OBSERVATORIO DE LA CIUDAD

Mar del Plata y los turistas: una mirada para ocuparse

Mar del Plata

Marzo de 2017



UNIVERSIDAD FASTA

Mar del Plata y los turistas: una mirada para ocuparse

Dirección: Dra. Amelia Ramírez
Investigadores: Lic. Mónica Pascual
Prof. Santiago Cueto
Lic. Mariana Gonzalez
Auxiliar de Investigación: Marcia Sibello

observatorio@ufasta.edu.ar

www.ufasta.edu.ar/observatorio

INTRODUCCIÓN

Las ciudades son naturalmente dinámicas. Ahora bien, hay ciudades en las cuales ese dinamismo es más notable y frecuente que en otras. Mar del Plata pertenece al tipo de ciudades en las que el cambio es una de sus características constitutivas.

En algunos momentos del año, la vida en ella transcurre tranquila y apacible y, en otros, rápidamente, cambia su fisonomía y la vida se transforma. Estos cambios promovidos por la llegada de turistas reconocen un cierto ritmo que es cíclico, característica que convierte a los visitantes en una presencia fundamental en y para la ciudad. Por esta razón, el **Observatorio de la ciudad** de la **Universidad FASTA**, decidió, para este estudio, considerar la percepción y opinión de quienes eligieron esta ciudad para sus vacaciones 2017. El objetivo fue conocer su percepción acerca de la ciudad en general y, en particular, sobre determinados aspectos: oferta gastronómica, entretenimientos, estado de calles, seguridad, higiene, precios. Asimismo, se indagaron expectativas y grado de satisfacción. También, estos motivos justifican la elección del título de este estudio: la mirada de quienes visitan la ciudad debería ocupar a quienes habitan en ella.

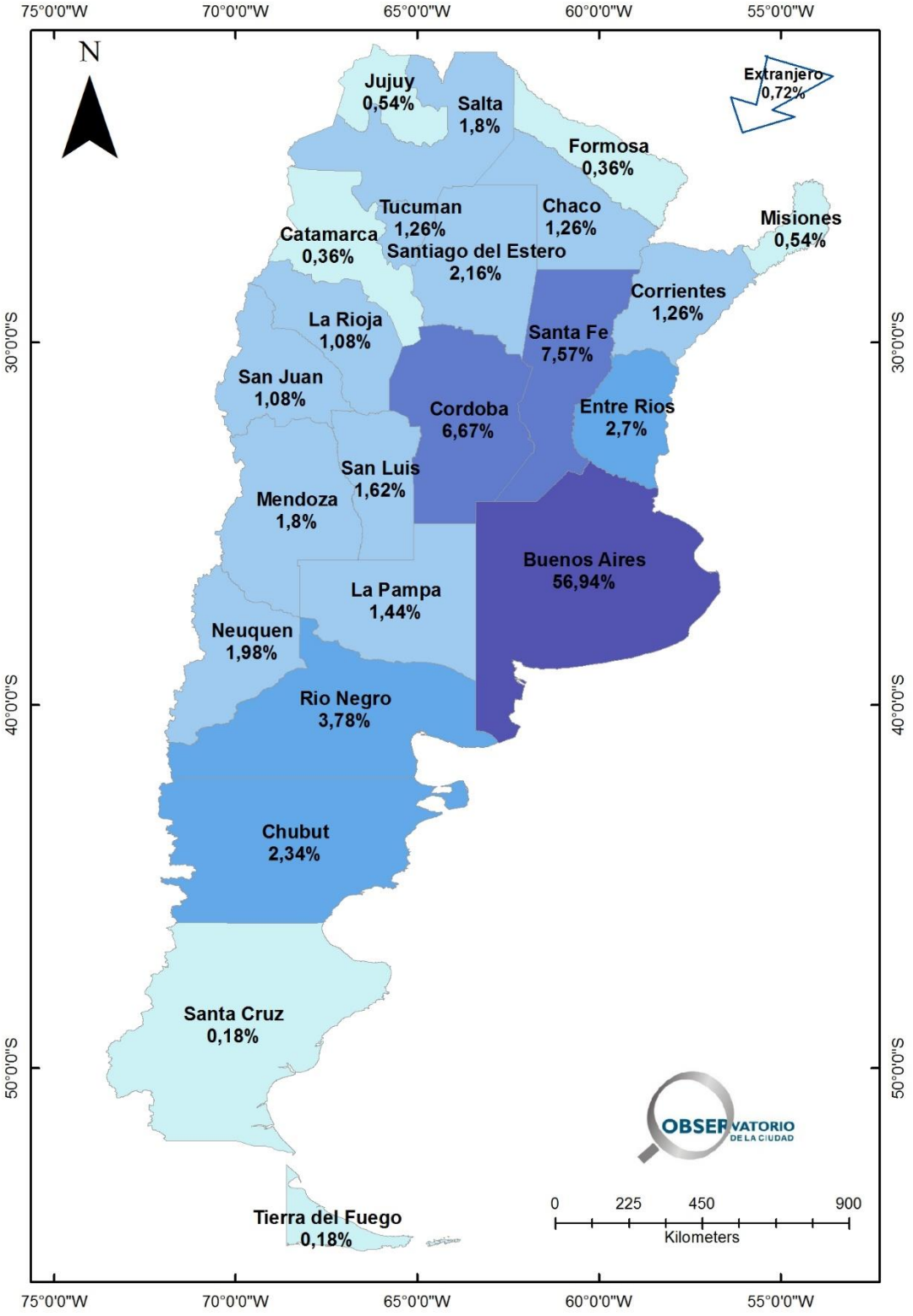
Perfil de la muestra

Se trabajó con una muestra de 559 turistas en base a una encuesta semiestructurada que incluía preguntas abiertas con el fin de dar la mayor libertad posible para que los entrevistados se expresaran. La recolección de datos se hizo durante enero y febrero equitativamente en diversos puntos de la ciudad donde habitualmente se encuentra la mayor concentración de turistas.

Provincia y ciudad de origen

La provincia de Buenos Aires es la que provee el mayor caudal de visitantes; fuera de ésta se destacan Santa Fé y Córdoba. Luego, lo que caracteriza al resto de la nómina es la dispersión.

Las ciudades de origen con más presencia son las que se observan en la imagen en la que se destacan: la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Tandil, La Plata, Rosario, Dolores.


75°0'0"W
70°0'0"W
65°0'0"W
60°0'0"W
55°0'0"W
N
Jujuy
0,54%
Salta
1,8%
Extranjero
0,72%
Formosa
0,36%
Tucuman
1,26%
Chaco
1,26%
Misiones
0,54%
Catamarca
0,36%
Santiago del Estero
2,16%
Corrientes
1,26%
La Rioja
1,08%
Santa Fe
7,57%
San Juan
1,08%
Cordoba
6,67%
Entre Rios
2,7%
San Luis
1,62%
Mendoza
1,8%
Buenos Aires
56,94%
La Pampa
1,44%
Neuquen
1,98%
Rio Negro
3,78%
Chubut
2,34%
Santa Cruz
0,18%
Tierra del Fuego
0,18%
30°0'0"S
40°0'0"S
50°0'0"S
OBSERVATORIO DE LA CIUDAD
0
225
450
900
Kilometers

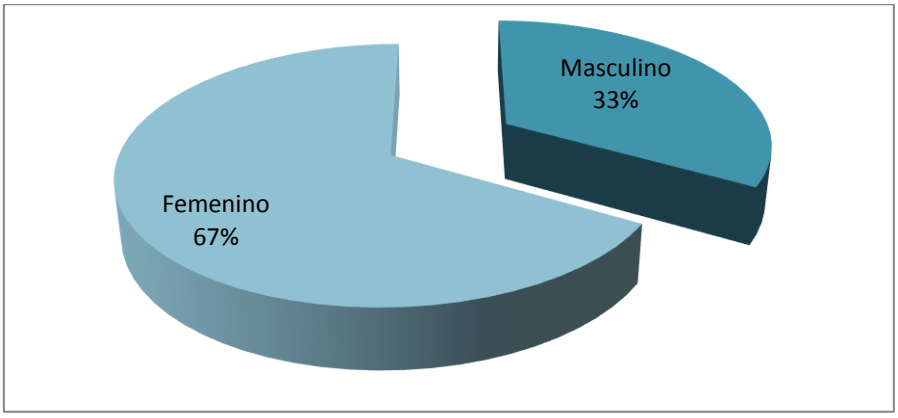
Ciudad de origen



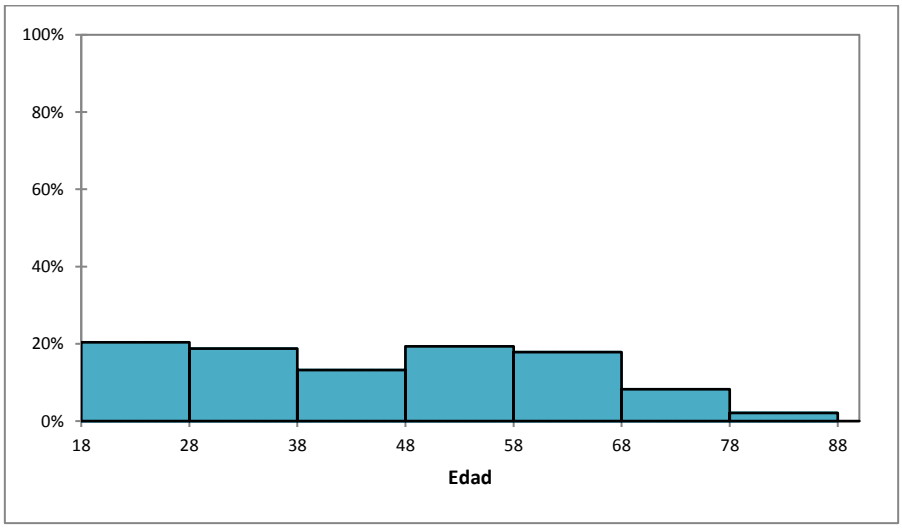
Edad, sexo, educación y ocupación

La muestra según sexo se distribuye en mayoría de mujeres y, según la edad, en forma equitativa aunque con una leve disminución en el segmento 38-48. El nivel de educación que prevalece es el secundario; sin embargo si se suma terciario y universitario, resulta equilibrado. Predomina la presencia de empleados, y luego de profesionales (en este caso, se separó docentes del resto de las profesiones por el peso que tiene dentro de este grupo). Como es propio de la ciudad, los jubilados constituyen un segmento importante del turismo y, en menor medida, los estudiantes. En el caso de la ocupación, vale aclarar que podían indicar más de una opción.

