartir con grupo familiar de similar integración	28,8	11,4	29,6	15,6	25,3	33,3	54,7	19,8	34,8	37,5	7,5	24,1	26,9
compartir con gente de su edad	43,0	22,5	15,7	14,6	10,5	20,0	21,8	44,1	15,2	15,1	8,8	13,9	20,4
compartir con gente de similar nivel socioeconómico	0,2	4,8	2,7	1,0	0,2	0,3	2,1	0,0	0,9	2,0	1,0	0,9	1,3
otros	6,1	23,7	16,3	13,2	5,7	2,6	2,3	17,0	10,5	4,7	8,0	23,6	11,1

Nota: (1) El tema admite respuestas múltiples.

3. Tema: Actividades Realizadas (2)

<i>Actividades (1)</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
pasear por el lugar	26,5	19,2	10,1	10,7	39,1	21,6	55,0	31,2	59,3	44,0	33,5	35,3	32,1
practicar deporte	1,1	3,5	2,7	4,6	5,7	8,8	5,8	0,0	5,5	6,7	7,3	8,0	5,0
asistir espectáculo	10,2	9,3	12,0	1,9	8,4	9,8	11,6	0,4	14,1	6,6	22,1	1,3	9,0
ir a bailar	16,1	11,3	4,9	7,4	16,6	9,5	28,4	3,2	9,6	4,8	11,4	7,6	10,9
ir de compras	15,3	7,0	7,7	1,3	7,0	15,8	13,6	2,4	14,1	8,3	2,3	3,5	8,2
caminar por la costa	20,8	19,2	14,5	6,7	7,0	18,7	42,0	11,7	37,6	12,4	18,0	32,2	20,1
conocer gente	13,6	6,9	3,2	0,6	2,9	6,6	4,4	0,0	3,3	1,6	2,3	3,1	4,0
desgustar comidas	9,3	4,8	6,4	1,2	14,5	5,9	14,0	0,8	10,9	6,2	5,5	8,0	7,3
descubrir lugares	22,9	8,1	5,6	1,0	0,7	8,4	20,7	0,8	4,5	4,0	2,6	6,7	7,2
estar en familia	32,2	12,1	10,0	10,7	19,1	17,7	34,8	17,0	25,6	15,4	21,9	32,1	20,7
reunirse con amigos	36,8	9,8	10,4	16,4	41,8	20,5	29,1	8,9	12,1	12,2	18,7	20,6	19,8
descansar/estar tranquilo	60,6	14,8	13,8	28,0	39,7	29,4	31,0	18,6	30,1	20,6	9,7	37,0	27,8
jugar casino/bingo	3,5	7,1	3,9	6,3	11,7	6,5	2,3	0,0	4,8	3,9	4,9	1,3	4,7
ir a pescar	0,9	8,0	2,0	6,1	0,0	1,9	2,3	2,0	1,1	1,2	6,0	6,2	3,1
ir de excursión	17,0	13,5	1,1	1,9	0,8	5,9	2,3	0,8	0,8	1,6	0,4	3,6	4,1
otras	0,2	3,7	0,7	0,2	2,1	0,7	1,7	1,2	0,8	2,0	0,0	0,9	1,2

Nota:

(1) El tema admite respuestas múltiples.

(2) Se refieren exclusivamente a las actividades realizadas en el día de ayer.

4. Tema: Del Destino Vacacional

4.1. Aspecto: últimas vacaciones

<i>Destinos</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
San Clemente	94,2	4,8	0,0	2,3	0,4	28,8	1,9	1,2	0,6	1,3	0,2	1,3	11,4
Santa Teresita	0,2	27,1	0,7	3,2	0,0	0,0	0,2	1,6	1,0	1,8	0,2	0,9	3,1
San Bernardo	0,4	9,8	68,0	6,7	1,8	0,3	3,8	0,8	1,8	1,5	0,9	0,9	8,1
Mar de Ajó	0,0	2,7	2,0	47,6	0,0	0,3	1,1	1,2	0,7	0,7	0,2	0,9	4,8
Pinamar	1,1	3,1	0,7	2,7	75,6	3,9	6,7	2,0	2,9	1,7	0,9	0,4	8,5
Cariló	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	26,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,2
Villa Gesell	0,0	1,5	1,5	5,5	3,2	2,9	45,9	2,0	2,3	3,3	1,3	0,9	5,9
Santa Clara	0,0	0,4	0,2	0,0	0,2	0,3	0,0	64,0	0,0	0,3	0,0	0,0	5,5
Mar del Plata	1,5	6,5	1,7	8,8	1,6	6,5	13,2	17,0	60,8	6,9	8,4	6,3	11,6
Miramar	0,0	1,0	0,2	0,2	0,0	0,7	1,1	0,0	1,3	51,8	0,4	0,4	4,8
Necochea	0,0	0,8	0,2	0,2	0,2	0,0	0,6	0,4	1,6	2,5	47,0	6,3	5,0
Claromecó	0,0	0,6	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,4	55,8	4,8
otros costa atlántica	0,0	2,7	15,8	1,7	0,5	0,6	1,5	0,4	1,2	2,7	1,1	3,6	2,7
otros Argentina	1,1	12,9	3,4	9,8	1,4	5,9	4,8	2,0	10,8	8,8	13,6	10,8	7,1
otros países	0,6	4,2	4,4	9,1	12,8	20,9	11,4	2,8	11,6	13,0	20,2	10,7	10,1

4.2. Aspecto: próximas vacaciones

<i>Destinos</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
San Clemente	36,7	0,4	0,7	1,3	0,0	19,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	4,9
Santa Teresita	0,2	13,5	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	1,2
San Bernardo	1,1	5,4	25,4	3,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,4	3,1
Mar de Ajó	0,0	0,4	0,2	41,3	0,0	0,0	0,4	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	3,5
Pinamar	1,1	0,8	1,2	0,8	44,7	0,0	1,1	0,4	0,1	0,3	0,0	0,4	4,2
Cariló	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	9,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8
Villa Gesell	0,7	6,0	2,5	2,7	0,0	1,3	44,0	0,8	0,2	0,5	0,2	0,0	4,9
Santa Clara	0,0	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	22,7	0,0	0,0	0,0	0,0	2,1
Mar del Plata	3,7	2,3	2,0	2,7	0,0	0,0	2,3	0,8	33,1	1,0	0,9	1,3	4,2
Miramar	0,4	0,8	1,2	0,0	0,0	0,7	0,2	0,0	0,4	44,1	0,0	0,9	4,1
Necochea	0,0	0,4	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	12,9	2,7	1,4
Claromecó	0,0	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	50,4	4,3
Otros costa atlántica	0,7	0,6	12,6	1,7	0,2	0,0	0,2	0,8	0,2	0,8	0,0	0,9	1,6
Otros Argentina	8,6	6,0	13,0	7,8	0,2	2,2	2,3	0,8	2,1	5,9	3,4	5,3	4,8
Otros países	14,9	4,6	21,6	6,2	0,6	10,5	8,2	2,0	6,0	8,8	16,3	9,3	9,1

