

SECRETARÍA DE TURISMO Y DESARROLLO ECONÓMICO

OBSERVATORIO TURÍSTICO

ENCUESTA SOBRE DEMANDA TURÍSTICA | 2020

<https://create.piktochart.com/output/45706730-untitled-infographic-copy>

---

El Observatorio Turístico dependiente de la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico, llevó a cabo por segundo año consecutivo, la Encuesta sobre Demanda Turística que tuvo como **propósitos principales** los siguientes puntos:

- conocer el comportamiento y hábitos de consumo de los turistas que visitaron el destino;
- comparar y analizar resultados con la temporada anterior;
- actualizar la base de datos y perfil del visitante;
- establecer objetivos superadores; y,
- diseñar estrategias para alcanzarlos.

El trabajo de investigación, basó su estudio en los siguientes temas:

- I) Perfil sociodemográfico del visitante.
- II) Perfil turístico del visitante.
- III) Gastos del visitante en el destino.
- IV) Opinión del visitante sobre calidad de atención y servicios en el destino.

Asimismo, la metodología del trabajo en campo, contempló los siguientes parámetros de ejecución:

- Cantidad de Encuestadores: 3 contratados por la municipalidad.
- Tipo de Estudio: cuantitativo – descriptivo.
- Abordaje: coincidental en puntos de concentración (específicamente en playa).
- Instrumento de Recolección: cuestionario estructurado.
- Tipo de Preguntas: abiertas - cerradas - simples y múltiples.
- Tipo de contacto: entrevista personal.
- Unidad de Análisis: turistas que visitaron el pdo. de Pinamar durante enero y febrero.
- Tamaño de la Muestra: 1.624 casos (Pinamar 720 - Ostende y Valeria 450 c/u) más una encuesta temática 4x4 con 202 casos en Frontera Norte. Algunas preguntas tienen un tamaño mayor ya que se sumó la encuesta realizada en Cariló con 660 casos.
- Fecha de la Toma: desde el 26 de enero al 14 de febrero.

## CONTENIDO DE LA ENCUESTA

---

A continuación, se describen las variables que nos permitieron elaborar el perfil del turista que nos visitó esta temporada diferenciando, por un lado:

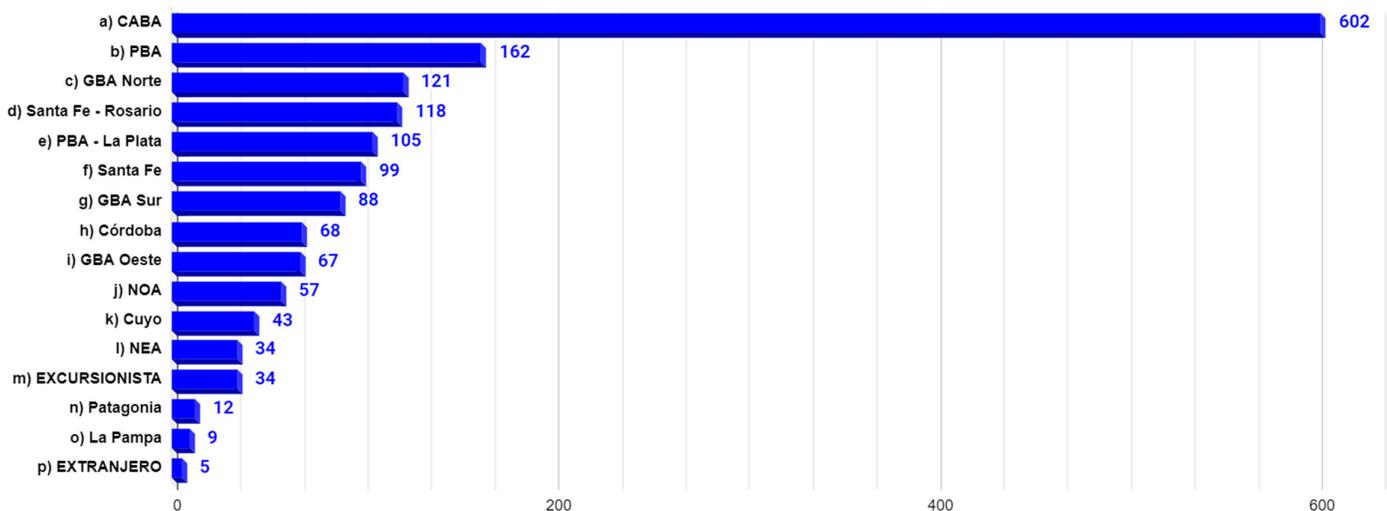
- A)** el visitante de playas con servicios turísticos, vale decir UTFs con infraestructura (carpas y sombrillas) y espacios públicos con acceso desde el ejido urbano;
- B)** y por otra parte (Anexo Frontera), el visitante - consumidor de playas sin servicios, vale decir UTFs sin infraestructura (carpas y sombrillas) con acceso único de vehículos 4x4, asiduo a las playas del norte llamado frontera, considerado éste, como un nicho de público que requirió un tipo de encuesta temática o a medida.

### A) PERFIL DEL TURISTA DEL SECTOR DE PLAYAS CON SERVICIOS Y/O PLAYAS PÚBLICAS CON ACCESO DIRECTO DESDE EL EJIDO URBANO

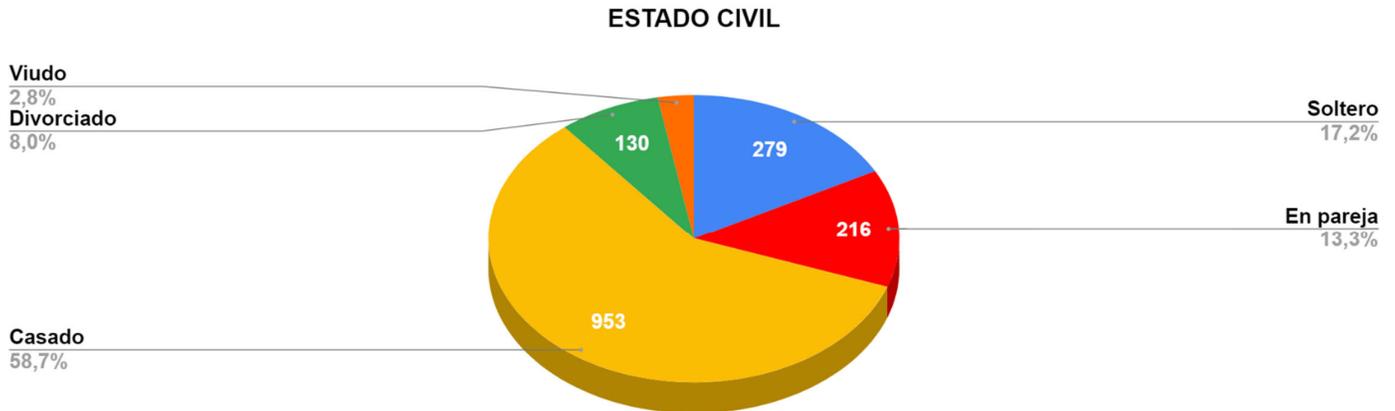
---

- 1. PROCEDENCIA:** sumando CABA y GBA tenemos un total de 878 casos, que representa el **54%** de la muestra, en segundo lugar, se encuentra PBA (con La Plata) con 267 casos, que representa el 16,5% y tercero, Santa Fe (con Rosario) sumando 217 casos, un 13,3%. Estos 3 destinos por sí mismos, superan el total de todos los casos del interior del país (223 que representa el 13,7%). El gráfico los muestra cada destino por separado.