Sexo



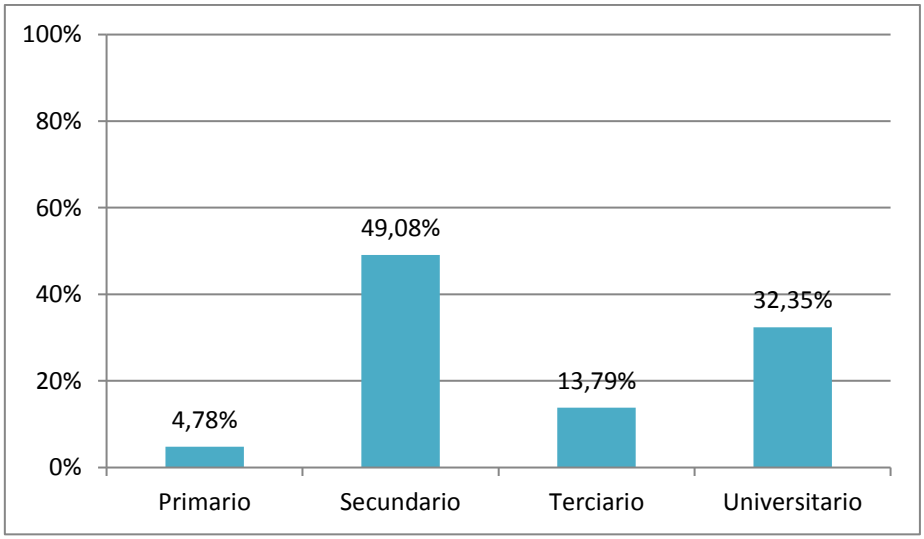
Edad



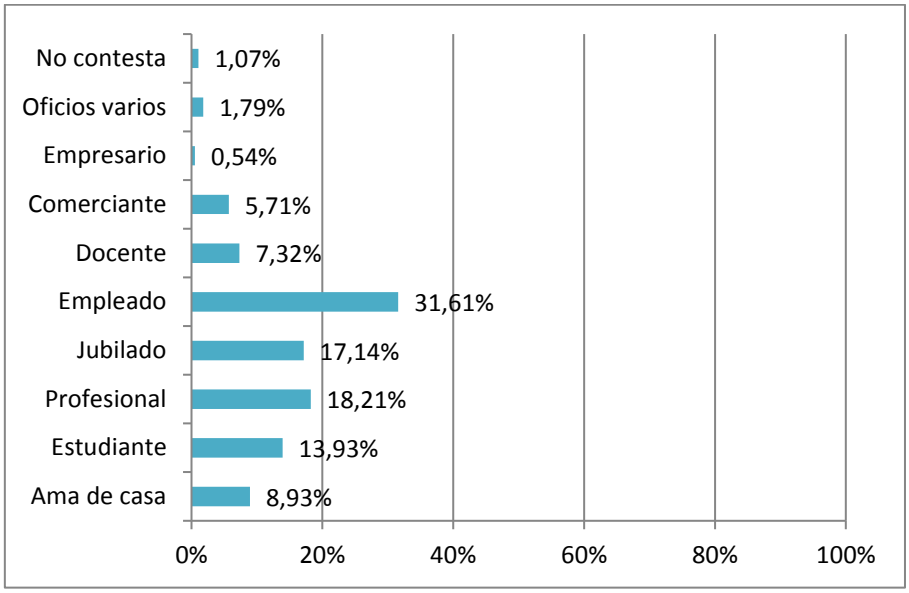
Límite inferior	Límite superior	Frecuencia	Frecuencia relativa
18	28	114	20,39%
28	38	105	18,78%
38	48	74	13,24%
48	58	108	19,32%
58	68	100	17,89%
68	78	46	8,23%
78	88	12	2,15%

Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
18,000	82,000	45,286	16,837

Nivel de educación



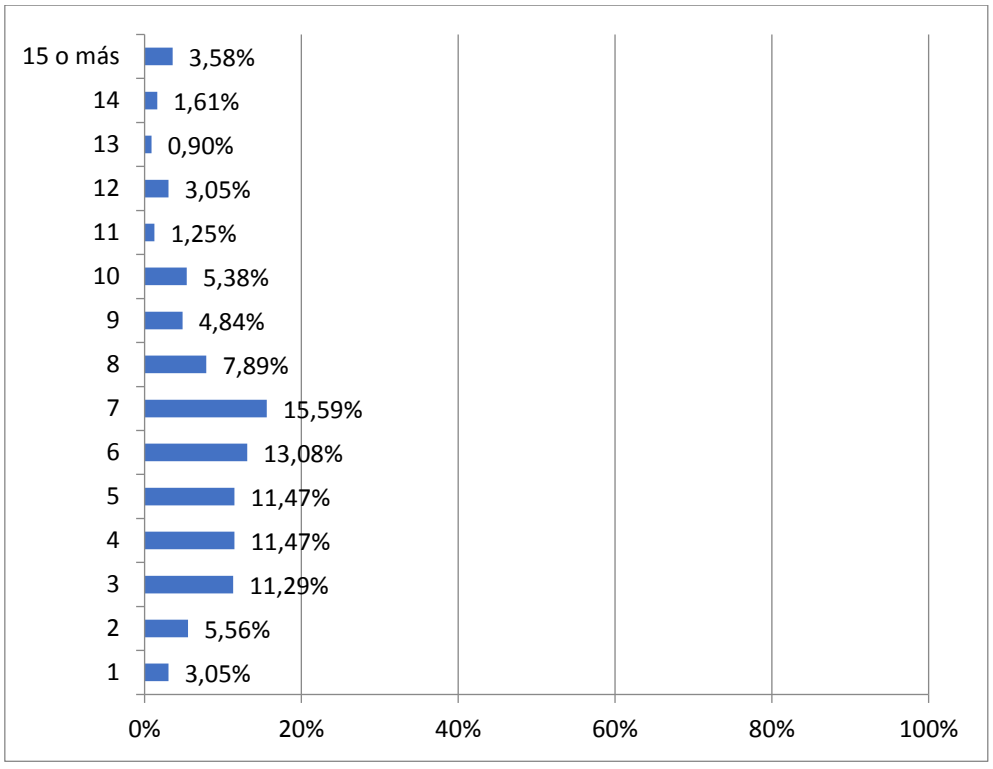
Ocupación



Tiempo de permanencia en la ciudad

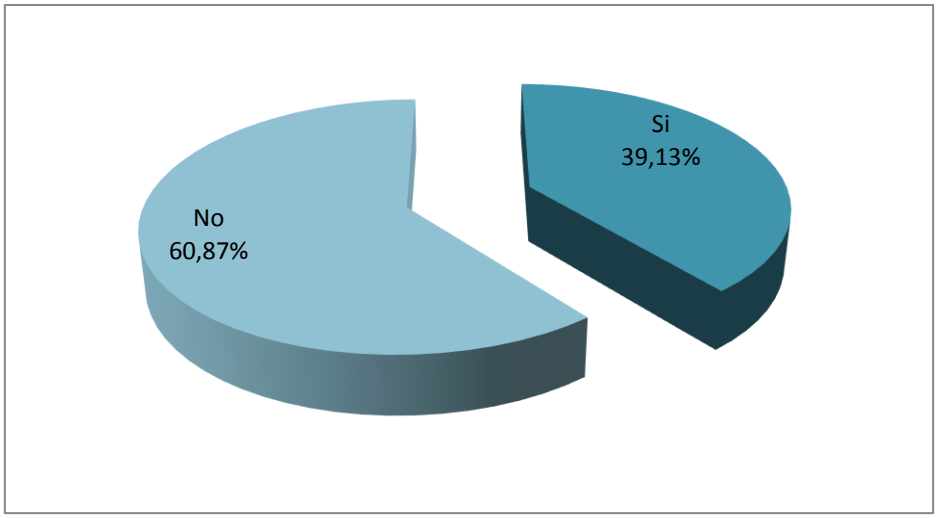
El mayor porcentaje corresponde a turistas que permanecieron entre 3 y 7 noches, aunque hay un 18,11% que lo hizo durante 8, 9, 10 noches.

Número de noches que permaneció en la ciudad

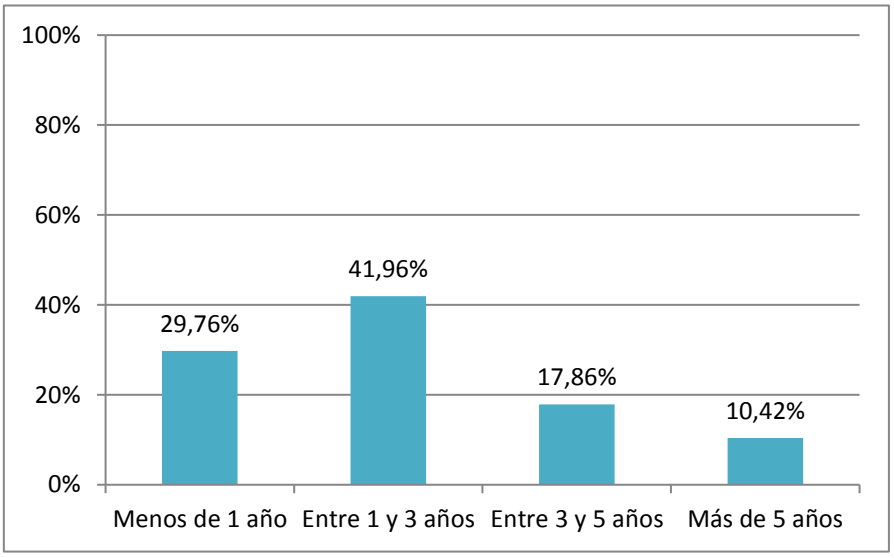


Del total de la muestra, casi el 40% manifestó que era la primera vez que venía a Mar del Plata. Si se considera a quienes ya habían visitado la ciudad en otras ocasiones, más del 60% lo había hecho dentro de los últimos 3 años

Viene por primera vez a Mar del Plata de vacaciones



Última vez que vino a la ciudad (n=336)



Análisis de datos

Elección de la ciudad para sus vacaciones

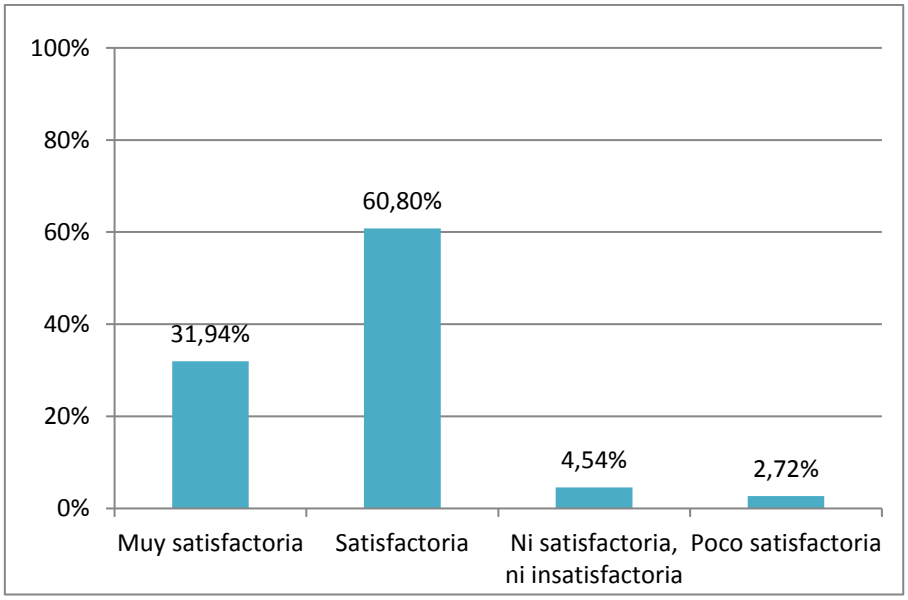
Manifestaron elegir a Mar del Plata para estas vacaciones por las siguientes razones: *(las más mencionadas se destacan en negrita)*

- **Es muy linda, les encanta;**
- **Por decisión familiar, gusta a todos;**
- **Hacía mucho tiempo que no venían;** entre estos, algunos señalan que vinieron cuando eran niños y querían redescubrir la ciudad;
- **Por la cercanía;**
- **Es económica, accesible;** hay diversidad para elegir alojamiento;
- **No conocían, para conocer;**
- **Visitar familiares, amigos;**
- **Descansar en familia;** pueden pasar bien los de todas las edades;
- **Disfrutar de la playa, ir a la playa;**
- Tienen departamento, casa;
- Para pescar;
- Variar la zona de vacaciones;
- En excursión, con un grupo de jubilados;
- Para que los hijos conozcan el mar;
- Por costumbre, es el lugar que habitualmente eligen
- Ciudad ideal para vacaciones;
- Por recomendación;
- Hay muchas actividades para toda la familia, tiene muchas opciones
- Hubo acuerdo entre amigos al hacer la elección
- Siempre la pasamos bien;
- Conocer el puerto;
- Estar cerca del mar;
- La oferta gastronómica es muy buena y variada en calidad y precios;
- Para relajarse, por placer;
- Para salir a navegar;
- Gusta la movida que hay para los jóvenes.