5. Tema: Modo y medio de información

<i>Medio</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
ninguno	38,6	29,0	18,5	2,5	19,2	23,2	16,1	80,6	78,6	3,0	42,5	16,5	30,7
radio	2,0	2,5	0,7	1,1	0,0	1,3	2,7	0,4	1,0	0,3	4,1	2,6	1,6
T.V.	2,1	3,1	2,5	1,3	0,4	1,6	8,6	0,0	10,3	0,2	3,9	0,0	2,8
diarios	9,3	4,8	2,5	4,2	0,0	1,0	5,0	0,0	3,0	0,0	1,3	3,1	2,9
revistas	0,0	3,9	1,5	0,4	0,0	0,3	1,0	0,0	1,1	0,0	0,4	1,3	0,8
afiches/folletos	1,9	4,0	1,5	0,4	0,2	2,0	0,4	0,0	0,7	0,2	4,3	0,9	1,4
agencias de viajes	2,6	6,0	1,2	2,5	0,2	2,6	0,6	0,0	0,4	0,2	1,3	0,0	1,5
casa / representante del centro turístico	0,2	3,1	0,5	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,3	0,8	0,2	1,8	0,6
amigos/familiares	37,7	31,0	73,4	81,9	78,6	59,5	70,6	17,8	3,6	93,4	41,0	68,3	54,7
caravana turística	0,0	1,0	0,7	0,8	0,0	0,7	0,0	0,0	0,6	0,2	0,6	0,0	0,4
otros	0,7	2,1	0,4	3,6	0,9	2,6	2,9	0,4	2,1	1,0	0,0	2,2	1,6

III. CUESTION: LOS SERVICIOS UTILIZADOS

1. Tema: Medio de Transporte

<i>Medio</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
auto	42,3	43,0	69,0	76,0	68,7	73,2	65,8	80,2	56,1	62,7	71,5	83,0	66,0
micro	54,0	46,8	29,8	22,7	23,8	23,5	31,4	17,4	28,3	25,9	23,4	14,0	28,4
tren	0,0	0,6	0,0	0,2	4,4	0,7	2,1	2,0	12,3	9,9	3,2	0,0	3,0
avión	0,0	5,0	0,2	0,8	1,1	1,3	0,4	0,0	2,7	1,5	1,7	0,0	1,2

2. Tema: Tipo de alojamiento

<i>Tipo</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
departamento propio	4,1	13,4	13,3	31,6	7,1	1,3	4,4	0,8	17,8	21,4	10,9	2,2	10,7
departamento alquilado	20,6	22,8	28,1	6,3	18,3	13,7	33,3	2,0	28,3	41,1	17,8	8,0	20,0
departamento prestado	6,5	7,7	8,4	10,9	2,1	2,9	7,3	0,4	6,0	1,8	9,7	0,0	5,3
casa propia	3,0	10,6	17,7	23,8	18,0	14,7	0,6	28,3	8,0	3,6	4,1	31,7	13,7
casa alquilada	10,4	8,6	12,3	6,3	10,3	15,4	9,2	44,1	7,5	30,4	9,2	23,7	15,6
casa prestada	4,3	9,2	4,2	0,4	1,2	12,7	0,6	6,9	2,8	0,0	4,1	13,8	5,0
casa / dpto. familiares	0,7	3,3	0,0	0,0	22,8	0,7	0,6	3,6	5,1	0,0	13,7	2,7	4,4
hab. alq. en casa de flia.	0,0	2,3	0,0	0,0	0,5	0,0	0,4	0,0	0,4	0,0	1,7	0,0	0,4
hotel gremial	0,2	1,9	1,0	0,4	0,0	0,3	0,8	0,0	4,6	0,0	2,1	0,0	0,9
hotel	39,0	13,6	14,0	10,9	8,5	25,2	35,9	9,3	17,5	1,8	17,4	4,9	16,5
apart hotel	3,5	1,0	0,7	0,8	0,7	10,1	0,6	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	1,5
tiempo compartido	0,0	0,4	0,0	0,0	1,4	1,6	0,2	1,6	0,1	0,0	0,0	0,0	0,4
campamento	5,0	4,0	0,0	0,6	0,4	0,7	1,0	0,4	0,4	0,0	7,5	8,0	2,3
otros	2,8	1,0	0,0	0,0	8,5	0,7	5,4	2,4	1,2	0,0	1,1	4,9	2,3

3. Tema: Modalidad de restauración

3.1. Aspecto: desayuno

<i>Desayuno</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
alojamiento	98,1	80,2	97,3	94,9	90,2	99,7	96,7	99,6	92,3	59,2	98,9	83,5	90,9
con vianda	0,0	6,5	1,0	1,9	0,2	0,0	0,2	0,0	3,6	2,0	0,0	12,1	2,3
lugar de comidas	1,5	8,8	0,7	0,6	0,5	0,3	0,0	0,4	1,7	2,7	0,0	2,7	1,7

3.2. Aspecto: almuerzo

<i>Almuerzo</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
alojamiento	66,3	60,3	75,9	81,3	50,2	62,7	50,1	90,7	43,6	43,0	66,5	70,1	63,4
con vianda	17,3	15,5	10,8	8,2	26,5	18,6	39,8	3,6	39,1	15,0	17,4	14,7	18,9
lugar de comidas	15,4	19,4	13,1	8,6	14,6	17,6	5,9	5,7	15,2	18,6	13,7	12,9	13,4

3.3. Aspecto: cena

<i>Cena</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
alojamiento	84,0	53,0	60,1	63,8	66,5	51,0	51,1	75,3	40,8	48,8	68,9	79,5	61,9
con vianda	0,0	1,7	8,1	0,6	0,2	0,3	0,0	0,0	12,8	1,7	0,9	2,2	2,4
lugar de comidas	16,0	39,9	31,5	33,9	28,5	48,7	48,4	24,7	45,0	37,0	29,4	17,9	33,4

4. Tema: Servicios de Esparcimiento

<i>Servicios</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
no utilizó (1)	37,3	27,1	42,6	53,7	45,6	59,8	25,4	32,4	57,5	51,0	47,6	66,1	45,5
oceanario	14,8	6,2	1,2	4,2	0,0	6,2	0,4	2,4	2,9	0,2	0,0	0,0	3,2
casino/bingo	1,1	11,5	4,2	12,4	11,6	0,7	8,0	0,4	5,6	10,4	1,7	1,3	5,7
video game	9,8	8,9	24,4	3,6	12,3	6,9	9,1	16,2	4,9	10,0	6,2	10,7	10,3
espectáculo de cine	6,9	4,1	10,6	7,1	12,4	9,5	4,2	0,4	8,0	17,2	11,6	0,0	7,7
espectáculo de teatro	1,7	2,3	2,5	2,1	2,3	1,6	1,5	2,8	9,0	1,2	4,9	0,0	2,7
espectáculo musical	0,4	0,4	0,2	1,3	0,2	0,0	0,2	0,0	0,4	0,5	2,6	0,9	0,6
espectáculo deportivo	1,3	0,6	0,0	0,2	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0	0,3
discoteca/bailanta	5,8	7,9	4,7	13,0	17,7	1,3	30,2	6,9	7,9	4,3	11,2	6,7	9,8
confiteria/pub	2,8	3,7	4,9	0,6	1,8	1,0	9,5	0,0	0,5	0,2	2,4	5,4	2,7
golf/paddle - tenis/ fútbol	0,2	4,2	0,0	0,0	0,5	0,7	0,0	0,0	0,1	0,4	0,8	0,0	0,6
paseo / actividades en la playa	3,0	9,3	0,0	0,6	0,0	3,6	15,5	20,6	0,2	0,0	1,1	2,2	4,7
paseo/ actividades en la ciudad	11,9	4,1	1,0	0,2	0,0	3,3	0,4	15,0	1,1	3,2	1,5	1,3	3,6
otros paseo/actividades	2,8	2,7	0,2	0,2	0,0	1,0	3,5	0,8	0,5	0,0	3,5	4,0	1,6
otros	8,6	12,4	3,9	2,5	0,9	3,2	10,4	2,4	2,3	1,0	4,4	0,8	4,4