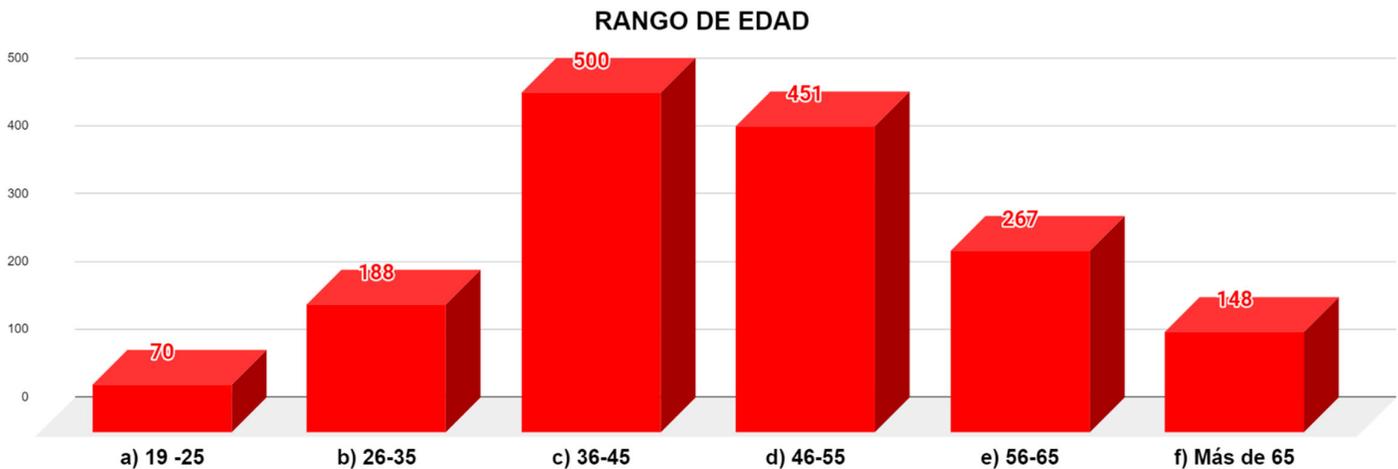
### PROCEDENCIA



2. **ESTADO CIVIL:** la mayoría de los entrevistados (**72%**) son casados o en pareja.

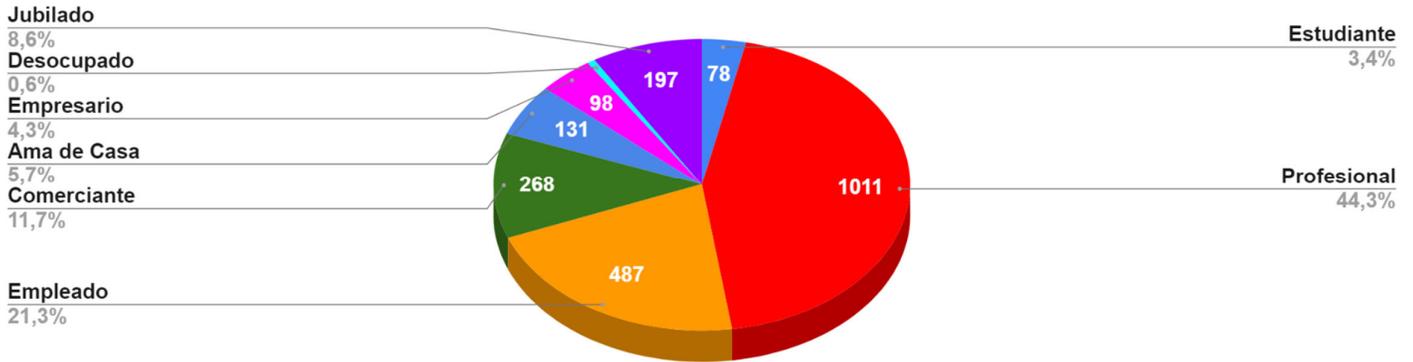


3. **RANGO DE EDAD:** el grupo mayoritario lo ocupan las personas de 36 a 45 años y de 46 a 55 años, representando entre ambos el **58,6%**, mientras el grupo minoritario lo ocupa el de 19 a 25 años con un 4,3%



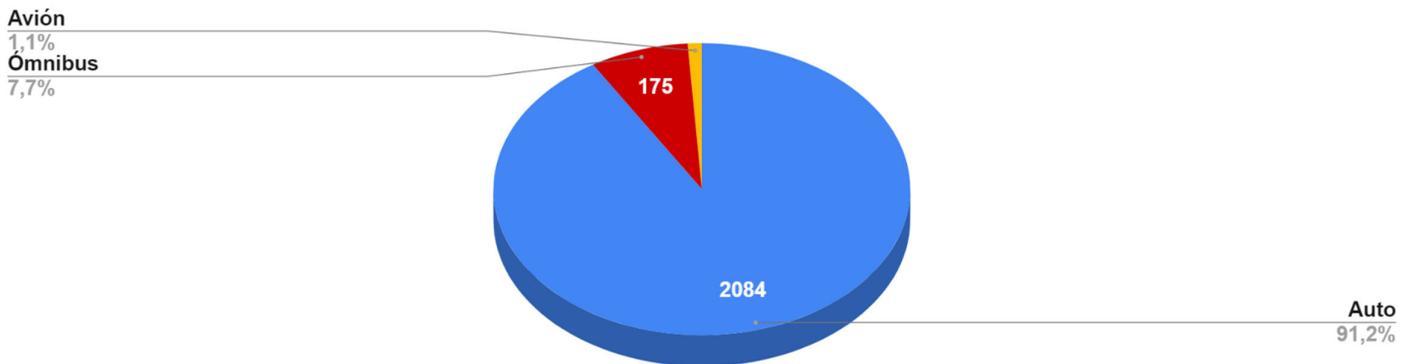
4. **OCUPACIÓN:** (incluye Cariló) los profesionales lideran cómodamente el grupo con un **44,3%** seguidos por los empleados y comerciantes por debajo del 21,3%. Es importante considerar que el 55,9% de la encuesta la respondieron mujeres, mientras el 44,1% la respondieron hombres.

**OCUPACIÓN**



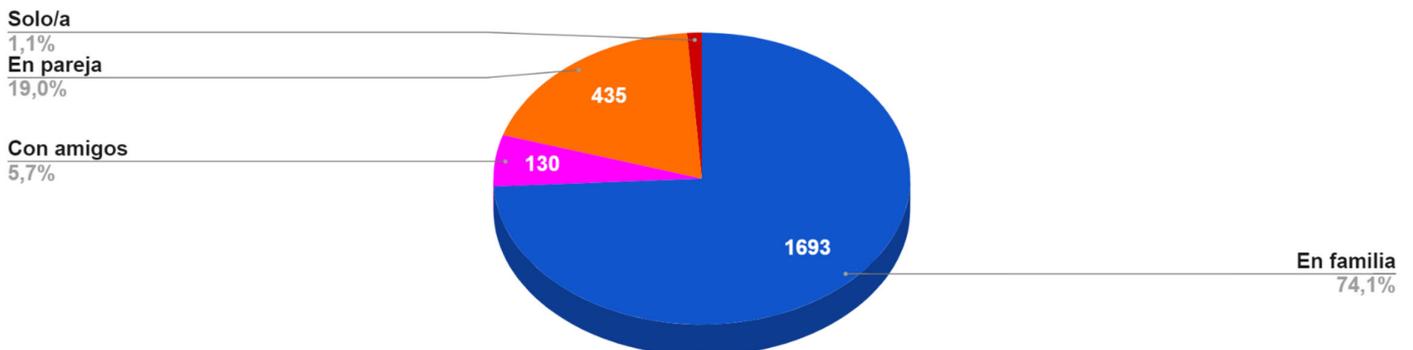
5. **TRANSPORTE UTILIZADO:** (incluye Cariló) más del **91,2%** se traslada en auto, los pocos que utilizaron el avión, lo hicieron desde exterior o desde alguna provincia con combinación en CABA a través de un transporte terrestre.

**TRANSPORTE UTILIZADO**



6. **CON QUIÉN VERANEA:** (incluye Carilo) el **93,1%** pasa sus vacaciones en familia o en pareja.

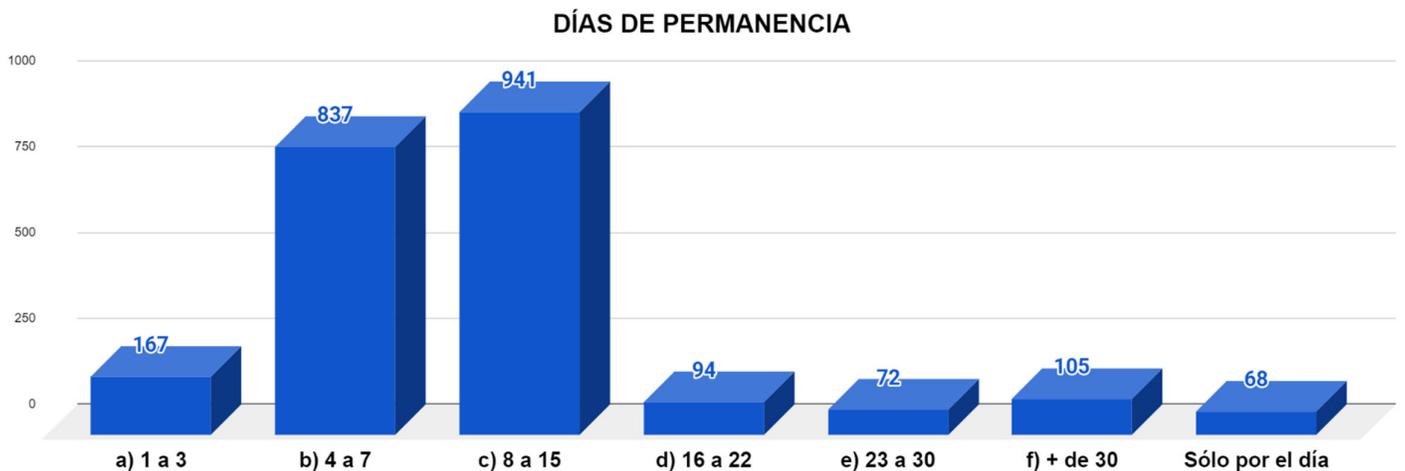
**CON QUIÉN VERANEA**



**7. TIPO DE ALOJAMIENTO:** (incluye Cariló) la relación en Pinamar Ostende y Valeria entre casas en todas sus modalidades y hotel y apart hotel es de, **61,7%** y 35,5% respectivamente, si agregamos Cariló la relación baja a **55,9%** y 42,1%