Percepciones acerca de la ciudad

La amplia mayoría, casi el 92%, afirma que la percepción general acerca de la ciudad es positiva. La calificación varía entre las opciones satisfactoria y muy satisfactoria

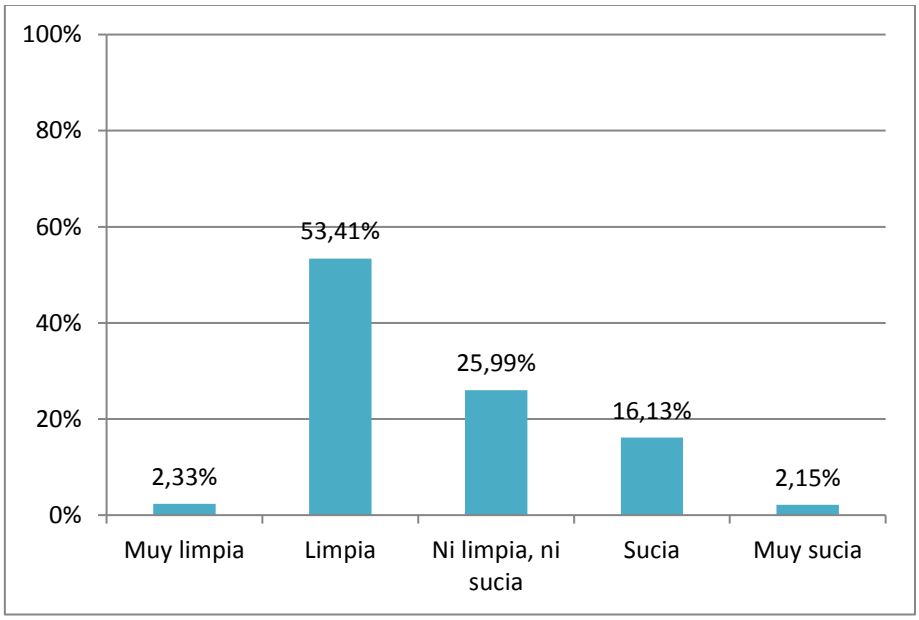
Calificación de su primera impresión de la ciudad en general



Respecto de ciertos aspectos puntuales, como la higiene, el estado de calles y veredas, tránsito, seguridad, se obtuvieron los siguientes resultados.

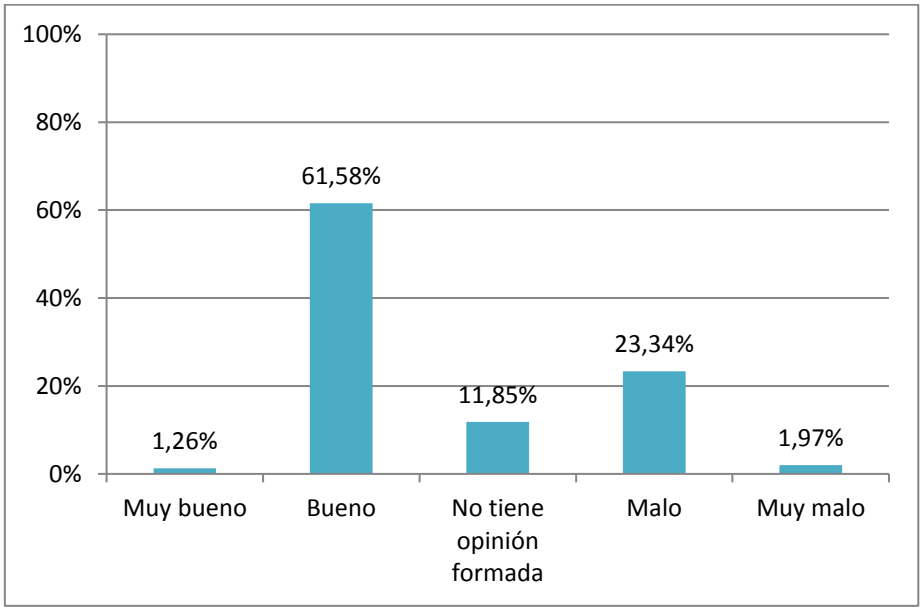
Poco más de la mitad considera que la ciudad está limpia. Ahora bien, tratándose de la higiene, no es poco significativo señalar que el 44% no lo considera así y opta por las categorías ni limpia ni sucia, sucia y muy sucia.

Percepción de la higiene en general en la ciudad

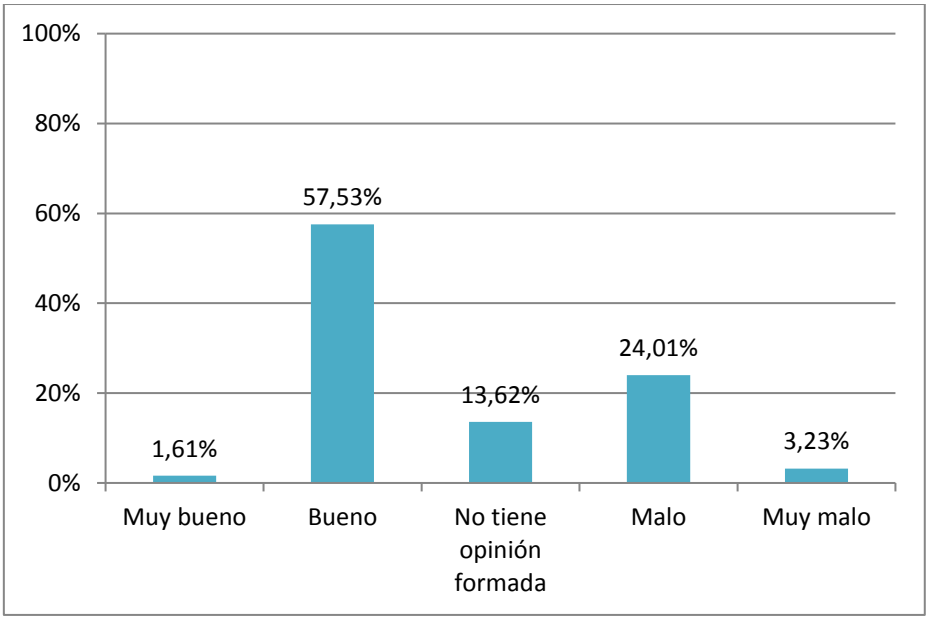


Respecto del estado de las calles y veredas, la mayoría considera que se encuentran en buen estado, no obstante, hay aproximadamente un 25% que considera que es malo-muy malo en el caso de las calles y lo mismo manifiesta el 27% en relación a las veredas.

Opinión acerca del estado de las calles

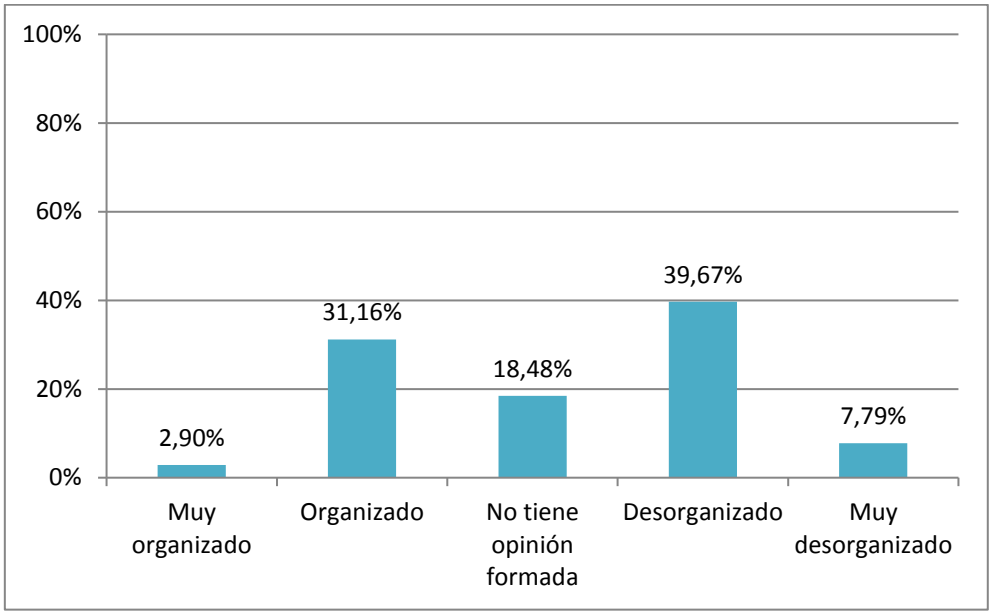


Opinión acerca del estado de las veredas



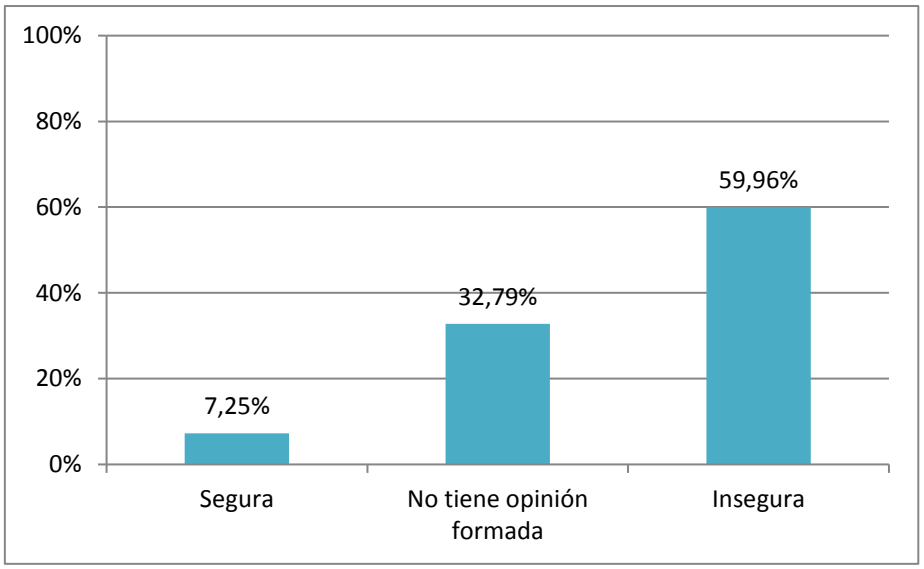
Para casi el 50% de los encuestados el tránsito es desorganizado o muy desorganizado, tema que se profundiza con comentarios en las respuestas a preguntas abiertas.