5. Tema: Servicios de playa

<i>Servicios</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MdP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
no utilizó (1)	87,2	51,0	59,6	79,4	0,2	54,2	77,6	80,6	54,1	44,1	59,7	75,4	60,3
carpa	8,2	17,9	15,0	19,2	39,7	15,0	19,9	9,3	23,2	25,1	17,0	13,4	18,6
sombrilla	0,7	13,8	1,2	0,0	21,0	16,0	2,1	3,2	3,0	8,6	16,7	0,0	7,2
solarium/estar	0,0	2,5	0,2	0,2	48,4	0,0	2,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,5
ducha/vestuario/cabina	0,0	1,4	7,9	0,2	14,3	5,2	6,7	0,0	0,3	0,5	2,1	6,2	3,7
bar	0,4	3,3	2,0	0,2	10,0	27,5	3,5	6,1	6,9	21,4	4,1	12,5	8,2
otros	0,0	7,3	0,5	0,0	0,0	0,0	0,2	0,4	9,9	10,0	0,2	1,7	2,5

Nota:(1) No utilizó se refiere a la víspera del día de la encuesta.

6. Tema: Servicio de información

<i>Utilización</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MdP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
si	35,1	35,8	13,5	26,0	17,8	28,8	16,8	6,1	7,4	21,6	14,8	20,1	20,3
no	62,2	55,6	74,1	70,7	72,2	70,9	83,0	93,9	89,8	76,9	84,5	79,0	76,1

7. Tema: Productos adquiridos

<i>Productos</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MdP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
no adquirió	65,3	54,6	62,3	82,1	87,7	81,7	53,9	80,6	75,3	45,2	70,2	84,8	70,3
alfajores	5,6	13,5	21,9	17,7	0,2	10,8	33,3	3,6	15,0	36,0	13,9	3,1	14,6
sweters	1,1	5,4	0,5	0,0	3,4	1,0	0,0	0,0	9,4	0,2	1,9	0,0	1,9
conservas/dulces	1,5	10,6	3,9	0,0	0,4	1,6	0,4	4,4	0,3	20,5	2,3	0,4	3,9
souvenirs/regalos	12,8	7,5	2,5	0,0	0,7	2,3	1,4	0,4	0,1	0,0	5,1	2,2	2,9
artesanías	1,7	0,4	0,5	0,2	4,1	2,6	21,6	10,9	0,9	0,5	5,2	7,1	4,6
otros	14,0	6,8	7,2	0,0	4,5	0,6	0,0	0,8	2,0	0,7	5,4	2,2	3,7

IV. CUESTION: EL GRADO DE SATISFACCION DEL TURISTA

1. Tema: Servicios de transporte

1.1. Servicios de rutas

1.1.1. Aspecto: calidad

<i>Calidad</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy buena	0,0	5,4	25,7	34,6	2,6	4,9	3,8	20,7	39,0	21,6	0,9	20,4	15,0
buena	0,0	13,4	46,1	51,0	53,6	56,7	35,5	77,8	47,7	53,9	42,3	47,8	43,8
aceptable	1,8	11,2	13,9	8,3	26,9	6,7	32,8	0,5	8,5	8,8	26,1	19,4	13,7
regular	0,4	13,4	10,7	4,4	0,0	4,9	23,3	1,0	3,7	4,5	29,4	8,1	8,7
mala	0,0	2,7	1,4	1,4	0,3	0,0	4,1	0,0	0,4	1,9	0,6	2,7	1,3
Ns/Nc	97,8	54,0	2,1	0,3	16,6	26,8	0,0	0,0	0,2	9,3	0,6	1,6	17,4

1.1.2. Aspecto: precio

<i>Precio</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy alto	0,0	6,7	36,2	39,1	10,4	23,7	53,8	51,0	31,9	26,9	1,5	8,1	24,1
alto	7,4	19,6	22,1	31,9	67,1	35,7	39,2	25,3	39,7	33,9	18,3	23,1	30,3
moderado/razonable	1,8	14,3	12,5	27,4	5,2	12,9	5,5	19,2	24,5	18,4	34,2	11,8	15,6
bajo	0,0	0,0	0,4	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3	0,5	20,4	0,5	2,0
muy bajo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	17,1	0,0	1,5
Ns/Nc	97,8	59,4	1,8	1,4	17,4	27,7	1,5	2,0	2,2	20,3	8,4	56,5	24,7

1.2. Servicios de micro

1.2.1. Aspecto: calidad

<i>Calidad</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy buena	15,8	4,9	15,7	21,3	0,7	11,1	1,8	25,6	18,1	21,9	10,1	31,3	14,9
buena	22,3	29,1	55,4	50,9	48,0	62,5	54,9	69,8	51,3	47,7	64,2	34,4	49,2
aceptable	50,9	48,4	9,1	14,8	5,0	19,4	38,4	2,3	17,2	11	20,2	21,9	21,6
regular	9,6	11,1	17,4	3,7	47,8	4,2	3,0	2,3	9,1	9,7	4,6	3,1	10,5
mala	0,0	0,0	1,7	9,3	1,5	0,0	1,2	0,0	4,3	9,0	0,0	9,4	3,0
Ns/Nc	1,4	6,6	0,8	0,0	1,5	2,8	0,6	0,0	0,0	0,6	0,9	0,0	1,3

1.2.2. Aspecto: precio

<i>Precio</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy alto	1,4	0,8	3,3	1,9	0,7	4,2	4,9	4,7	1,3	5,2	0,9	0,0	2,4
alto	11,7	18,9	27,3	13,0	19,4	15,3	26,2	11,6	22,4	20,6	14,7	15,6	18,1
moderado/razonable	85,6	70,5	66,1	84,3	76,1	72,2	66,5	79,1	71,1	70,3	67,9	62,5	72,7
bajo	0,0	1,2	0,8	0,9	0,7	0,0	0,6	4,7	3,0	2,6	10,1	12,5	3,1
muy bajo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,9	3,1	0,4
Ns/Nc	1,4	8,6	2,5	0,0	3,0	8,3	1,8	0,0	1,7	1,3	5,5	6,3	3,4