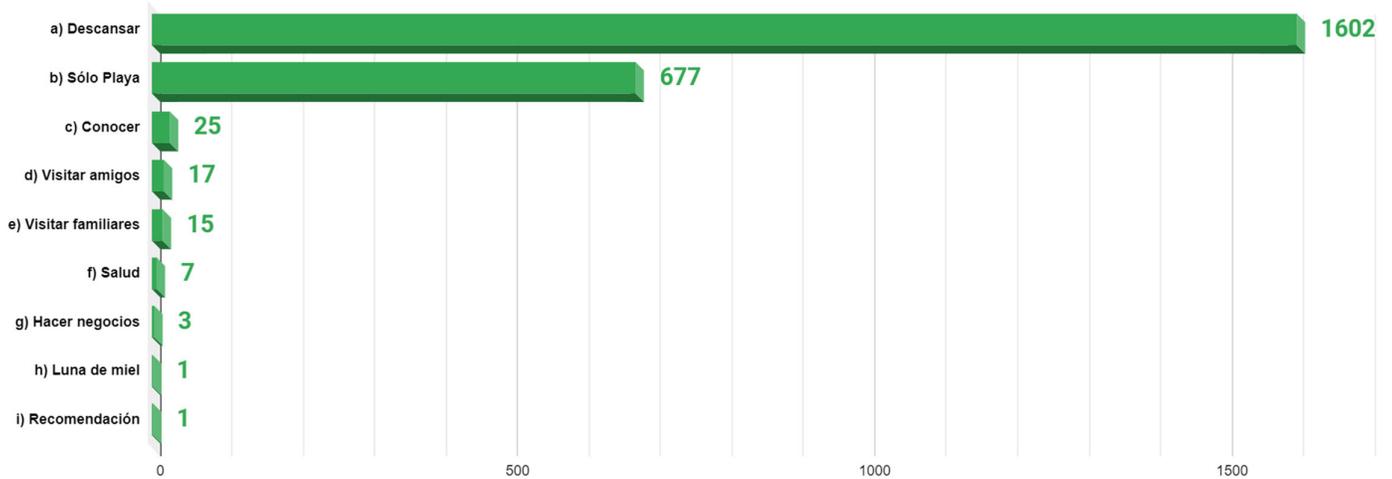


**8. DÍAS DE PERMANENCIA:** (incluye Cariló) el **77,8%** de los encuestados permanece en el destino entre de 4 y 15 días, coincidentes con los informes estadísticos que arrojan una estadía promedio que se ubica en ambos rangos, según tipo de alojamiento elegido.



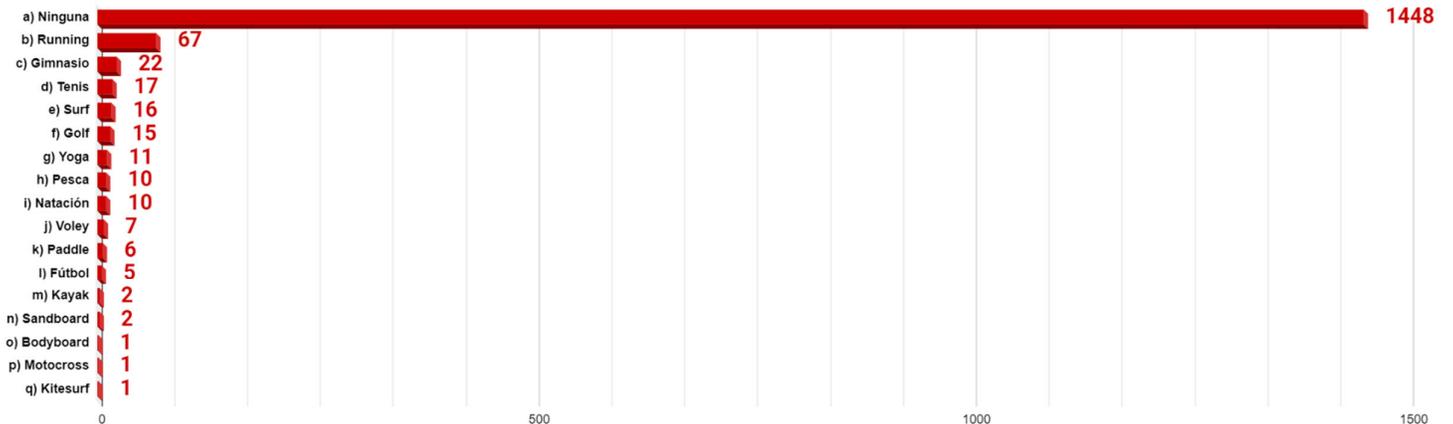
**9. MOTIVOS DEL VIAJE:** (incluye Cariló) venir a descansar y hacer playa son los principales motivos por los cuales los turistas nos eligen, entre ambos suman el **97%** casos.

### MOTIVO DEL VIAJE



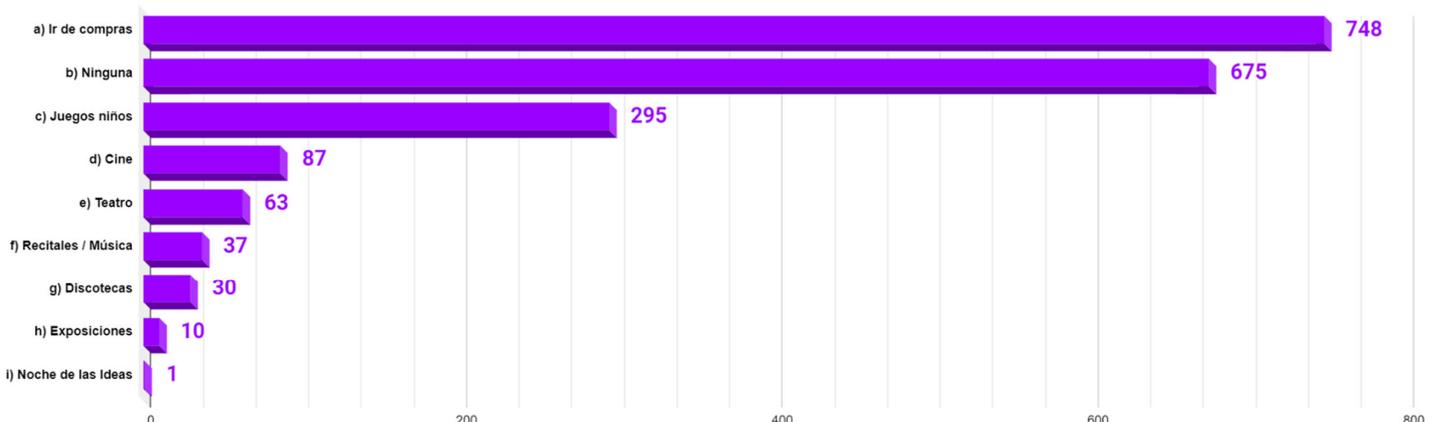
**10. ACTIVIDADES DEPORTIVAS:** en consonancia con los motivos del viaje, el **88,2%** no realiza actividades deportivas.