Percepción del tránsito en la ciudad



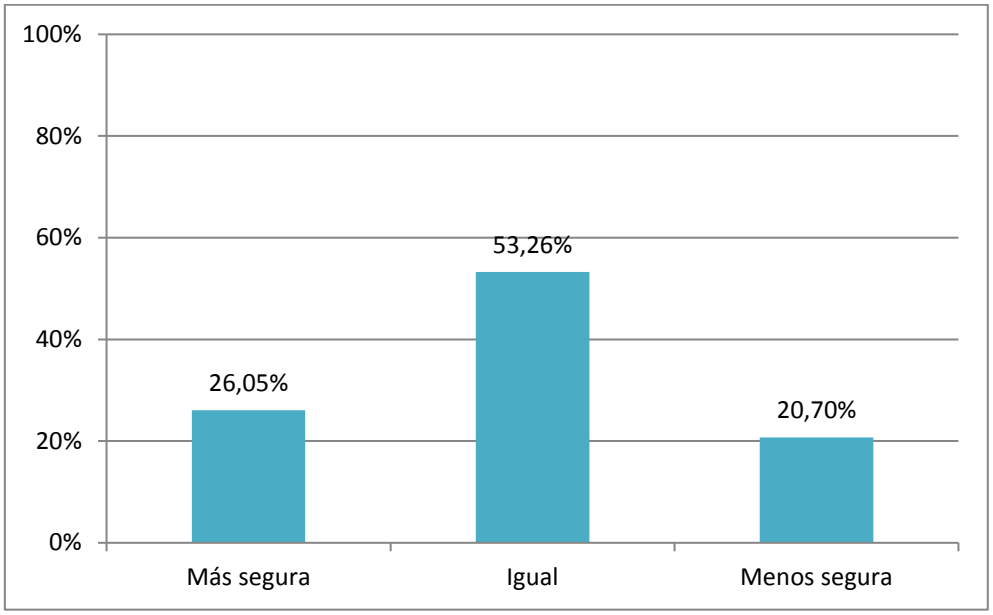
Aspecto clave a considerar es la seguridad. Aunque la mayoría, el 60%, manifiesta que la ciudad es insegura, se destaca que esta percepción resulta menor en los turistas que en la población que vive en forma permanente en Mar del Plata, según datos obtenidos en estudios del Observatorio de la ciudad desde 2009 a la fecha.

Percepción de la seguridad en Mar del Plata



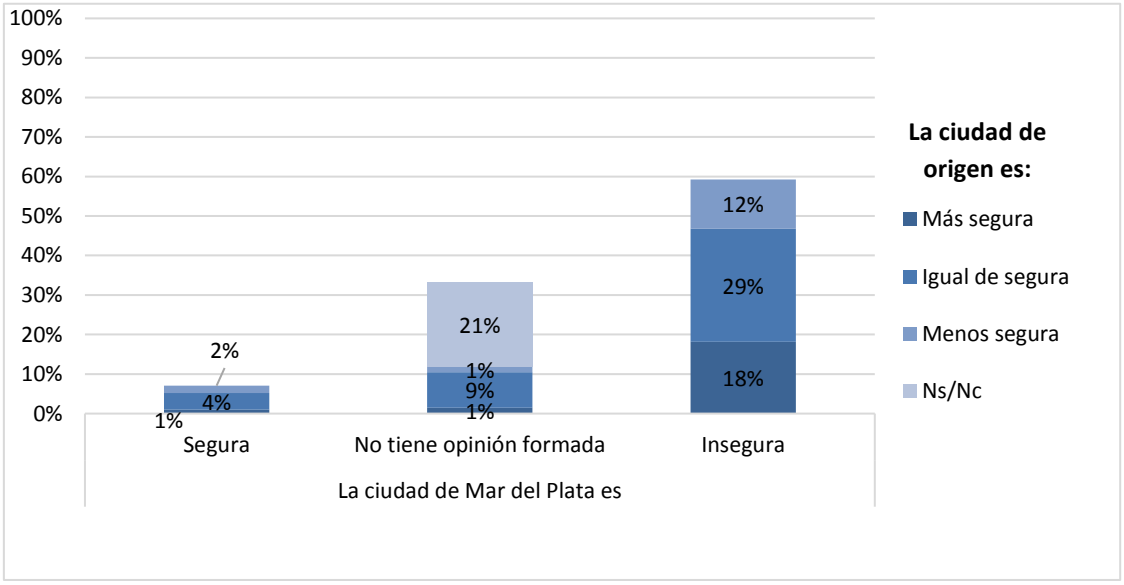
Sin duda la calificación resulta de la percepción respecto de este tema en su ciudad y la consecuente comparación. Se observa que un porcentaje casi similar califica su ciudad de origen como igualmente insegura.

Percepción de la seguridad respecto de la ciudad de origen



Del análisis de la relación entre la percepción que tienen los encuestados acerca de la seguridad en Mar del Plata y en su ciudad, resulta que la composición de cada segmento de la muestra que optó por las distintas categorías se muestra en el gráfico siguiente. Los que afirman que Mar del Plata es insegura opinan lo mismo de su ciudad (29%), que su ciudad de origen es más segura (18%) y el 12% restante considera que es más insegura aún que Mar del Plata.

Distribución entre la percepción de la seguridad en Mar del Plata y en su ciudad de origen



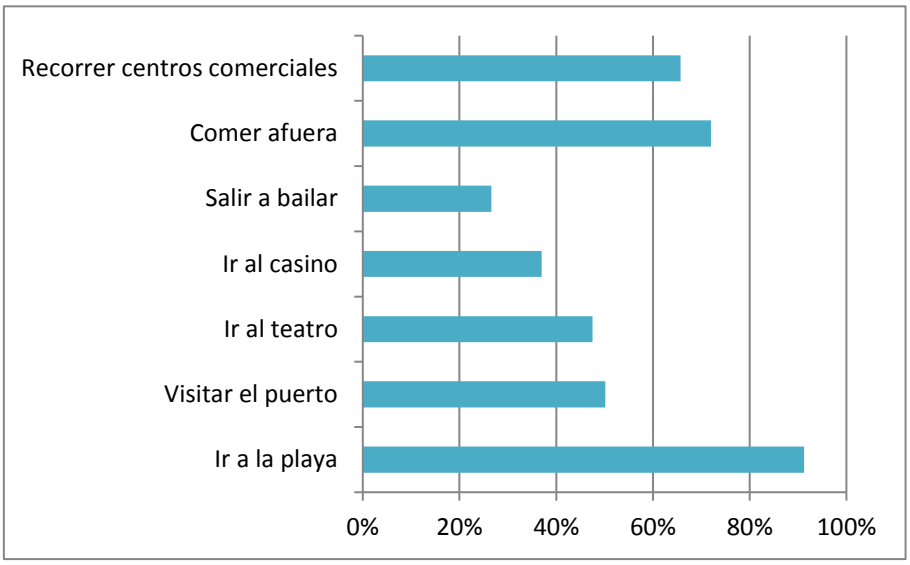
Al analizar la composición de cada segmento es preciso señalar que también se está incluyendo a los encuestados que manifestaron no tener opinión formada acerca la seguridad

en Mar del Plata y que, llamativamente optan por No sabe / No contesta respecto de la ciudad que habitan.

Actividades

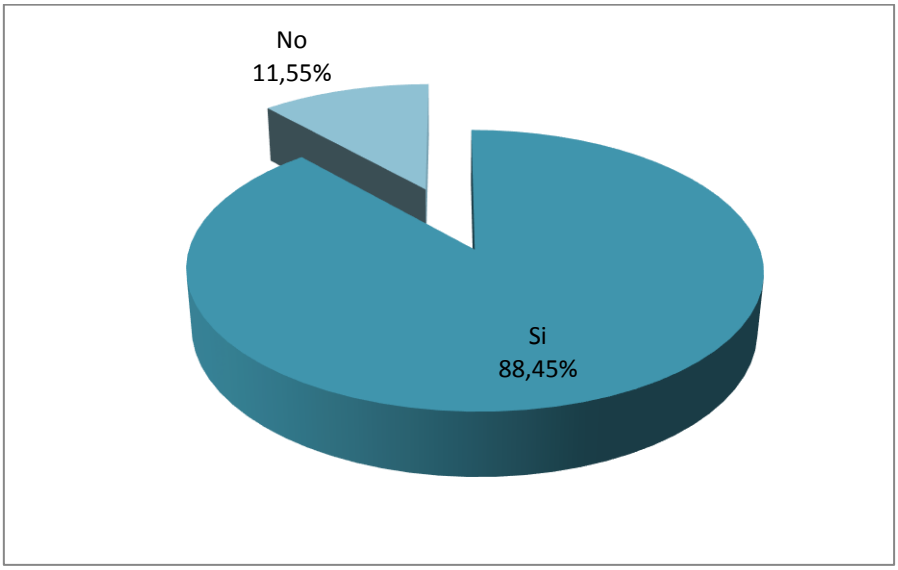
Entre las actividades que realiza o piensa realizar en la ciudad predominan ir a la playa, recorrer centros comerciales y comer afuera. Luego siguen ir al puerto, al teatro y al casino. También algunos encuestados mencionaron el interés en espectáculos deportivos, en recitales y fiestas electrónicas (sumando entre éstos el 2% de la muestra).

Actividades que realiza en Mar del Plata



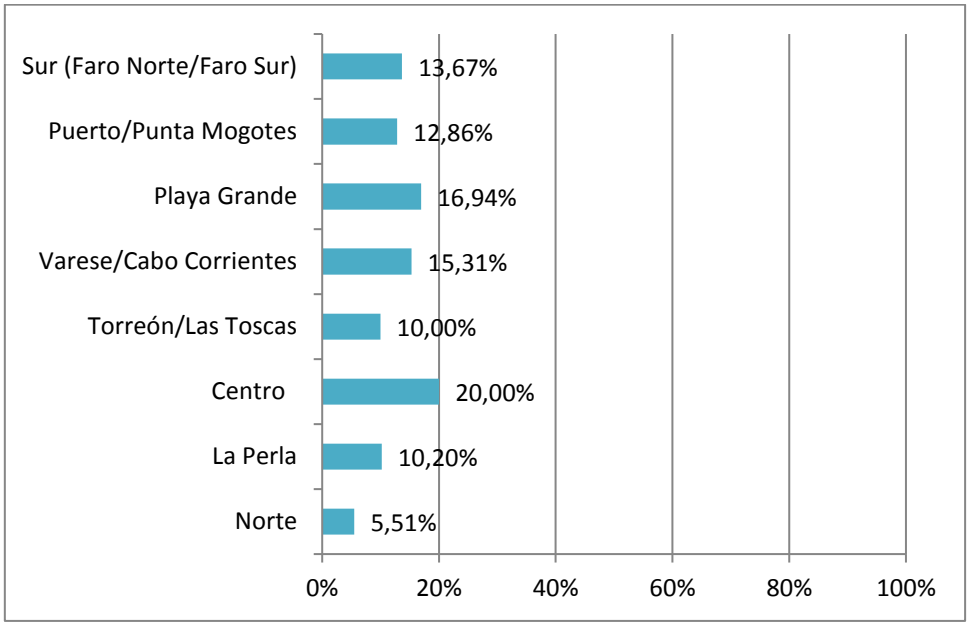
La gran mayoría concurre a la playa. Sin duda, el objetivo por el cual se elige a la ciudad.