1.3. Servicios de tren

1.3.1. Aspecto: calidad

Calidad	(1)SC	ST	(1)SB	MA	P	C	VG	SCI	MDP	M	N	(1) CI	Prom.
muy buena		0,0		100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,9	1,6	0,0		12,5
buena		67,7		0,0	32,0	100,0	18,2	80,0	38,6	28,8	0,0		40,6
aceptable		0,0		0,0	60,0	0,0	9,1	0,0	18,8	20,3	13,3		13,5
regular		0,0		0,0	4,0	0,0	45,5	20,0	22,8	33,9	66,7		21,4
malas		0,0		0,0	4,0	0,0	27,3	0,0	8,9	15,3	13,3		7,6
Ns/Nc		33,3		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,7		4,4

1.3.2. Aspecto: precio

Precio	(1) SC	ST	(1) SB	MA	P	C	VG	SCI	MDP	M	N	(1) CI	Prom.
muy alto		0,0		0,0	0,0	0,0	9,1	0,0	2,0	0,0	0,0		1,2
alto		0,0		0,0	12,0	0,0	81,8	20,0	22,8	16,9	0,0		17,1
moderado/razonable		0,0		0,0	84,0	100,0	9,1	60,0	65,3	79,7	66,7		51,6
bajo		33,3		100,0	4,0	0,0	0,0	20,0	7,5	3,4	26,7		21,7
muy bajo		0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	0,0		0,2
Ns/Nc		66,7		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,7		8,2

(1) Nota: No se registran casos.

1.4. Servicios de aviación

1.4.1. Aspecto: calidad

Calidad	(1) SC	ST	(1) SB	MA	P	C	VG	(1)SC I	MDP	M	N	(1) CI	Prom.
muy buena		11,5		75,0	0,0	0,0	50,0		27,3	55,6	0,0		27,4
buena		15,4		25,0	16,7	50,0	50,0		59,1	33,3	37,5		35,9
aceptable		53,8		0,0	66,7	50,0	0,0		9,1	11,1	0,0		23,8
regular		0,0		0,0	16,7	0,0	0,0		4,5	0,0	62,5		10,5
mala		0,0		0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0		0,0
Ns/Nc		19,2		0,0	0,0	0,0	0,0		13,6	0,0	0,0		4,1

1.4.2. Aspecto: precio

Precio	(1)SC	ST	(1) SB	MA	P	C	VG	(1)SC I	MDP	M	N	(1) CI	Prom.
muy alto		0,0		75,0	0,0	0,0	0,0		4,5	0,0	0,0		9,9
alto		11,5		25,0	0,0	0,0	0,0		13,6	0,0	100,0		18,8
moderado/razonable		65,4		0,0	100,0	100,0	100,0		63,6	100,0	0,0		66,1
bajo		0,0		0,0	0,0	0,0	0,0		4,5	0,0	0,0		0,6
muy bajo		0,0		0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0		0,0
Ns/Nc		23,1		0,0	0,0	0,0	0,0		13,6	0,0	0,0		4,6

(1) Nota: No se registran casos.

1.5. Total de servicios de transporte

1.5.1. Aspecto: calidad

<i>Calidad</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy buena	8,5	5,2	22,7	32,0	2,0	6,2	3,4	22,7	29,7	20,2	3,2	23,2	14,9
buena	12,1	21,3	48,8	50,5	50,0	58,2	41,3	74,9	47,8	49,5	45,9	45,1	45,5
aceptable	28,2	30,3	12,3	9,7	33,0	10,1	33,8	0,8	12,2	10,4	23,8	19,6	18,7
regular	5,4	11,5	12,6	4,4	0,7	4,6	17,2	1,6	7,4	8,7	25,3	7,1	8,9
mala	0,0	1,2	1,5	3,2	0,4	0,0	3,6	0,0	2,7	5,2	0,9	3,6	1,9
Ns/Nc	45,8	30,5	2,2	0,2	13,7	20,9	0,6	0,0	0,2	6,0	0,9	1,3	10,2

1.5.2. Aspecto: precio

<i>Precio</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy alto	0,7	3,3	44,6	30,3	7,3	18,3	37,3	41,7	18,6	18,2	1,3	6,7	19,0
alto	6,5	18,6	23,9	27,8	51,2	29,7	35,9	22,7	31,8	28,3	18,2	21,4	26,3
moderado/razonable	46,9	43,0	28,6	40,2	26,5	29,1	25,0	30,4	43,9	39,1	42,7	21,0	34,7
bajo	0,0	0,8	0,5	0,6	0,4	0,0	0,2	3,2	2,8	1,3	17,8	2,7	2,5
muy bajo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	12,4	0,4	1,1
Ns/Nc	45,8	34,4	2,5	1,1	14,6	22,9	1,5	2,0	2,3	13,0	7,5	47,8	16,3

2. Tema: Servicios de alojamiento

2.1. Departamento alquilado

2.1.1. Aspecto: calidad

<i>Calidad</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy buena	45,0	3,3	25,4	40,7	1,0	19,0	4,0	40,0	15,0	25,3	2,4	22,2	20,3
buena	25,2	18,6	54,4	55,0	77,7	66,7	73,6	60,0	64,4	55,2	95,2	44,4	57,5
aceptable	5,4	43,0	18,4	3,3	14,6	0,0	21,8	0,0	15,0	12,6	2,4	22,2	13,2
regular	0,0	0,8	1,8	0,7	0,0	0,0	0,6	0,0	4,7	5,2	0,0	11,1	2,1
mala	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9	0,6	0,0	0,0	0,1
Ns/Nc	24,3	3,4	0,0	0,0	5,8	14,3	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0	4,1

2.1.2. Aspecto: precio

<i>Precio</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy alto	0,0	2,5	3,5	1,3	0,0	0,0	11,5	0,0	6,9	3,4	4,8	0,0	2,8
alto	3,6	16,8	27,2	8,0	81,6	14,3	41,4	0,0	40,3	18,4	92,8	27,8	31,0
moderado/razonable	66,7	75,6	65,8	78,0	9,7	69,0	46,0	100,0	48,9	75,9	1,2	61,1	58,2
bajo	1,8	0,0	0,0	10,7	0,0	0,0	0,0	0,0	3,4	1,1	0,0	5,6	1,9
muy bajo	0,0	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,6	0,6
Ns/Nc	27,9	5,0	0,0	0,7	8,7	16,7	1,4	0,0	0,4	1,1	1,2	0,0	5,3

2.2. Casa alquilada

2.2.1. Aspecto: calidad

<i>Calidad</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy buena	26,8	24,4	26,0	52,2	0,0	17,0	22,9	22,9	17,7	28,0	16,3	15,1	22,4
buena	32,1	53,3	58,0	45,1	81,0	74,4	70,8	75,2	56,5	56,0	79,1	47,2	60,7
aceptable	5,4	20,0	12,0	0,9	19,0	4,3	4,2	0,9	21,0	12,0	4,7	24,5	10,7
regular	3,6	0,0	2,0	0,0	0,0	0,0	2,1	0,9	4,8	1,3	0,0	11,3	2,2
mala	0,0	0,0	2,0	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3	0,0	1,9	0,5
Ns/Nc	32,1	2,2	0,0	6,9	0,0	4,3	0,0	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0	3,9