### ACTIVIDADES DEPORTIVAS



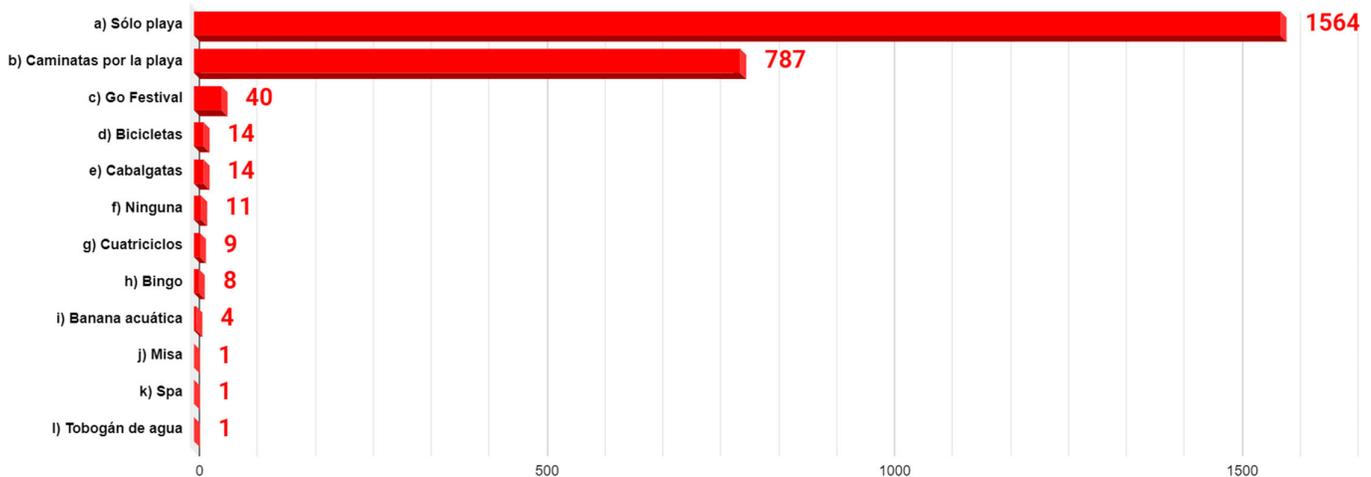
**11. ACTIVIDADES CULTURALES:** de igual manera, entre el **73,1%** de los casos no realiza actividades culturales siendo los paseos de compras la actividad predilecta.

### ACTIVIDADES CULTURALES



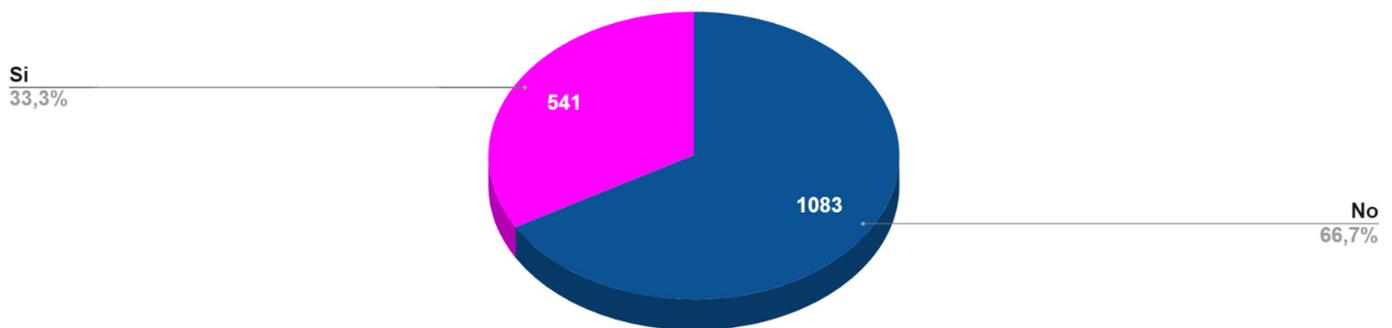
**12. ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO:** si tenemos en cuenta que las dos opciones más elegidas están vinculadas entre sí, podemos decir que el **95,7%** de los casos se relaciona con la playa.

### ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO



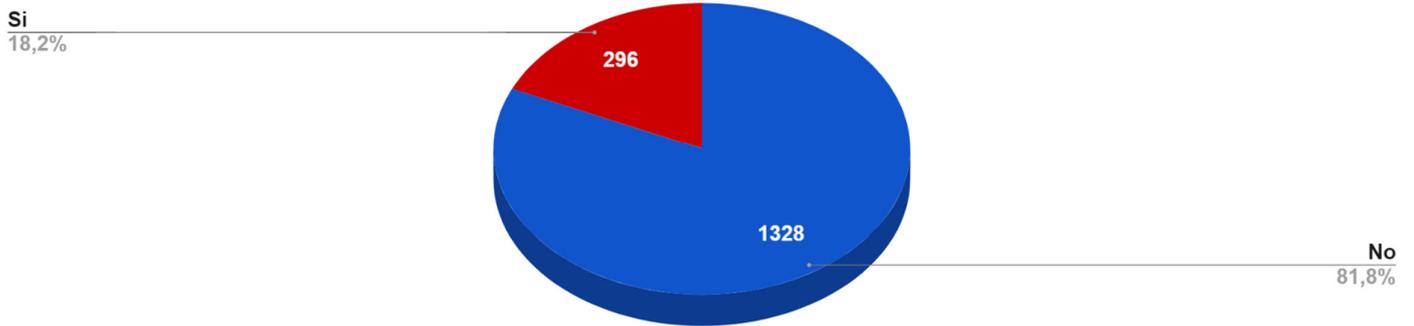
**13. VISITA LA CIUDAD DURANTE EL AÑO:** el **66,7% NO** visita el destino fuera de la temporada, lo que marca la sabida alta estacionalidad del producto sol y playa.

### VISITA DURANTE EL AÑO



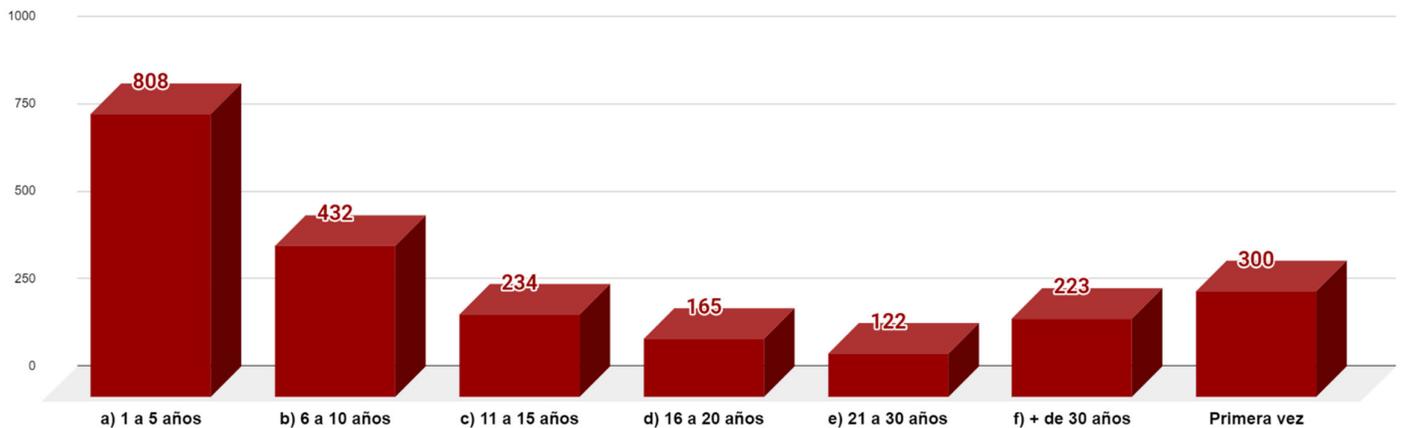
**14. ES LA PRIMERA VEZ QUE VISITA LA CIUDAD:** el **18,2%** es la primera vez que visita el destino, dato sumamente llamativo y coincidente con los datos arrojados por los informes estadísticos que muestran una variación interanual promedio del 20% en alojamientos. Asimismo, el **81,8%** ya veraneó en otras oportunidades, dejando de manifiesto el alto grado de fidelidad con el destino.