Concurrencia a la playa

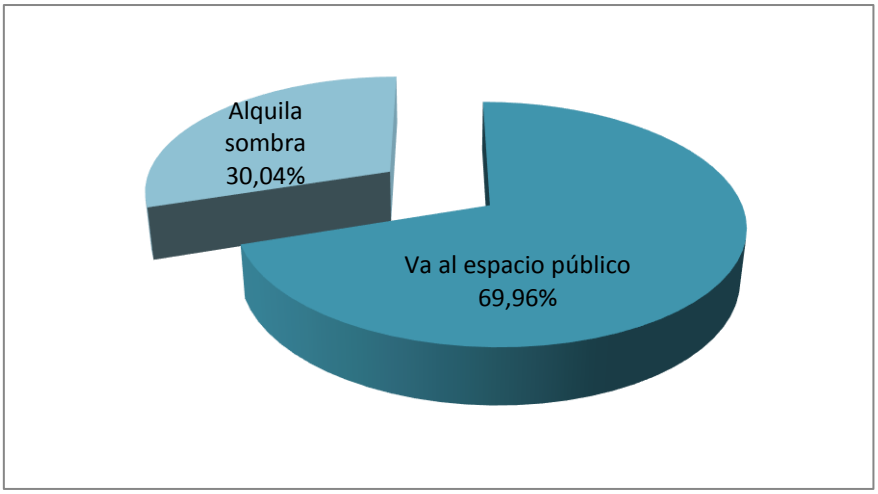


Las playas a las que más asisten son las del Centro, y el resto se distribuye con un cierto equilibrio según las zonas. Vale aclarar que un número significativo mencionó más de una playa. En general, asisten al espacio público.

Playa a la que asiste con más frecuencia (n = 490)

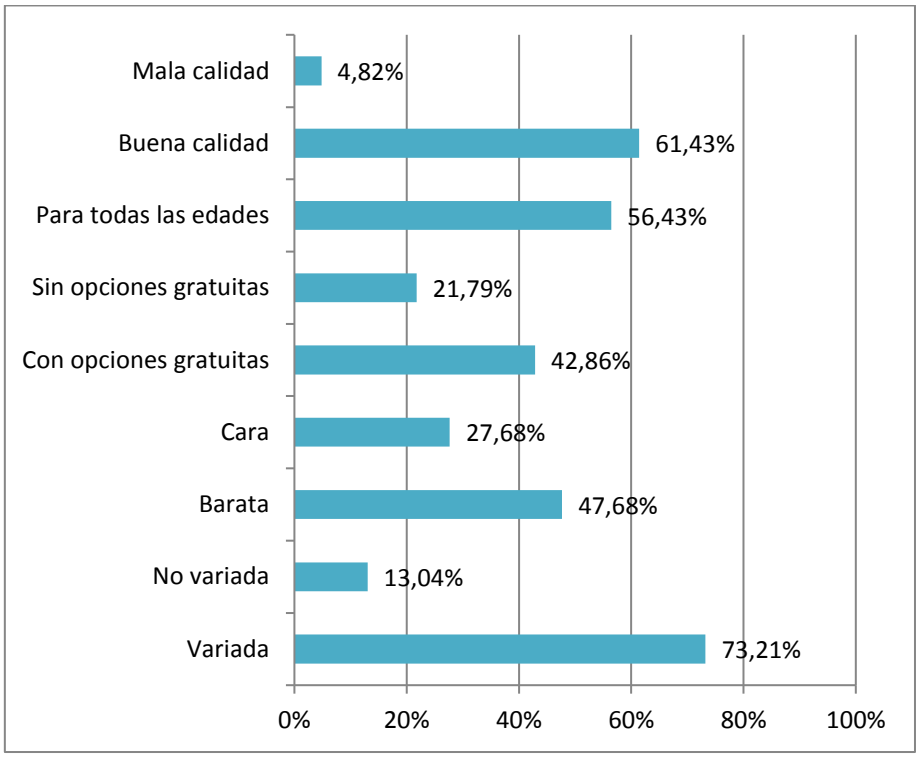


Uso habitual de la playa



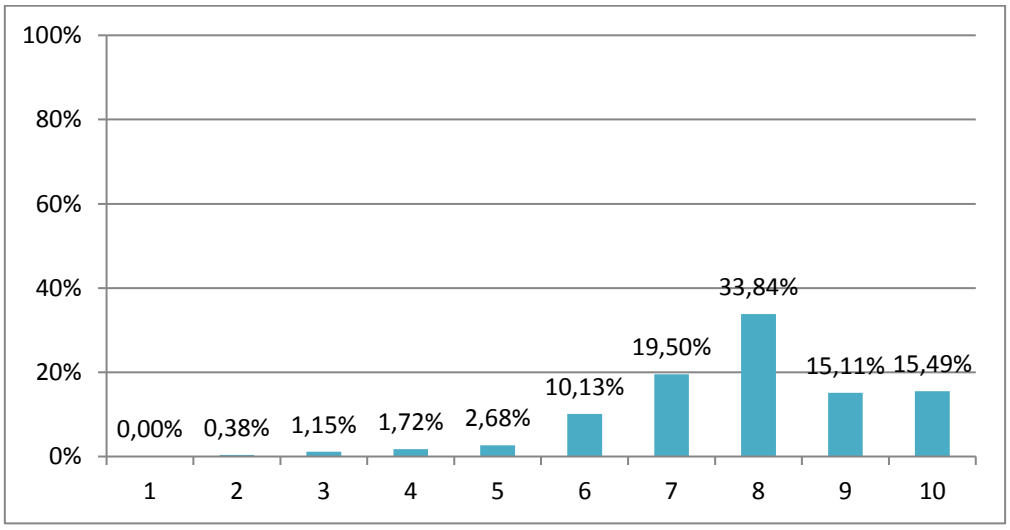
Entre las calificaciones respecto a la oferta de entretenimientos, se destaca que es variada, de buena calidad, y para todas las edades. Se menciona también la presencia de opciones que son gratuitas y/o baratas.

Calificación de la oferta de entretenimientos de la ciudad



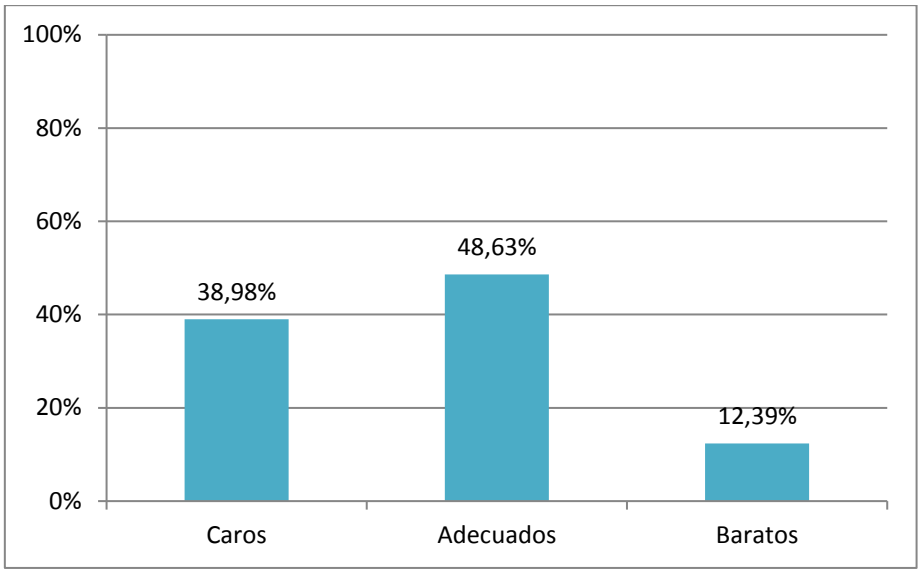
La calificación en forma cuantitativa, en una escala de 1 a 10 según la cual 1 significa el menor valor y 10 la mayor calificación, se observa que la media es de 7.83 y el desvío estándar es ± 1.5 puntos. Se trata de una calificación positiva aunque, sin duda, debiera mejorar.

Calificación de la oferta de entretenimientos



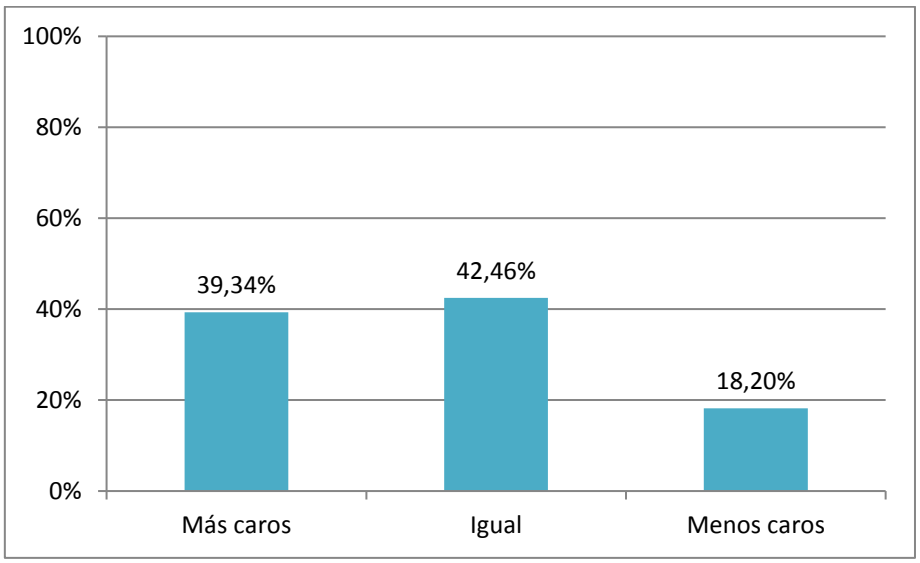
La gastronomía en general, desde el punto de vista económico, es percibida como adecuada, y en menor medida como cara.

Valoración de los precios en la gastronomía



Consultados acerca de la relación de los precios de Mar del Plata respecto de la ciudad de origen los resultados indican que son similares o más caros. Una proporción menor indica que son más bajos.