2.2.2. Aspecto: precio

<i>Precio</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy alto	0,0	2,2	8,0	1,8	1,7	4,3	4,2	0,9	0,0	2,7	2,3	9,4	3,1
alto	14,3	22,2	24,0	8,0	77,6	38,3	3,5	10,1	22,6	21,7	2,3	30,2	22,9
moderado/razonable	48,2	64,4	66,0	69,9	19,0	48,9	52,1	89,0	75,8	72,0	81,4	56,6	61,9
bajo	5,4	2,2	0,0	16,8	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	1,3	2,3	3,8	2,8
muy bajo	0,0	0,0	0,0	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,3	0,0	0,4
Ns/Nc	32,1	8,9	0,0	0,9	1,7	8,5	8,3	0,0	0,0	2,7	9,3	0,0	6,0

2.3. Hotel

2.3.1. Aspecto: calidad

<i>Calidad</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy buena	27,6	9,9	35,1	50,0	0,0	18,2	28,7	39,1	18,1	22,4	7,4	27,3	23,7
buena	33,8	52,1	45,6	48,1	79,2	49,4	69,7	47,8	59,7	61,2	76,5	18,2	53,4
aceptable	2,4	22,5	17,5	1,9	14,9	0,0	1,6	0,0	15,3	14,3	13,6	27,3	10,9
regular	0,0	0,0	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,3	0,0	0,0	9,1	1,4
mala	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,1
Ns/Nc	36,2	15,5	0,0	0,0	6,3	32,5	0,0	13,0	0,0	0,0	2,5	18,2	10,4

2.3.2. Aspecto: precio

<i>Precio</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy alto	0,0	2,8	5,3	0,0	2,1	0,0	0,5	0,0	0,0	2,0	2,5	0,0	1,3
alto	3,8	4,2	31,6	7,7	81,3	11,7	14,9	17,4	11,8	6,1	90,1	9,1	24,1
moderado/razonable	60,0	71,8	59,6	88,5	10,4	55,8	84,0	69,6	78,5	83,7	3,7	72,7	61,5
bajo	0,0	4,2	0,0	3,8	0,0	0,0	0,5	0,0	5,6	4,1	0,0	0,0	1,5
muy bajo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	9,1	0,8
Ns/Nc	36,2	16,9	3,5	0,0	6,3	32,5	0,0	13,0	3,5	4,1	3,7	9,1	10,7

2.4. Total de tipos de alojamiento.

2.4.1. Aspecto: calidad

<i>Calidad</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy buena	37,3	14,6	31,8	49,9	0,2	13,1	17,6	27,5	20,6	19,2	12,9	22,8	22,3
buena	26,5	56,2	53,4	46,7	44,5	49,7	72,8	66,8	63,4	36,7	80,0	46,4	53,6
aceptable	2,8	9,6	12,1	2,5	10,9	0,7	9,2	0,8	11,6	7,5	4,7	20,5	7,7
regular	0,7	0,0	0,7	0,2	0,2	0,0	0,4	0,4	3,6	2,0	0,0	8,0	1,4
mala	0,0	0,0	0,5	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,4	0,0	0,4	0,2
Ns/Nc	32,7	19,6	1,5	0,4	44,3	36,6	0,0	2,4	0,2	30,0	2,4	1,8	14,3

2.4.2. Aspecto: precio

<i>Precio</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy alto	0,0	1,3	3,4	1,3	1,1	0,7	4,8	9,7	5,0	1,7	0,4	8,0	3,1
alto	3,9	7,7	18,2	6,9	45,2	13,7	25,6	16,6	26,5	8,9	12,0	33,0	18,2
moderado/razonable	48,1	42,0	37,7	65,1	7,3	39,2	59,5	57,9	47,0	41,3	54,7	42,4	45,2
bajo	1,1	1,2	0,5	8,8	0,0	0,0	0,4	0,0	5,2	1,7	4,9	3,1	2,2
muy bajo	0,0	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	3,4	0,2	2,6	1,3	0,7
Ns/Nc	46,9	47,8	40,1	16,6	46,4	46,6	9,8	15,8	12,9	46,3	12,3	12,1	29,5

3. Tema: Servicios de restauración

3.1. Aspecto: calidad

<i>Calidad</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy buena	9,3	8,4	17,5	31,4	0,4	14,4	5,7	29,6	14,2	18,7	4,9	13,8	14,0
buena	9,5	27,3	68,5	41,7	20,5	58,5	38,8	65,6	66,5	61,4	66,1	60,3	48,7
aceptable	16,5	18,4	7,4	23,2	75,1	7,3	5,7	0,8	14,4	5,4	26,0	17,0	18,1
regular	1,5	1,5	3,7	1,1	0,4	1,3	0,6	1,6	1,7	2,3	0,0	2,7	1,5
mala	0,0	0,0	0,7	0,8	0,0	0,0	0,2	0,4	0,2	1,2	0,0	0,0	0,3
Ns/Nc	63,3	44,3	2,2	1,5	3,7	18,3	48,9	2,0	2,9	11,0	3,0	6,3	17,3

3.2. Aspecto: precio

<i>Precio</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy alto	0,2	0,6	1,7	0,6	0,2	5,2	2,9	2,0	1,1	2,2	0,2	2,7	1,6
alto	7,2	4,4	23,6	7,8	16,2	29,1	17,8	14,6	18,5	19,7	1,7	23,2	15,3
moderado/razonable	27,3	46,3	71,7	81,1	78,8	45,8	28,9	79,4	69,5	64,4	84,5	62,9	61,7
bajo	1,7	1,3	1,5	8,4	0,2	0,7	0,2	2,0	7,3	2,3	6,4	3,6	3,0
muy bajo	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2	0,9	0,0	0,1
Ns/Nc	63,6	47,4	1,5	1,9	4,6	19,3	50,3	2,0	3,4	11,2	6,2	7,6	18,3

4. Tema: Servicios de esparcimiento

4.1. Aspecto: calidad

<i>Calidad</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy buena	28,6	22,5	9,1	19,2	0,2	62,7	17,8	12,1	10,8	6,4	10,5	4,5	17,0
buena	10,4	29,0	36,0	22,5	4,1	5,2	52,4	20,2	27,5	27,1	27,5	23,7	23,8
aceptable	18,7	11,5	5,7	4,6	48,8	20,3	3,8	5,3	7,9	8,5	14,2	8,0	13,1
regular	3,7	1,5	5,7	0,6	0,7	10,5	0,2	1,2	2,1	4,7	1,5	4,9	3,1
mala	0,0	0,0	2,0	0,2	0,0	1,3	0,4	0,0	1,0	4,8	0,9	2,7	1,1
Ns/Nc	39,3	35,5	41,6	52,8	46,4	62,7	25,4	61,1	50,7	48,5	45,5	56,3	47,2

4.2. Aspecto: precio

<i>Precio</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy alto	5,9	0,2	1,7	0,6	0,0	1,0	7,3	2,8	5,7	0,7	0,0	2,7	2,4
alto	13,0	6,1	11,1	5,1	13,9	9,8	22,2	4,9	21,3	10,9	0,6	5,4	10,4
moderado/razonable	33,4	52,6	37,4	33,7	38,6	22,5	44,4	21,9	24,6	36,0	38,8	28,6	34,4
bajo	3,3	2,1	3,7	5,3	0,5	2,3	0,2	7,3	1,9	1,7	9,9	5,8	3,7
muy bajo	3,7	0,0	0,2	0,6	0,5	1,3	0,0	0,0	0,7	0,0	4,3	2,2	1,1
Ns/Nc	40,4	39,0	45,8	54,7	29,4	63,1	26,0	63,2	45,7	50,8	46,4	55,4	46,7