ES LA PRIMERA VEZ



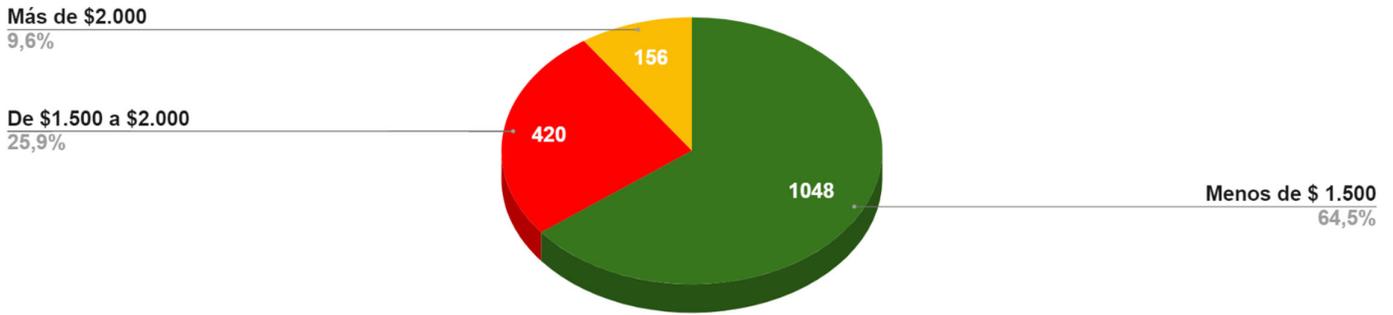
**15. AÑOS QUE VERANEA:** (incluye Cariló) quienes veranean en el destino hasta hace 5 años atrás, alcanzaron el **35,4%**, continúan los turistas que lo hacen de 6 a 10 años atrás, y nuevamente ocupa un lugar importante quienes los hacen por primera vez, con un 13,1%

AÑOS QUE VERANEA



**16. PROMEDIO DE GASTO DIARIO:** vale aclarar que es por persona, sin alojamiento ni transporte, prácticamente se considerarían sólo las comidas y la recreación (en caso que realizase alguna) por día. De acuerdo a esto, la mayoría (**64,5%**) dice no gastar más de \$1.500 diarios.

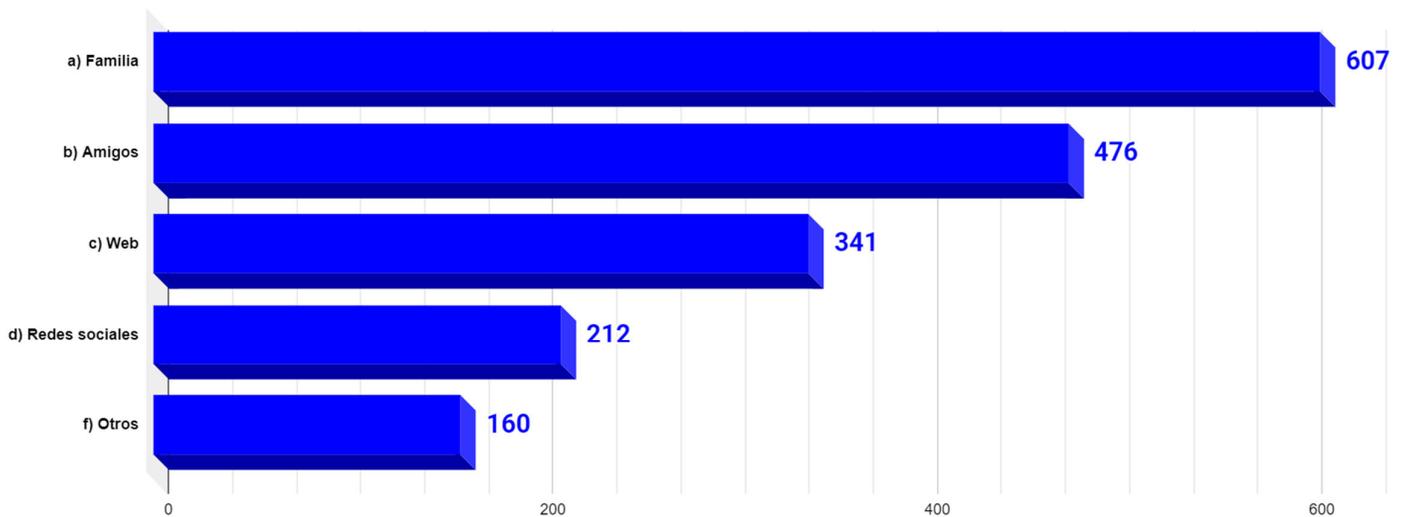
PROMEDIO DE GASTO DIARIO



Por persona | sin alojamiento ni transporte | sólo gastronomía y recreación por día

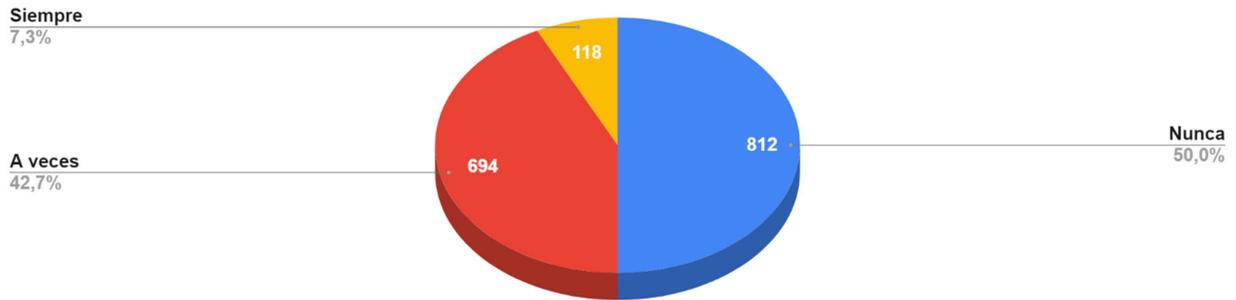
**17. MEDIOS POR LOS QUE SE INFORMÓ:** el boca a boca (familia/amigos) con un **60,3%** fue la principal fuente de información sobre el destino para las vacaciones 2020

MEDIOS DE INFORMACIÓN

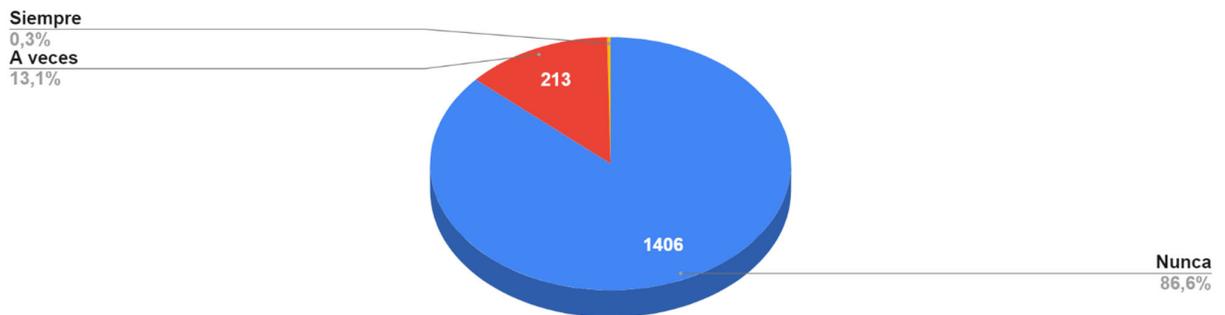


**18 | 19. ALMUERZO Y CENA EN BALNEARIOS:** considerando el “siempre” y el “a veces” almuerza en balnearios, entre ambos suman exactamente el **50%** de los casos, igualando el “nunca” almuerza. Sin embargo, para la cena el “nunca” alcanza el **86,6%** de los casos.

**ALMUERZO EN BALNEARIOS**

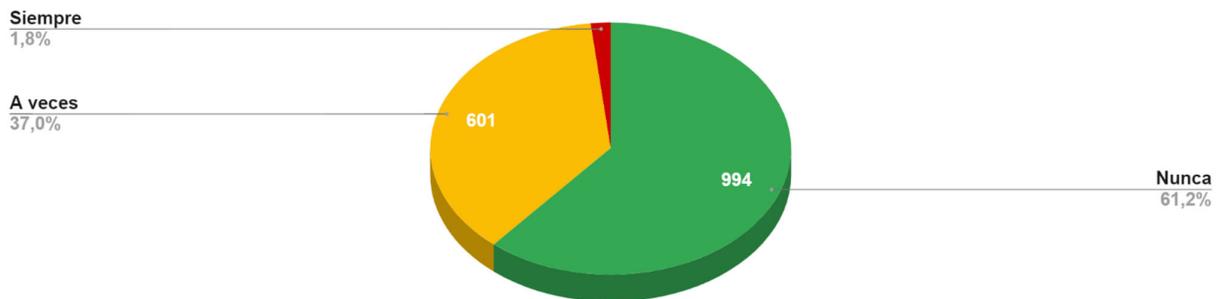


**CENA EN BALNEARIOS**

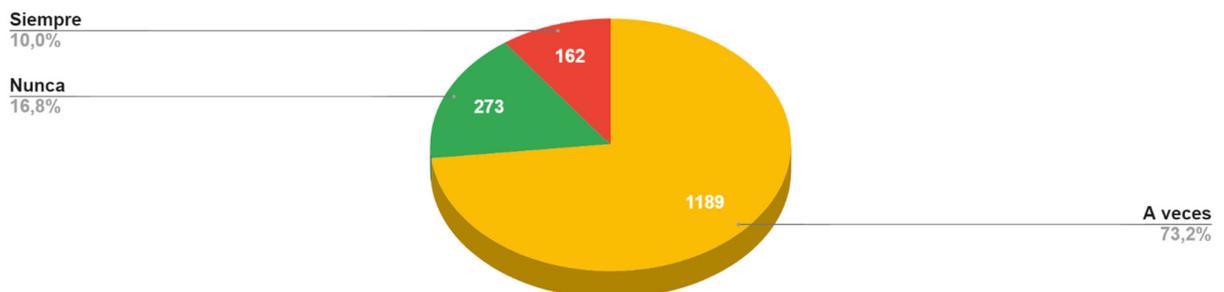


**20 | 21. ALMUERZO Y CENA EN RESTAURANTES:** caso contrario sucede con los restaurantes, donde el “nunca” almuerza llega al **61,2%**, mientras el “a veces” y “siempre” cena alcanza el **83,2%** como es previsible.