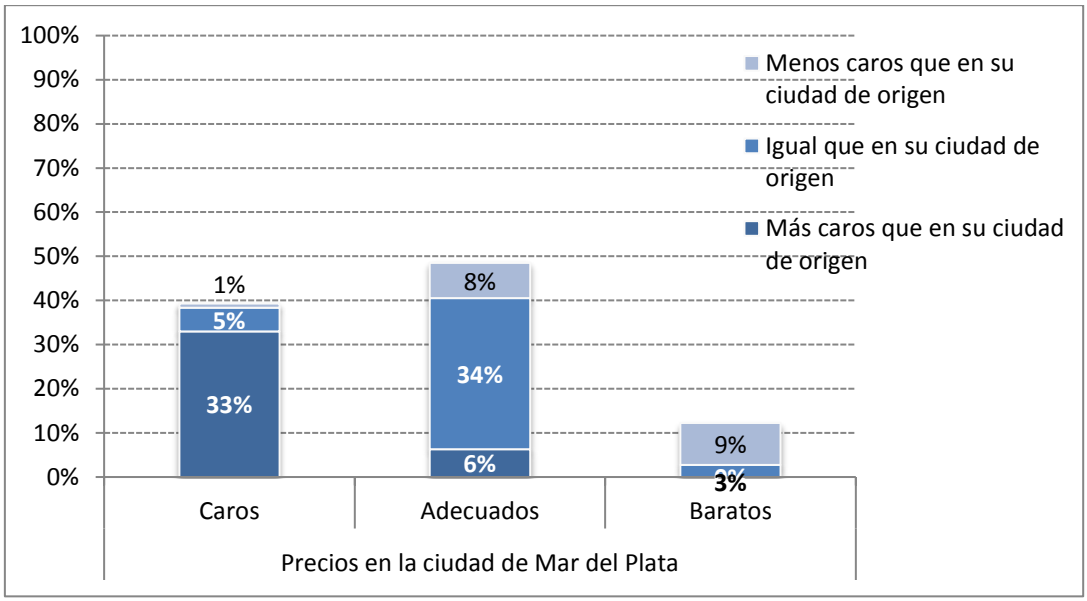
Valoración de los precios en la gastronomía respecto de la ciudad de origen



Del análisis resulta que la percepción de los encuestados es consecuencia de la comparación de los precios en referencia a su ciudad de origen. Así, por ejemplo, quienes

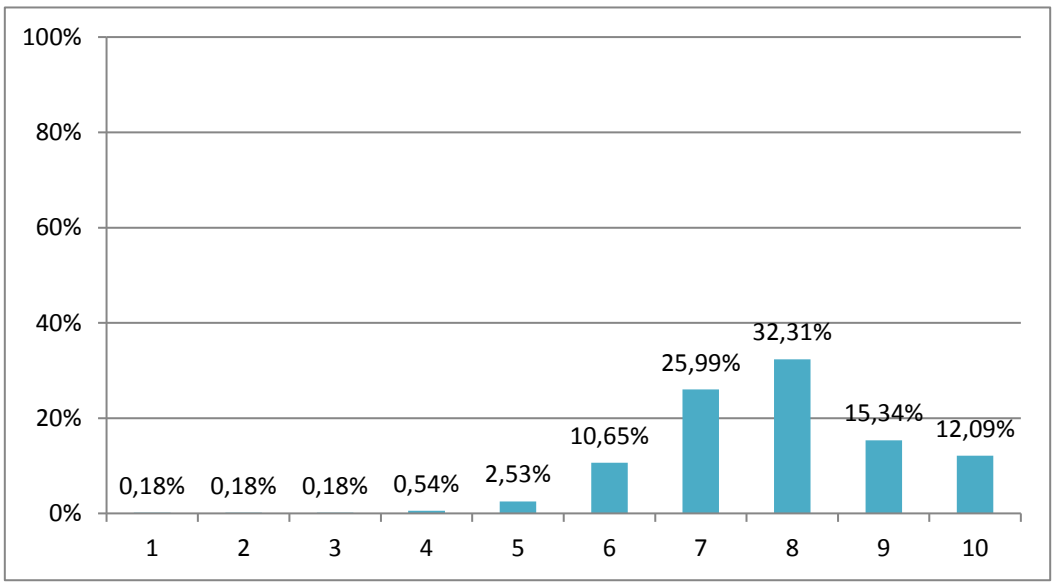
estiman que los precios son adecuados lo dicen en virtud de considerar que en su ciudad son igual o menos caros.

Distribución conjunta según percepción de precios en Mar del Plata y su ciudad

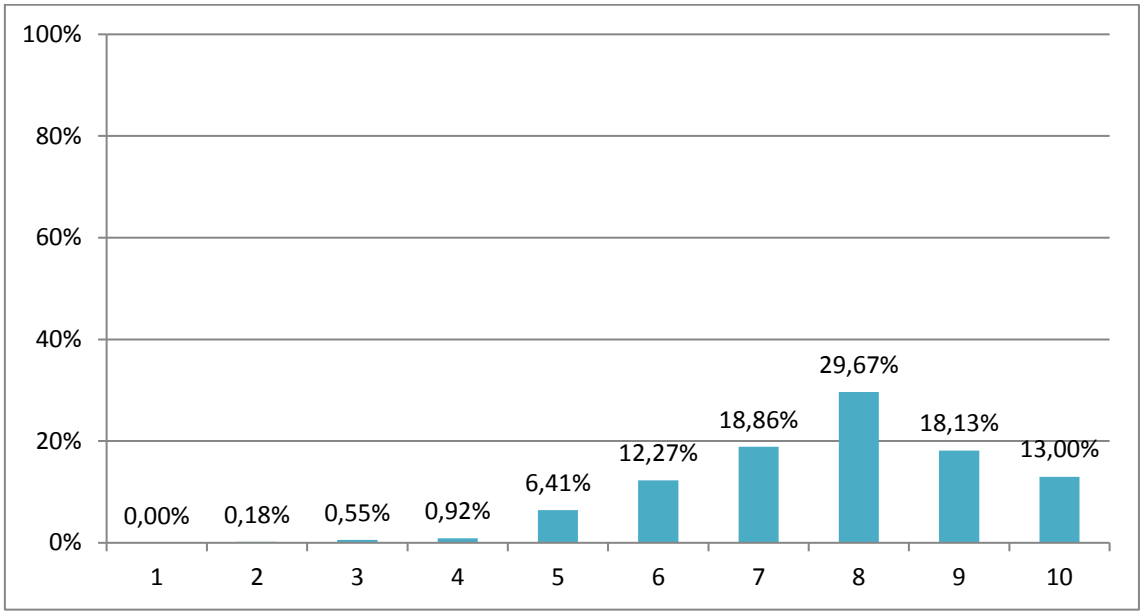


En cuanto a la variedad, la oferta gastronómica tiene una calificación media de 7.79 con un desvío estándar es ±1.34 puntos. Y en lo que concierne a la calidad la valoración media es 7.74 y desvío estándar ±1.50. Respecto de la calidad vale observar y resaltar que el 31% de los encuestados la califica con los valores máximos: 9 y 10 puntos.

Calificación de la variedad de la oferta gastronómica



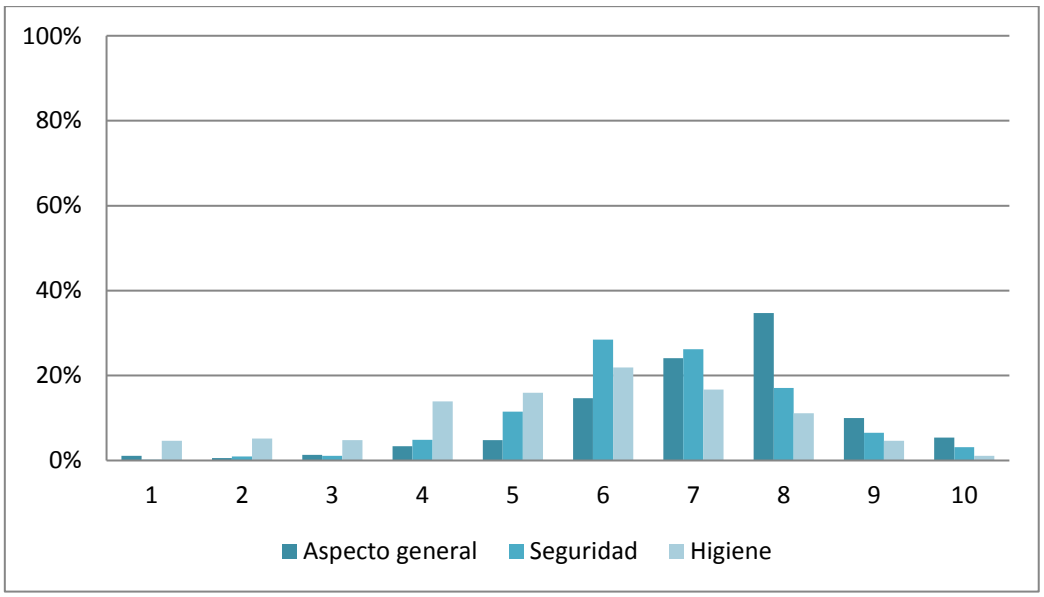
Calificación de la calidad de la oferta gastronómica



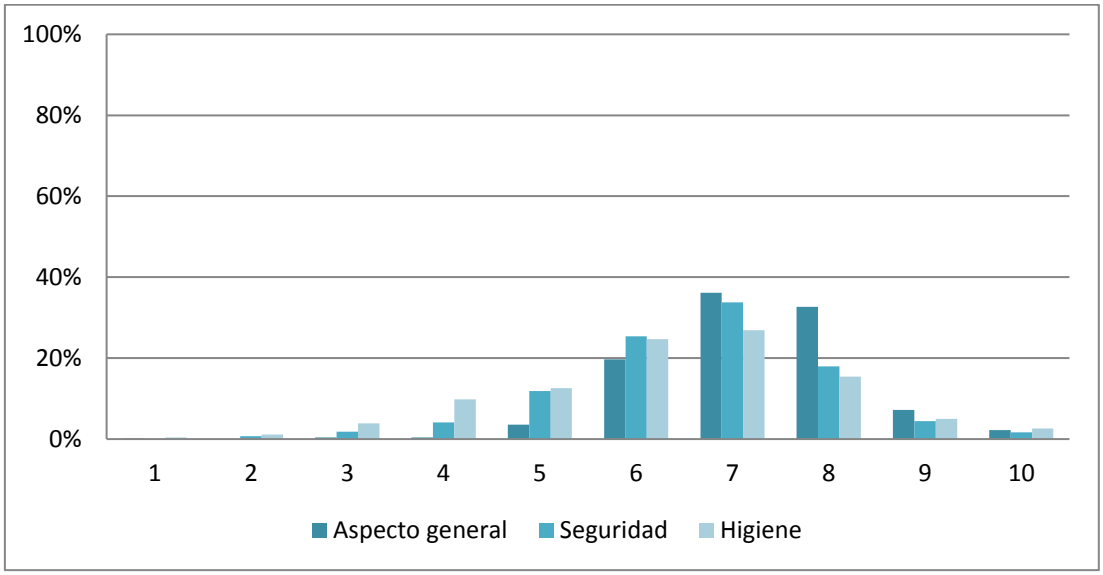
Calificación atribuida a los diversos espacios de la ciudad

Se consultó acerca de playas, parques y plazas, puerto, centro, zona Güemes, en general y específicamente respecto de la higiene y la seguridad.