5. Tema: Servicios de playa

5.1. Aspecto: calidad

<i>Calidad</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy buena	2,4	3,3	4,9	10,5	0,4	5,2	0,6	10,1	11,8	10,6	4,1	3,6	5,6
buena	1,9	16,3	8,6	6,1	21,2	26,5	16,3	8,5	24,2	25,8	27,0	13,8	16,4
aceptable	5,0	7,3	1,7	1,1	45,0	11,8	5,2	0,4	7,4	4,0	8,2	6,7	8,7
regular	0,2	1,9	0,5	1,1	3,2	0,3	0,0	0,0	1,6	2,7	0,6	2,7	1,2
mala	0,0	0,2	1,2	0,0	0,4	0,0	0,2	0,0	0,5	1,2	0,0	0,4	0,3
Ns/Nc	90,5	71,0	83,0	81,3	29,9	56,2	77,8	81,0	54,5	55,6	60,1	72,8	67,8

5.2. Aspecto: precio

<i>Precio</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy alto	1,5	4,2	15,0	2,1	0,2	2,9	0,6	0,0	4,7	2,5	0,0	1,3	2,9
alto	3,3	5,8	5,9	5,1	37,0	11,1	6,3	2,4	18,9	12,9	1,7	4,0	9,5
moderado/razonable	4,5	20,6	6,4	11,4	24,7	29,7	13,8	16,6	20,2	28,8	30,3	17,9	18,7
bajo	0,0	0,4	0,0	0,2	0,0	0,0	0,2	0,0	0,6	0,3	1,5	2,7	0,5
muy bajo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,2	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,1
Ns/Nc	90,7	69,0	72,7	81,3	37,9	56,2	79,0	81,0	55,2	55,5	66,5	74,1	68,3

6. Tema: Servicio de Información

6.1. Aspecto: calidad

<i>Calidad</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy buena	12,4	4,4	8,4	18,3	1,1	9,5	0,2	2,4	2,8	9,4	0,0	14,7	7,0
buena	11,9	21,5	9,1	6,7	14,9	13,1	11,3	3,2	8,4	18,2	7,9	12,9	11,6
aceptable	0,0	20,0	0,5	0,0	0,0	4,2	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	0,4	2,1
regular	9,8	1,2	0,5	1,9	0,0	1,6	4,8	0,4	0,1	2,7	5,2	0,4	2,4
mala	1,1	5,0	1,2	0,0	0,0	0,0	0,4	0,4	0,1	0,8	0,6	0,0	0,8
Ns/Nc	64,7	47,9	80,3	73,1	82,6	71,6	83,4	93,5	88,0	64,2	86,1	71,4	75,6

7. Tema: Productos adquiridos

7.1. Aspecto: calidad

<i>Calidad</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy buena	7,4	17,7	7,1	12,0	0,2	3,6	4,6	14,2	11,3	27,1	7,3	4,0	9,7
buena	8,3	17,7	24,1	6,1	2,5	10,5	35,8	5,3	21,4	36,5	15,5	18,8	16,9
aceptable	18,0	7,5	2,7	0,2	8,9	4,6	5,0	0,0	6,4	1,3	8,8	3,6	5,6
regular	0,0	0,4	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	1,3	0,2
mala	0,0	0,2	0,5	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,1
Ns/Nc	66,2	56,5	64,3	81,5	88,4	81,4	54,7	80,6	60,6	34,6	68,5	72,3	67,5

7.2. Aspecto: precio

<i>Precio</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
muy alto	0,2	19,6	1,2	0,4	0,0	0,3	0,0	0,0	0,7	1,7	0,0	0,4	2,0
alto	4,3	15,4	2,5	1,3	1,6	2,9	0,6	4,5	12,4	15,6	1,1	3,1	5,4
moderado/razonable	26,7	4,2	29,6	13,1	9,6	15,0	44,2	14,6	24,6	42,8	27,9	19,2	22,6
bajo	2,8	0,0	2,5	3,6	0,0	0,3	1,1	0,4	2,6	3,7	1,7	2,7	1,8
muy bajo	0,2	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,2	0,0	0,1
Ns/Nc	65,9	53,3	12,3	81,7	88,8	81,4	54,1	80,6	59,4	36,6	69,1	74,6	63,2

V. CUESTION: LA PERCEPCION Y LA VALORACION DEL TURISTA

1. Tema: De los comerciantes y prestadores

<i>Prestadores</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MdP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
atentas	95,5	66,3	83,7	96,0	78,8	87,9	87,0	90,7	81,4	84,4	96,4	78,1	85,5
indiferentes	0,7	21,2	12,1	1,7	14,1	8,2	9,2	4,9	11,3	8,0	3,0	7,6	8,5
desatentas	0,0	5,0	2,5	0,6	4,4	3,6	0,4	1,2	1,8	2,8	0,0	5,8	2,3

2. Tema: De los residentes

<i>Residentes</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MdP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
amables	95,9	56,5	70,0	98,3	38,8	98,7	37,5	94,6	62,7	63,0	96,4	62,1	72,9
indiferentes	0,4	16,3	10,6	0,6	2,7	1,0	1,7	8,1	4,9	1,2	3,0	12,5	5,3
poco amables	0,0	6,0	5,2	0,2	1,4	0,3	0,2	0,4	1,3	1,7	0,0	5,8	1,9

3. Tema: De las condiciones urbanas (1)

3.1. Impresión positiva

Aspectos	SC	ST	SB	MA	P	C	VG	SCI	MDP	M	N	CI	Prom.
iluminación	64,2	51,9	63,3	76,6	73,1	78,1	60,0	60,3	77,0	66,9	85,8	52,2	67,5
limpieza	68,8	30,0	53,7	66,9	84,0	63,4	22,9	71,7	49,3	79,9	69,7	62,5	60,2
seguridad	88,9	32,9	63,8	88,2	68,3	53,3	41,5	89,9	62,9	85,5	68,5	79,9	68,6
espacios verdes	90,0	28,1	51,5	74,5	95,4	88,2	90,1	51,4	71,7	82,9	94,0	74,1	74,3
calles	82,4	34,4	52,0	81,7	78,1	86,6	83,2	50,6	55,7	82,6	80,7	36,2	67,0
costa	72,2	59,4	65,3	96,2	96,4	86,6	95,8	59,5	91,1	88,5	77,5	42,0	77,5
playa	70,5	66,9	60,1	97,1	98,6	88,9	98,1	94,7	89,4	83,6	95,5	88,8	86,0
centro	91,8	45,0	75,9	76,6	84,0	88,9	95,4	80,2	58,3	86,0	73,0	75,9	77,6
urbanización	92,9	32,1	80,8	88,4	98,4	91,5	59,7	91,9	83,1	81,9	61,2	73,7	78,0
gente	93,7	37,5	81,5	98,1	97,7	89,9	92,9	96,4	84,4	91,5	94,4	91,5	87,5
tránsito	75,7	27,9	53,4	86,3	53,0	52,6	23,7	91,9	32,0	70,1	70,0	53,6	57,5
transporte urbano	80,1	16,0	23,9	28,0	19,9	41,2	56,8	51,0	42,5	4,3	21,9	27,7	34,4
orden	91,7	20,8	72,7	97,9	97,5	53,6	37,5	94,7	85,4	87,5	65,7	75,0	73,3