**ALMUERZO EN RESTAURANTES**

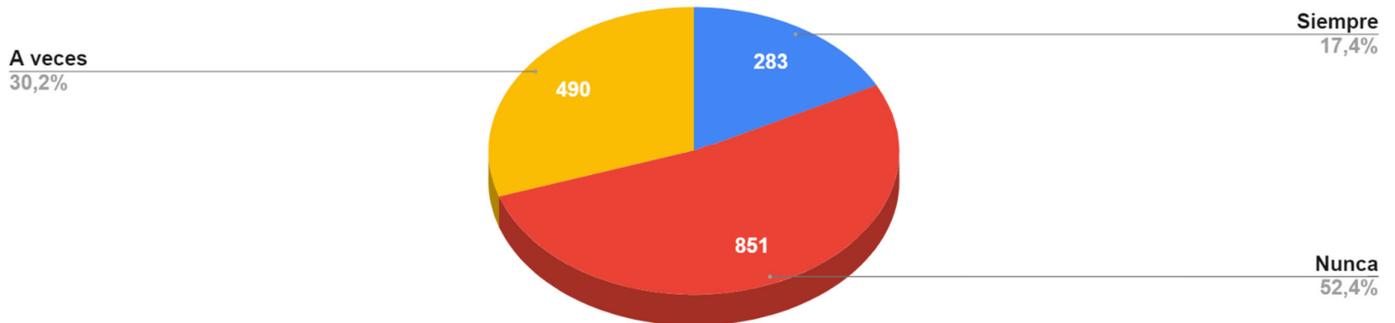


**CENA EN RESTAURANTES**



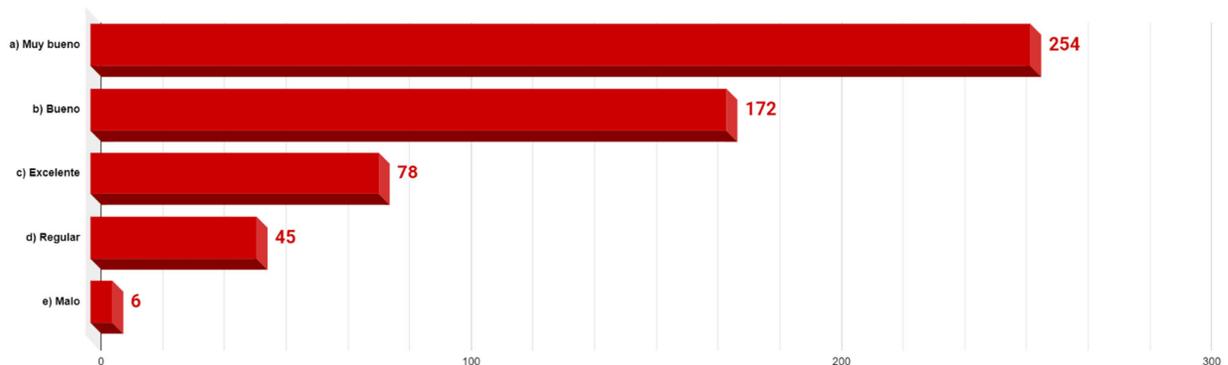
22. LLEVA VIANDA A LA PLAYA: el 47,6% respondió que “a veces” y “siempre” lleva vianda a la playa.

LLEVA VIANDA A LA PLAYA

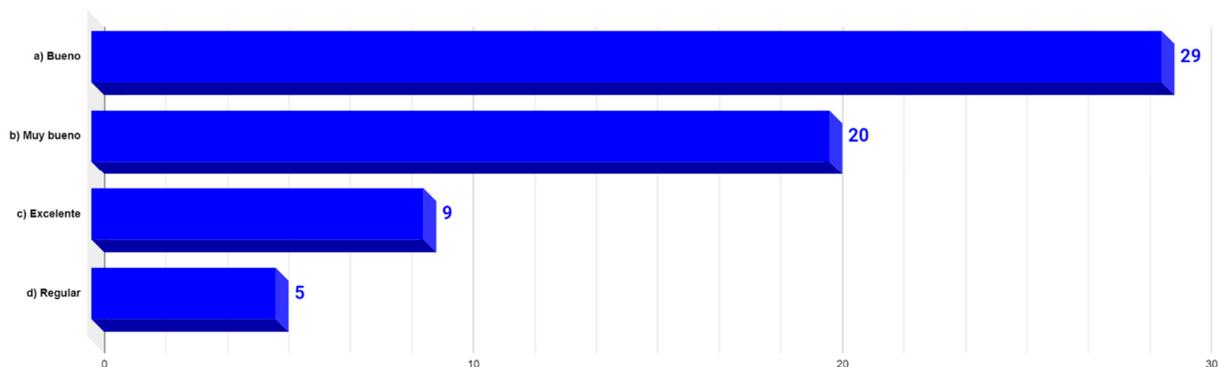


23 | 24 | 25 | 26 | 27. CÓMO CALIFICA LOS SERVICIOS TURÍSTICOS: en términos generales los consultados calificaron la hotelería como Muy Buena (45,7%), y como Buenos al resto de los servicios o sea, inmobiliarias (46%) restaurantes (52,9%) balnearios (50,3%) y comercios (61,3%)