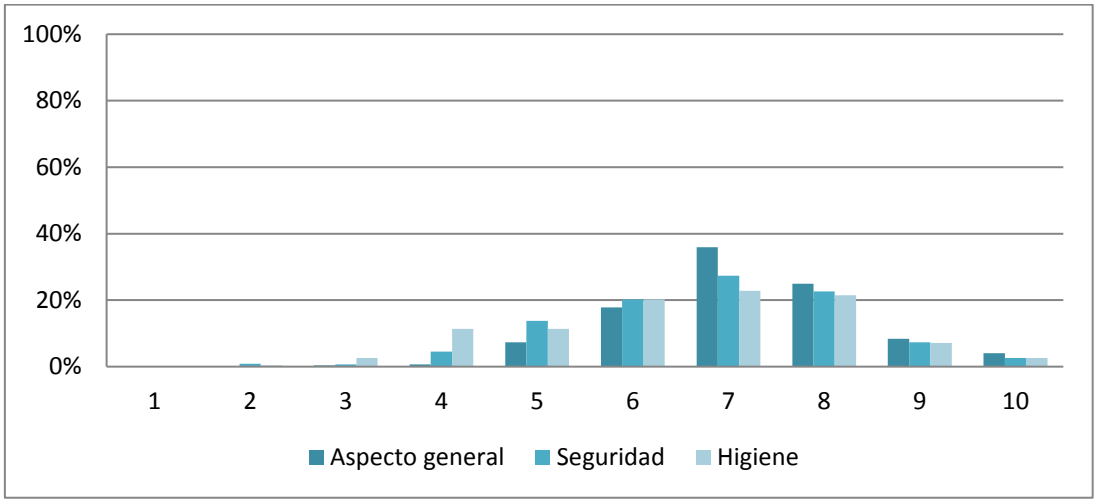
Playas



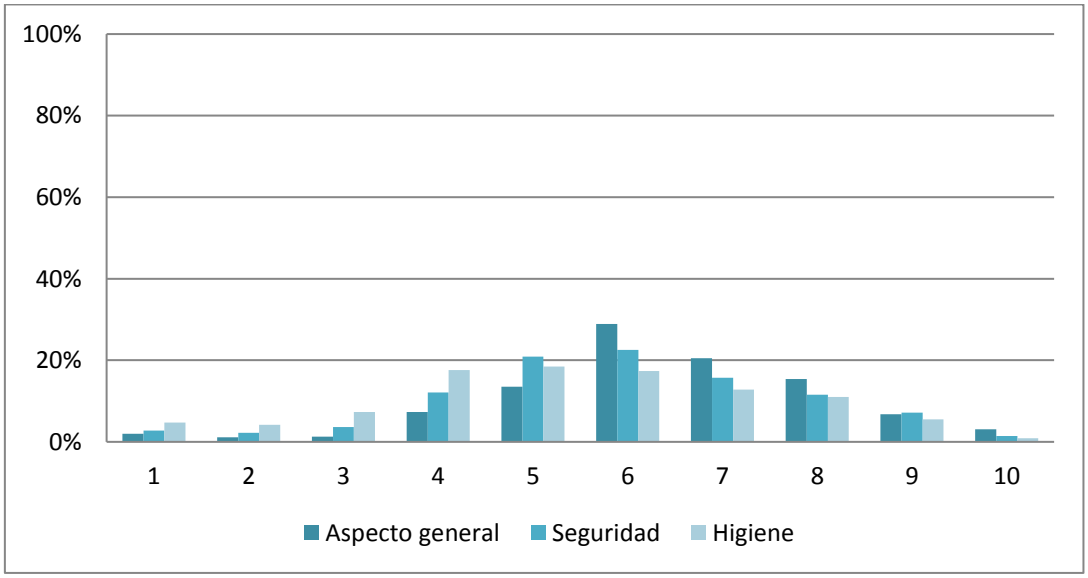
Plazas y Parques



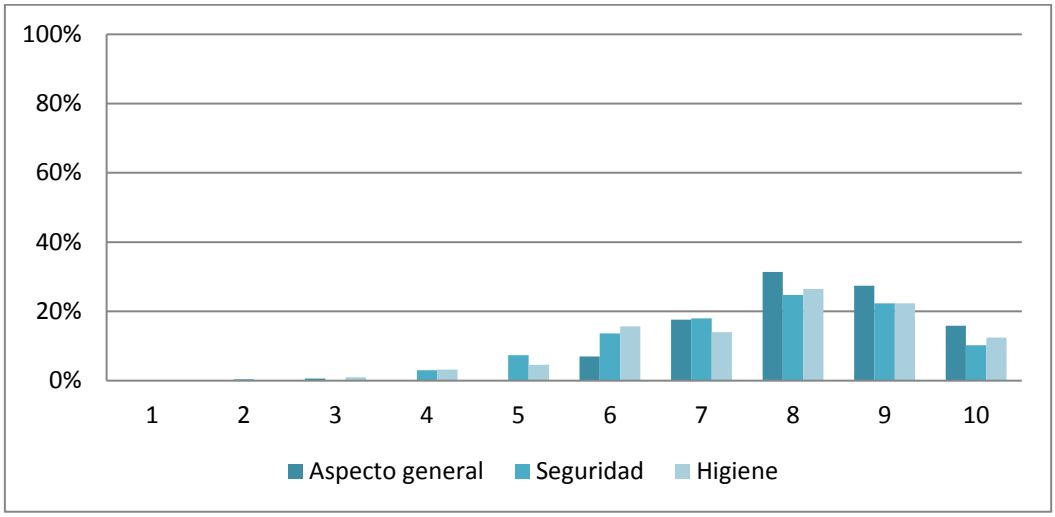
Puerto



Centro



Zona Güemes



Analizado cada aspecto se destaca que la mayor calificación obtenida corresponde a la zona Güemes y, en cada caso en particular, es importante resaltar que los valores atribuidos disminuyen en relación a la seguridad e higiene respecto de la apreciación general.

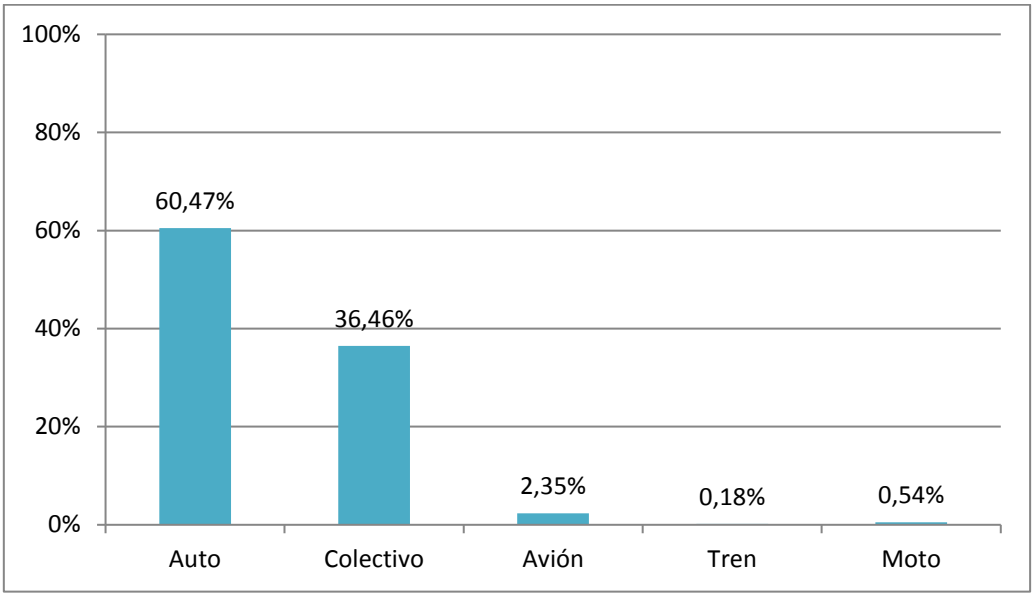
	Aspecto general	Seguridad	Higiene
Playas	7,22	6,63	5,55
Plazas / Parques	7,23	6,60	6,32
Puerto	7,15	6,77	6,54
Centro	6,38	5,88	5,39
Zona Güemes	8,24	7,59	7,68

Se observa que la valoración atribuida a la zona Güemes logra un valor decididamente positivo mientras que la valoración menor corresponde a la zona centro. Por otro lado, en referencia a las playas, es importante destacar la calificación negativa que tiene la higiene sobre todo considerando que es la razón por la cual los turistas concurren a la ciudad y es la principal actividad que realizan en consecuencia.

Medio de transporte hacia la ciudad y en la ciudad

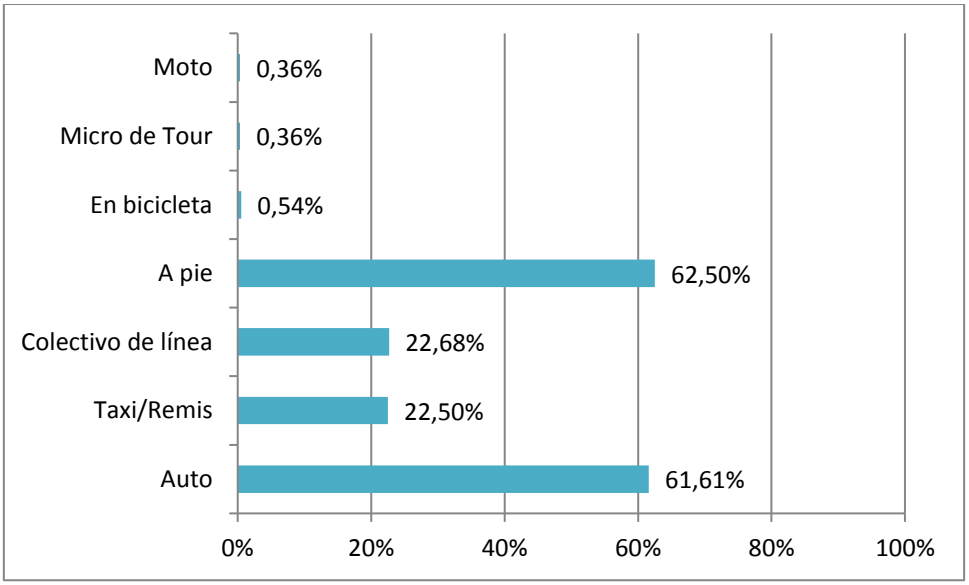
El principal medio de transporte utilizado para llegar a la ciudad es el auto y luego el colectivo.

Medio de transporte que usó para llegar a la ciudad



Para movilizarse dentro de la misma, indican que lo hacen caminando o en auto. No es bajo el porcentaje, más de un 20% de los encuestados, que señala utilizar colectivo, y en igual cantidad taxi o remis. Se advierte que, naturalmente, los encuestados podían seleccionar más de una opción.

Medio de transporte con que se moviliza dentro de la ciudad



Propuesta una serie de afirmaciones, se consultó su grado de acuerdo con cada una.

Grado de acuerdo con cada una de las afirmaciones

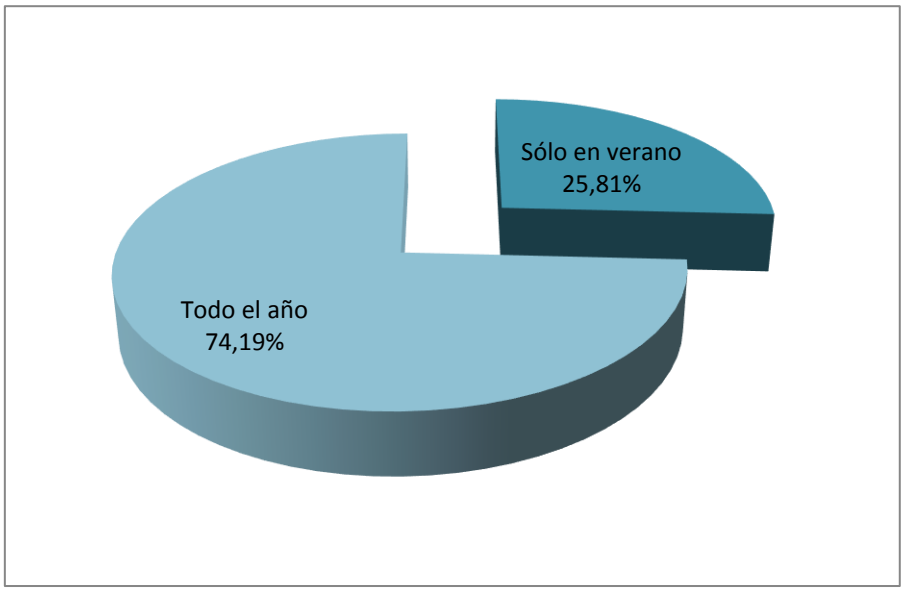
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Sin opinión formada	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
El tránsito en la ciudad es caótico	16,67%	45,34%	12,72%	24,37%	0,90%
Es una ciudad limpia	1,08%	44,80%	9,50%	41,04%	3,58%
Es una ciudad segura	0,90%	20,25%	27,24%	46,42%	5,20%
El recorrido de las líneas de trasporte es amplio y cubren toda la ciudad	7,72%	32,32%	57,09%	2,87%	0,00%
La presencia policial en la ciudad es suficiente	4,85%	38,78%	22,62%	28,90%	4,85%
Mar del Plata satisface las expectativas de los turistas	20,61%	58,95%	9,04%	9,95%	1,45%
Me parece fundamental que esta ciudad tenga vuelos a distintas provincias al menos con 1 o 2 frecuencias semanales todo el año	19,89%	53,76%	24,01%	2,15%	0,18%
Estoy de acuerdo en la existencia de vuelos a distintas provincias sólo en verano	6,10%	38,06%	22,62%	28,37%	4,85%
El servicio de trenes desde mi ciudad de origen es pésimo	3,58%	14,87%	76,52%	2,51%	2,51%
El servicio de ómnibus desde mi ciudad de origen es bueno	3,59%	50,09%	32,50%	8,44%	5,39%
El transporte aéreo interprovincial es condición necesaria para el aprovechamiento de las instalaciones de esta ciudad durante todo el año	13,44%	58,24%	25,63%	2,51%	0,18%