3.2. Impresión negativa

Aspectos	SC	ST	SB	MA	P	C	VG	SCI	MDP	M	N	CI	Prom.
iluminación	31,2	11,9	30,0	18,1	25,1	25,1	28,7	32,8	12,4	24,1	6,0	42,9	24,0
limpieza	26,5	38,5	42,6	30,1	14,9	14,9	74,2	26,3	48,5	14,9	21,0	36,2	32,4
seguridad	6,5	35,6	27,3	8,6	27,9	27,9	41,1	5,7	18,9	8,2	7,3	11,6	18,9
espacios verdes	5,4	33,5	31,5	20,4	3,9	3,9	2,1	44,1	14,6	8,5	6,0	24,6	16,5
calles	12,6	21,0	54,6	17,1	21,7	21,7	14,7	47,0	33,8	12,5	11,6	62,5	27,6
costa	22,8	7,9	30,8	2,7	3,2	3,2	3,8	38,9	5,1	6,7	14,8	56,7	16,4
playa	24,9	8,7	36,9	1,9	1,4	1,4	1,7	4,0	8,8	12,2	0,2	11,2	9,4
centro	3,5	12,5	17,5	21,3	14,6	14,6	3,8	17,0	26,4	7,2	11,4	19,6	14,1
urbanización	2,4	13,3	12,6	9,7	1,4	1,4	12,0	3,6	8,0	13,2	2,8	21,4	8,5
gente	1,7	13,1	11,8	0,4	2,1	2,1	5,5	0,0	5,2	4,3	0,0	5,4	4,3
tránsito	19,7	19,4	41,1	12,6	45,6	45,6	71,1	4,9	61,7	26,1	16,5	45,1	34,1
transporte urbano	14,8	30,8	11,3	9,5	8,7	8,7	24,1	2,8	11,4	3,3	26,0	10,3	13,5
orden	3,0	21,3	16,0	0,8	1,4	1,4	40,5	0,4	5,1	6,4	4,3	20,5	10,1

Nota: (1) La opción impresión positiva - impresión negativa admite hasta el 100% de las respuestas para cada aspecto considerado.

4. Tema: De las condiciones de atracción deseables

<i>Condiciones</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MdP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
precios accesibles	0,4	2,5	1,7	0,0	0,0	2,3	7,3	0,0	4,6	2,3	0,2	3,1	2,0
calidad de servicios	1,3	1,0	2,7	2,3	0,0	0,0	3,5	5,6	4,5	4,7	4,5	17,0	3,9
servicios urbanos	19,7	5,2	13,3	9,1	0,0	6,5	3,3	28,0	18,7	6,6	16,3	25,0	12,6
servicios de playa	10,0	1,5	21,2	5,3	0,5	2,6	2,7	3,2	14,4	4,2	0,6	4,9	5,9
limpieza/orden urbano	5,2	4,8	19,9	11,0	0,2	0,3	6,0	6,0	18,5	2,5	5,8	4,9	7,1
información turística	0,9	4,2	1,2	2,3	0,4	0,0	0,4	0,0	2,4	6,5	26,6	13,4	4,9
seguridad	1,1	16,9	9,3	1,3	6,2	1,3	2,7	0,0	4,5	0,8	0,2	0,4	3,7
otras condiciones específicas	5,1	4,2	10,3	8,0	11,4	7,6	8,6	6,5	13,4	10,0	10,7	12,1	9,0
espectáculos	1,1	1,9	1,7	0,6	4,6	4,9	4,6	30,4	2,5	6,8	0,9	11,1	5,9
lugares/actividades	1,2	0,6	3,0	1,2	3,2	0,0	4,6	0,4	0,1	2,3	0,8	0,4	1,5
lugares /actividades para niños	0,9	0,0	2,2	2,5	2,0	2,0	1,5	0,0	0,5	1,8	1,1	3,5	1,5
lugares /actividades para jóvenes	0,0	1,0	1,4	4,8	0,0	2,6	0,0	7,7	0,1	4,6	0,0	0,9	1,9
lugares/actividades para adultos	5,2	1,5	2,7	1,9	0,0	3,6	3,1	18,6	0,3	3,6	0,6	5,3	3,9
actividades/lugares recreativos	4,1	5,5	5,2	8,0	11,0	2,9	0,6	0,8	0,1	3,0	1,9	5,4	4,0
actividades/lugares deportivos	0,2	0,4	0,9	2,3	3,4	2,3	1,7	0,4	0,4	0,5	0,0	0,4	1,1
espacios verdes	1,5	8,6	1,5	2,3	2,7	0,0	1,3	9,3	1,7	0,9	4,3	11,6	3,8
otros lugares/actividades específicos	6,0	4,9	2,2	3,8	3,0	1,9	4,6	3,2	2,1	2,2	4,3	5,7	3,7
nada	15,2	3,3	6,2	5,7	20,1	13,1	1,0	9,3	0,0	23,9	7,7	0,4	8,8

5. Tema: Condiciones de playa valoradas

<i>Condiciones</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MdP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
extensión de la playa	49,4	41,2	41,3	49,7	60,3	44,1	53,3	25,1	43,2	21,4	91,4	23,2	45,3
calidad de la arena	9,5	12,7	16,5	14,9	2,5	8,1	14,0	34,0	6,9	20,4	9,9	20,5	14,2
calidad del agua	21,7	16,8	15,8	14,9	1,4	7,1	15,5	16,2	9,9	17,9	13,3	16,5	13,9
condiciones del mar	22,5	25,0	10,6	19,8	6,4	15,4	21,2	12,6	7,9	14,2	25,6	13,4	16,2
condiciones de paisaje	14,6	18,9	11,9	17,1	43,7	22,2	35,0	16,2	10,6	17,5	12,6	30,3	20,9
densidad de uso	26,7	7,3	8,6	26,1	7,7	25,2	4,4	15,4	26,6	9,7	19,3	20,5	16,5
disponibilidad de equipamiento	2,0	7,3	4,5	4,8	3,3	15,7	4,7	1,6	3,4	4,5	2,8	4,4	4,9
calidad de los servicios	5,4	13,5	14,3	11,0	22,4	20,3	4,2	3,6	19,1	19,6	1,5	6,7	11,8
condiciones de seguridad	39,9	15,8	33,5	26,9	13,2	35,6	7,3	44,2	16,7	36,9	13,1	33,1	26,3
limpieza	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	1,2	1,5	1,7	0,5

Nota: Los temas 4 y 5 admiten respuestas múltiples.