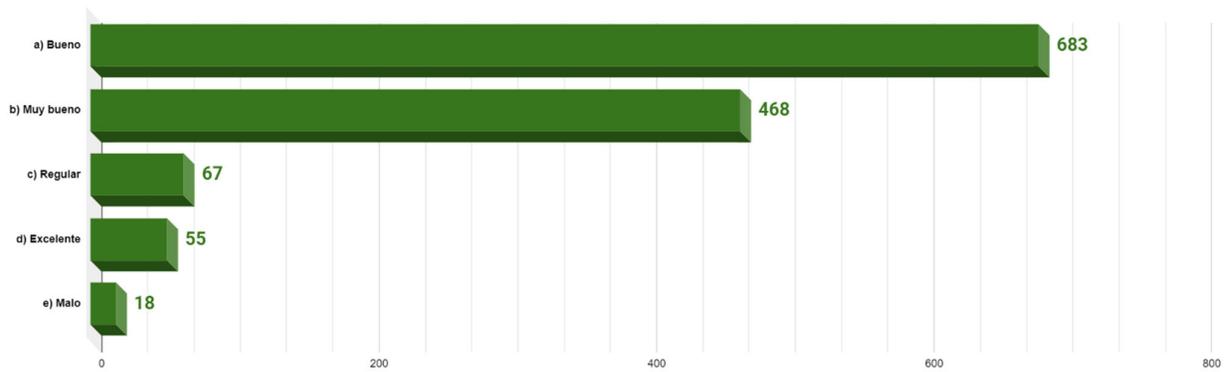
CÓMO CALIFICA LA HOTELERÍA



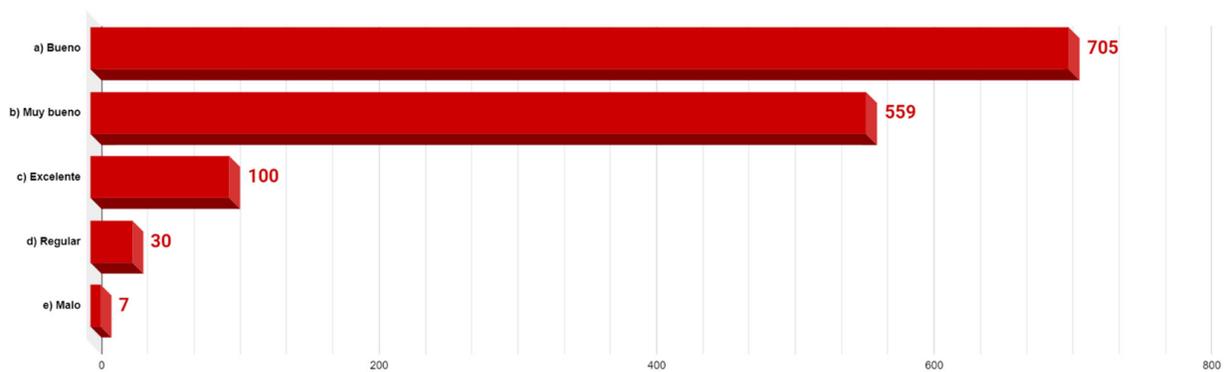
CÓMO CALIFICAS LAS INMOBILIARIAS



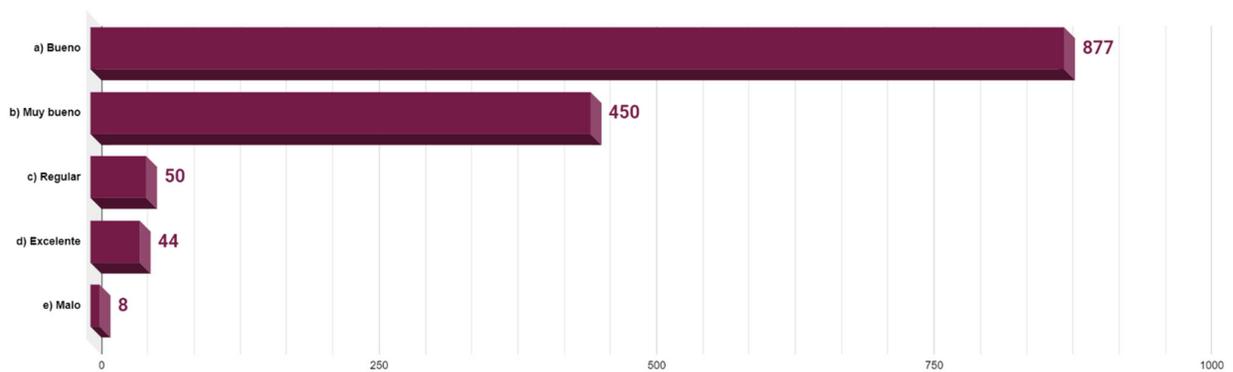
**CÓMO CALIFICA LOS RESTAURANTES**



**CÓMO CALIFICA LOS BALNEARIOS**

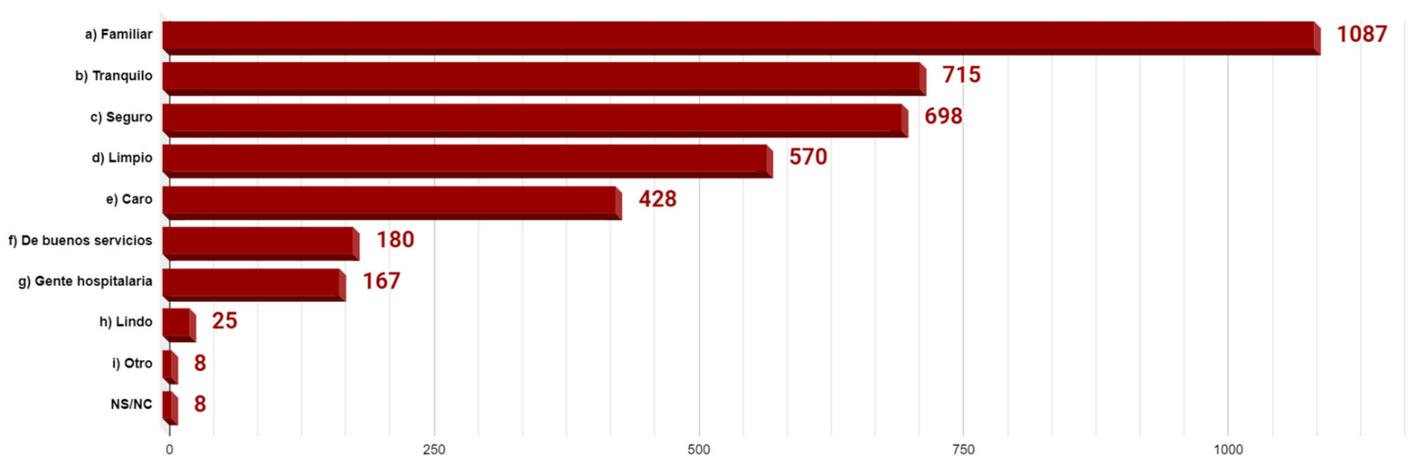


**CÓMO CALIFICA LOS COMERCIOS**



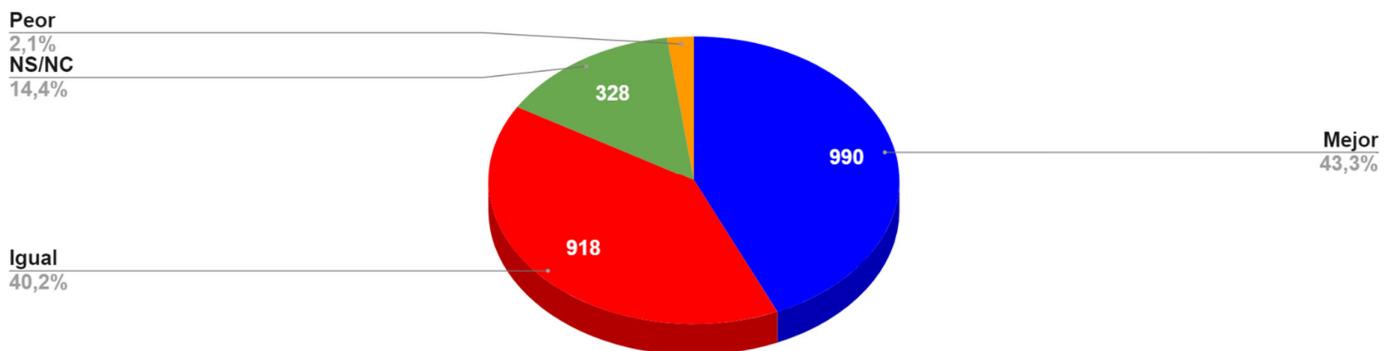
**30. CÓMO CALIFICA PINAMAR:** el **64,4%** lo calificó como familiar, tranquilo y seguro en ese orden; mientras el 35,6% restante, lo calificó como limpio, caro, de buenos servicios, de gente hospitalaria, lindo y otros con porcentajes individuales bastante bajos.

**CÓMO CALIFICA PINAMAR**



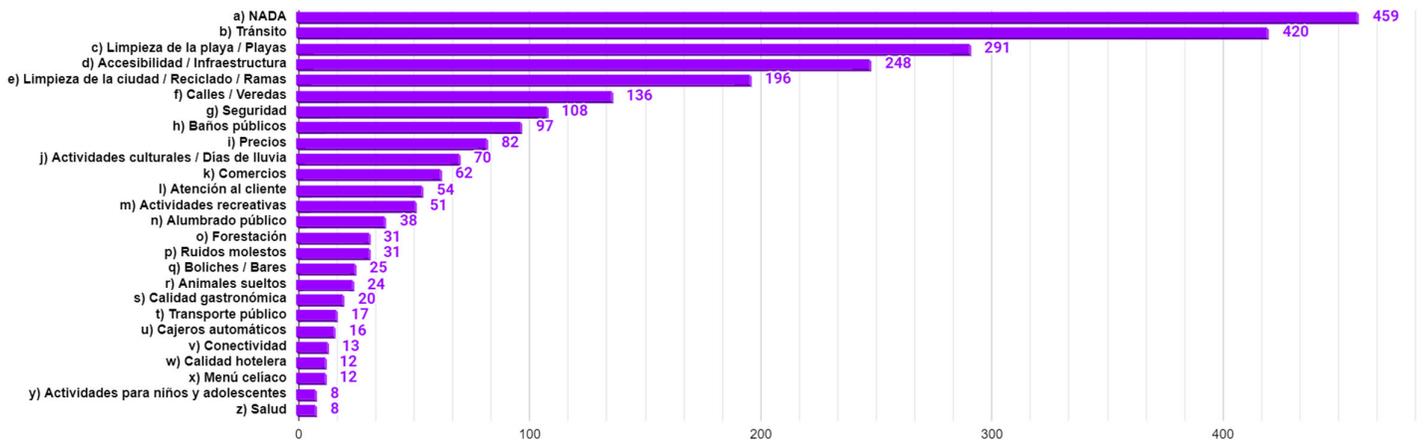
**31. CÓMO VIO LA CIUDAD:** (incluye Cariló) sólo el 2,1% dice que vio la ciudad “peor”, mientras el **83,5%** la vio “igual” y “mejor”, coincidiendo además el 14,4% con los que visitan la ciudad por primera vez.