Los porcentajes más destacados:

- El 80% afirma que la ciudad satisface las expectativas de los turistas.
- El 74% está de acuerdo con que haya transporte aéreo interprovincial durante todo el año, lo que concuerda con el 72% que indica que esto es condición necesaria para poder aprovechar las instalaciones de la ciudad durante todo el año.
- El 62% manifiesta que el tránsito en la ciudad es caótico.

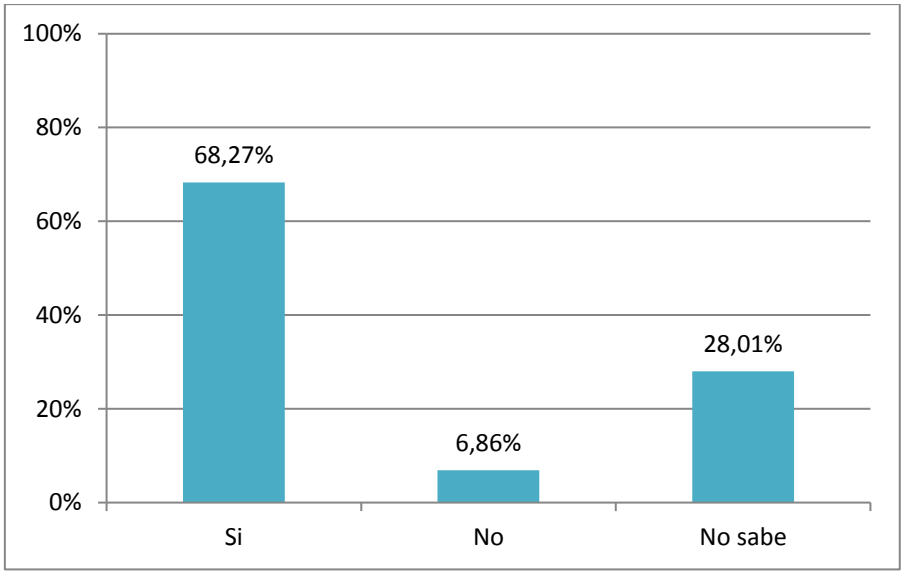
Muy importante resulta que desde la mirada de los turistas Mar del Plata sea considerada como una ciudad atractiva para ser visitada todo el año. Y esto es porque se reconoce en ella la presencia de una costa y un mar para ser no sólo mirado sino admirado, esto es, con capacidad para sorprender, especialmente, por su belleza y magnitud.

Cree que Mar del Plata es una ciudad para ser visitada



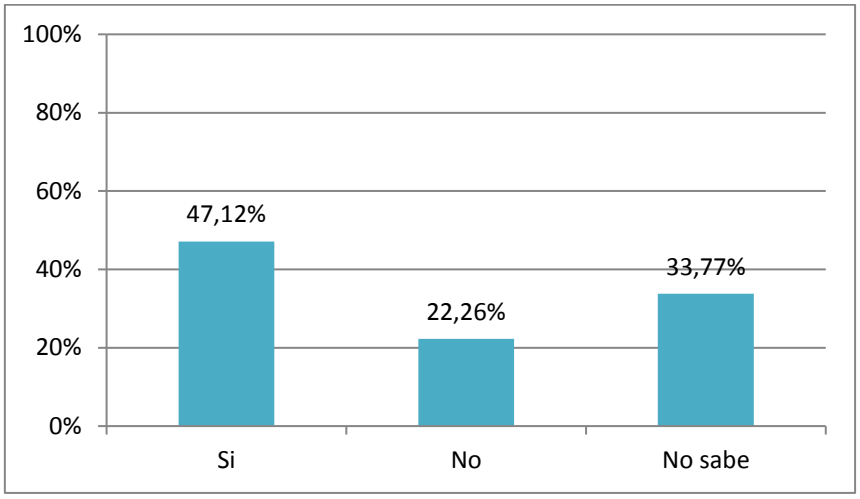
Además, esta percepción se asocia a aquélla que considera que tiene una infraestructura preparada para ser sede de congresos, convenciones, jornadas.

Ciudad preparada para ser sede de congresos, convenciones, jornadas



Sin embargo, el porcentaje de quienes consideran que es una ciudad preparada para el turismo internacional disminuye notablemente.

La ciudad está preparada para el turismo internacional



Entre aquello con lo que se identifica a Mar del Plata se destaca especialmente: los lobos, las playas y la costa, la rambla, el casino y el puerto.



Se mencionaron aspectos positivos y otros considerados negativos en la ciudad.

Aspectos positivos de la ciudad

Es una ciudad grande, ideal para visitar en familia, y al mismo tiempo todo queda cerca.	11,76%
Opción de recitales, gran oferta entretenimientos para todo público	39,87% %
Gastronomía excelente y variada, cervecerías artesanales	23,61%
Lindos centros comerciales	12,96%
Playas hermosas, variadas. El mar. La costa y las posibilidades de disfrute.	47,05% %
La gente muy amable, atención al turista	5,44%
El puerto	5,63%
No es una ciudad cara	5,78%

Punto de corte 3%

Dentro de la oferta gastronómica destacada en la ciudad, se mencionan particularmente las cervecerías artesanales/bares. Lo hace el 4,92% de la muestra.

Aspectos negativos de la ciudad

Mucho tránsito y desordenado; cuesta estacionar, demasiados cuida coches	15,17%
Ciudad muy rota, abandonada, calle destruidas, veredas rotas	13,75%
Inseguridad, poca presencia policial (con mucho uso de celular)	21,25%
Poca higiene, suciedad, playas sucias, faltan cestos de basura	37,69%
Muchas playas privadas, poca playa pública	4,64%
Precios elevados, caros	12,86%

Punto de corte 3%

Respecto de la higiene, la mención de que las playas están sucias el 13.57%.

A quienes ya conocían la ciudad se les solicitó que mencionaran las zonas en las cuales notaban cambios que pudieran ser calificados como positivos y, también aquellas en las que encontraran modificaciones en sentido contrario.

Zonas en las que se identifican cambios positivos, zonas que mejoraron



Como se advierte en la imagen, la zona Güemes (incluida Olavarría, calle que también se menciona) es la indicada como la que más cambios positivos ha tenido. Se refiere su importancia mencionando que se trata de un centro comercial interesante y, además, un punto de concentración de gastronomía, bares y cervecerías muy atractivo.

La visión acerca de Alem es diversa. Se reconocen cambios en la zona, pero se los valora de distinto modo. También sucede esto con la mirada que se tiene del Puerto. La zona centro y peatonal es la calificada como más descuidada y en peor estado.

Zonas que se encuentran deterioradas, en peor estado, descuidadas



Consultados acerca de algo que había y ahora se observa su ausencia, mencionaron la falta de espacio de playa pública, la fuente de la calle peatonal (que aunque está sin duda hay algo que ha perdido y no se precisa qué). También entre las carencias se menciona la seguridad en general y en las playas, la limpieza, y las típicas construcciones marplatenses a las que se caracteriza como muy bellas.

Algo que observaron que antes había y ahora no está, algo que falta



En relación a lo nuevo y positivo se destaca en primer lugar el Paseo Aldrey y, en segundo lugar, el Museo MAR. Mencionada especialmente se encuentra la Av. Constitución como un ejemplo de un nuevo centro comercial.

Lo nuevo destacado y al mismo tiempo positivo



Salvo un porcentaje menor volverían a la ciudad y, además, recomendarían a otras personas que la visitaran. En efecto, el 95,92% de la muestra dice que volvería a visitar Mar del Plata y además la recomendaría.

Quienes volverían lo harían porque es una ciudad hermosa, sus playas son un lujo, las vistas que ofrece son envidiables, para conocer nuevos lugares, porque es una ciudad con condiciones para satisfacer a todos (por gustos, condiciones económicas, edades, intereses y también según las condiciones del clima). Su oferta gastronómica en diversa y puede satisfacer tanto a quien prefiere la comida rápida como al paladar exigente. Sorprende con nuevos centros comerciales y los días se pasan muy bien, invita también a ser visitada en invierno.

Los encuestados que dijeron que la recomendarían lo harían sobre todo por la posibilidad de encontrar opciones accesibles desde el punto de vista económico, y porque es muy linda.

Quienes expresaron que no volverían y tampoco la recomendarían fundamentan la decisión en que es linda pero está destruida; por la inseguridad; por la suciedad en las playas y la ciudad en general. Tampoco lo harían por el excesivo precio de carpas y sombrillas, por los precios en general y además, reconocen preferir otros lugares como Gesell y Pinamar. Otros la recomendarían porque les gusto pero no volverían porque optan por conocer otros lugares.

CONCLUSIONES

Las conclusiones constituyen lo que denominamos la mirada del turista.

La mirada del turista

- Las ciudades de origen de los turistas con más presencia pertenecen a la provincia de Buenos Aires, salvo la ciudad de Rosario.
- Casi el 40% indicó que es la primera vez que venía a Mar del Plata de vacaciones.
- Los motivos de elección más mencionados son: la cercanía; la belleza; el deseo de conocerla; resultar económicamente accesible; satisfacer expectativas en todas las edades. Ser una ciudad para todos.
- La primera impresión general es mayoritariamente positiva.
- La percepción de la higiene en general es negativa. Y en particular, lo es la de las playas y el centro-peatonal.
- El tránsito es considerado caótico y desorganizado.
- Se percibe como una ciudad insegura.
- Entre las actividades que más realizan se incluyen: ir a la playa, recorrer centros comerciales y comer afuera.
- En la playa van a espacio público, y se considera que el alquiler de sombra es alto.
- Se advierte que hay disminución de espacio público en las playas.
- La oferta de entretenimientos es variada, y para todas las edades.
- La oferta gastronómica es amplia en calidad, diversidad y precios.
- La valoración más alta en general acerca de los lugares corresponde a la zona Güemes y la más baja al Centro y Peatonal.
- Es considerada como una ciudad para ser visitada todo el año.
- Tiene la infraestructura adecuada para sede de congresos, jornadas, etc.
- Para que pueda crecer como una ciudad sede de eventos se requiere como condición necesaria el transporte aéreo todo el año.