6. Tema: De la proyección de la imagen

6.1. Aspecto: proyección en función etárea

	SC	ST	SB	MA	P	C	VG	SCI	MdP	M	N	CI	Prom.
niños	1,7	1,5	16,0	4,8	0,7	2,6	4,2	4,5	1,0	46,7	0,4	8,0	7,7
adolescentes/jóvenes	1,1	19,3	42,1	1,3	53,2	5,2	69,2	6,5	5,6	22,6	1,7	50,4	23,2
adultos	0,8	7,9	1,9	5,7	1,1	5,6	14,1	0,0	3,1	1,0	0,0	5,4	3,9
personas maduras	2,0	4,8	2,2	4,0	0,4	7,5	0,0	0,0	1,6	1,0	0,0	0,9	2,0
tercera edad	0,0	1,0	1,2	0,8	0,0	0,3	1,0	0,0	1,0	2,0	0,2	0,0	0,6
familia	39,5	28,1	36,9	61,5	1,2	58,8	24,5	57,1	14,0	38,4	66,1	30,8	38,1
para todos en general	51,2	39,2	17,8	25,7	37,7	37,3	20,1	27,9	78,1	12,7	29,8	18,3	33,0

6.2. Aspecto: proyección en función socioeconómica

Niveles	SC	ST	SB	MA	P	C	VG	SCI	MdP	M	N	CI	Prom.
nivel de ingresos alto	0,4	0,6	3,7	1,4	8,5	17,0	0,2	0,4	0,2	3,2	0,0	1,3	3,1
nivel de ingresos medio alto	0,6	4,4	24,8	6,1	89,2	56,6	37,5	6,1	9,8	26,3	2,6	22,7	23,9
nivel de ingresos medio medio	46,2	23,9	66,0	72,6	1,8	21,9	71,0	40,9	35,5	57,6	51,1	61,6	45,8
nivel de ingresos medio bajo	0,9	10,6	7,3	16,0	0,0	14,4	8,6	1,6	4,1	2,7	1,7	4,4	6,0
nivel de ingresos bajo	0,0	1,9	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,1	0,9	0,3
de todos los niveles en gral.	46,4	54,1	13,1	14,9	0,9	0,0	14,0	38,1	57,3	15,0	38,0	13,4	25,4

6.3. Aspecto: proyección en función turística

<i>Atracción</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MdP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
la diversión nocturna	0,9	8,7	30,1	3,2	1,8	0,7	40,5	2,0	9,4	4,2	1,1	41,5	12,0
los entretenimientos diurnos	10,8	3,3	13,8	9,9	2,4	10,8	21,9	17,8	2,5	6,7	0,6	9,0	9,1
las actividades deportivas	0,7	2,9	2,2	1,7	0,0	2,9	0,2	0,8	0,7	3,0	0,9	13,0	2,4
la gastronomía típica	0,0	2,7	3,7	0,8	0,0	0,6	0,0	0,0	3,9	0,6	0,2	4,0	1,4
nada en particular	5,4	17,3	6,4	8,6	16,7	15,0	0,4	36,4	1,8	7,5	45,9	11,6	14,4
todo en general	75,7	52,3	50,5	76,0	77,4	67,7	55,8	31,2	85,5	59,5	30,7	32,1	57,9

Nota: Los tres aspectos de este tema admiten respuestas múltiples.

7. Tema: De la Atracción fuera de temporada

<i>Atracción</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MdP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
si	65,1	34,6	53,2	74,5	53,2	69,6	46,1	45,3	91,1	54,8	28,8	70,1	57,2
no	25,2	26,3	44,8	20,0	46,4	26,1	37,1	53,0	7,2	43,0	67,2	28,1	35,4

8. Tema: De los restantes Centros del Litoral

8.1. Impresión positiva

<i>Centros</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
San Clemente		51,9	32,8	47,2	3,2	35,0	33,7	60,3	14,4	17,9	30,9	16,5	28,7
Santa Teresita	28,6		30,5	52,2	0,5	14,4	7,5	71,7	15,2	16,7	23,4	13,8	22,9
San Bernardo	44,0	32,9		89,5	11,2	33,0	34,8	89,9	26,0	28,9	35,4	19,6	37,1
Mar de Ajó	27,5	28,1	53,7		0,5	17,3	10,7	51,4	15,3	16,7	26,4	17,0	22,1
Pinamar	32,3	34,4	61,1	75,6		54,2	84,1	50,6	34,7	37,1	51,5	38,4	46,2
Cariló	32,1	59,4	49,8	73,9	86,1		68,3	59,5	20,8	30,8	36,5	29,5	45,6
Villa Gesell	33,4	66,9	47,5	72,2	21,0	52,0		94,7	36,9	36,8	62,7	36,2	46,7
Mar Chiquita	8,0	45,0	7,9	38,1	1,4	6,9	0,8	80,2	7,5	6,4	23,6	10,7	19,7
Santa Clara	8,9	32,1	22,2	41,5	3,7	8,2	3,6		10,0	13,7	23,8	13,4	15,1
Mar del Plata	54,2	37,5	68,5	65,7	25,4	52,3	76,5	96,4		45,5	91,0	34,4	54,0
Miramar	18,6	27,9	49,3	50,1	3,4	14,1	21,0	91,9	37,2		54,5	49,1	34,8
Necochea	19,7	16,0	34,0	24,6	2,1	12,4	12,8	51,0	21,7	5,9		64,7	22,1
Claromecó	7,4	20,8	7,6	12,0	0,7	6,5	0,6	94,7	2,3	0,0	26,8		15,0

8.2. Impresión negativa

<i>Centros</i>	<i>SC</i>	<i>ST</i>	<i>SB</i>	<i>MA</i>	<i>P</i>	<i>C</i>	<i>VG</i>	<i>SCI</i>	<i>MDP</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>CI</i>	<i>Prom.</i>
San Clemente		11,9	43,8	33,1	54,6	55,9	29,8	32,8	7,8	20,2	9,1	16,1	26,3
Santa Teresita	17,4		43,8	31,8	48,4	57,2	20,1	26,3	9,1	21,6	9,7	19,6	25,4
San Bernardo	3,7	35,6		7,8	45,2	42,8	14,7	5,7	6,0	16,6	2,1	15,6	16,3
Mar de Ajó	12,4	33,5	37,7		48,8	51,0	18,5	44,1	5,6	18,7	7,9	17,0	24,6
Pinamar	2,8	21,0	12,1	9,9		20,6	6,5	47,0	4,9	14,4	1,7	14,3	12,9
Cariló	0,4	7,9	10,1	3,8	10,3		5,9	38,9	7,3	8,2	2,4	5,8	8,4
Villa Gesell	5,2	8,7	18,2	12,2	69,9	23,2		4,0	8,5	17,9	1,1	13,4	15,2
Mar Chiquita	1,9	12,5	9,4	17,1	16,4	47,1	12,2	17,0	3,4	9,4	12,7	4,9	13,7
Santa Clara	1,1	13,3	12,6	16,8	29,4	46,7	11,7		5,1	11,2	10,1	6,3	13,7
Mar del Plata	7,1	13,1	26,6	26,7	56,6	28,4	22,0	0,0		48,0	3,6	57,6	24,1
Miramar	1,7	19,4	13,8	6,3	35,2	45,8	6,1	4,9	9,4		2,4	11,2	13,0
Necochea	2,6	30,8	11,8	5,7	17,3	44,8	4,2	2,8	6,7	6,4		13,4	12,2
Claromecó	0,2	21,3	5,2	2,3	4,4	40,8	0,6	0,4	0,7	0,0	3,6		6,6

Nota: (1) La opción impresión positiva - impresión negativa admite hasta el 100% de las respuestas para cada aspecto considerado.