**CÓMO VIO LA CIUDAD**



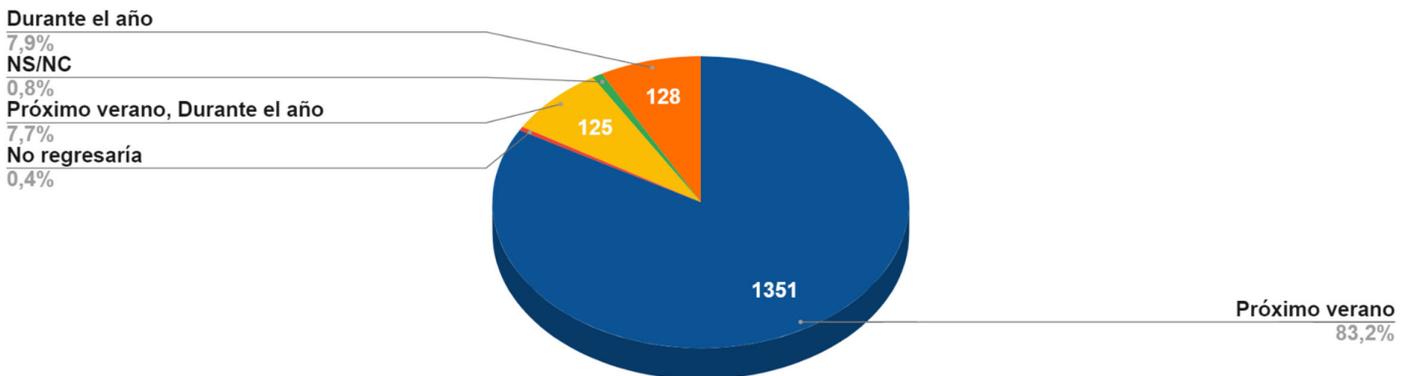
**32. QUÉ COSAS CONSIDERA DEBERÍAN MEJORAR:** el 56% considera que: no hay nada que mejorar (18,1%), hay que mejorar el tránsito (estacionamientos, circulación, peatonales, Av. Del Mar, acceso a las playas públicas, etc. 16,6%), las playas (cestos sucios, limpieza en las orillas, médanos y tamariscos, mucho ruido, vendedores ambulantes, etc. 11,5%), la accesibilidad e infraestructura de la ciudad (9,8%)

QUÉ DEBERÍA MEJORAR



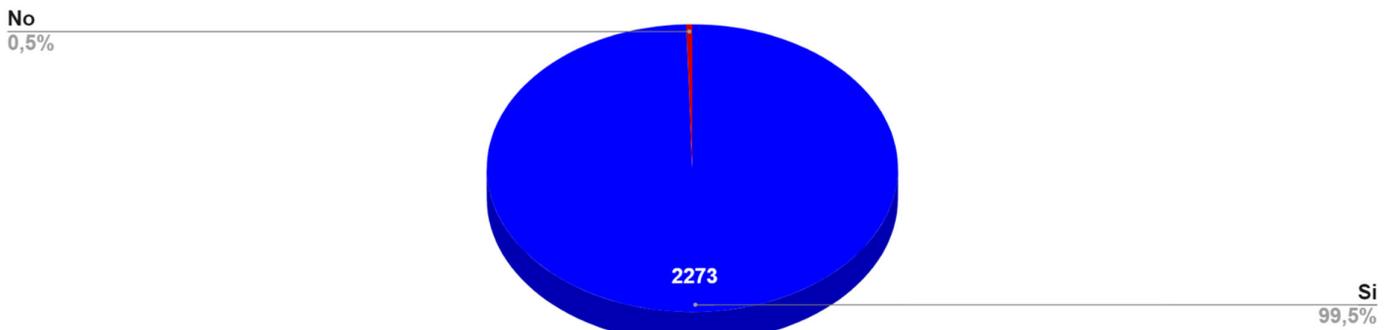
**33. REGRESARÍA A PINAMAR:** el **83,2%** volvería a vacacionar en el destino sólo el próximo verano, dato que muestra dos cosas, por un lado, la alta fidelidad con nuestro producto playa y por otra parte una marcada estacionalidad.

REGRESARÍA A PINAMAR



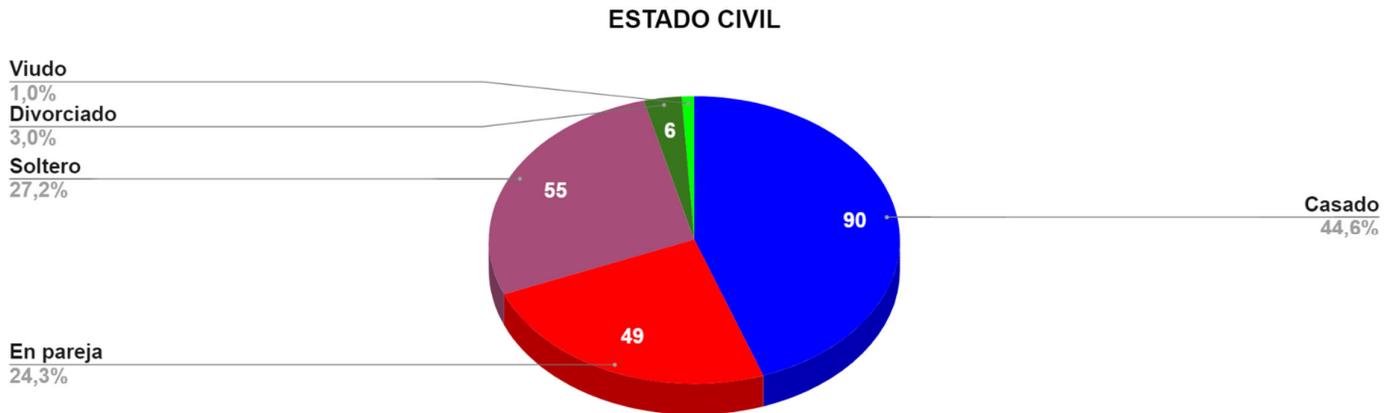
**34. RECOMIENDA PINAMAR:** (incluye Cariló) finalmente, casi la totalidad de los entrevistados (**99,5%**) recomendaría el destino.

RECOMIENDA PINAMAR

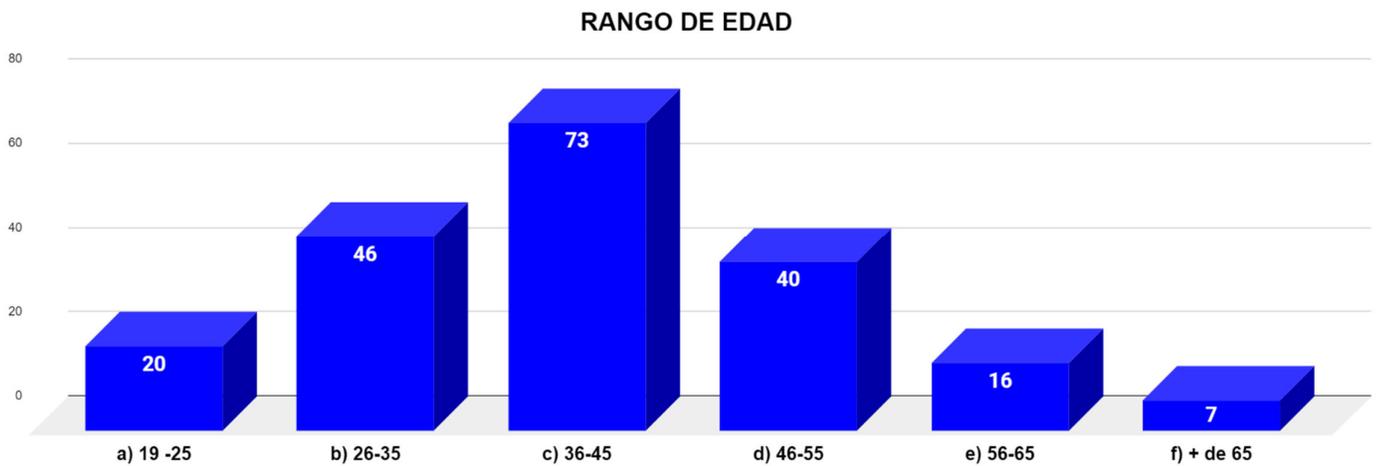


**B) PERFIL DEL TURISTA DE PLAYAS SIN SERVICIOS, CON ACCESO ÚNICO DE VEHÍCULOS 4X4 (ANEXO FRONTERA)**

**1. ESTADO CIVIL:**

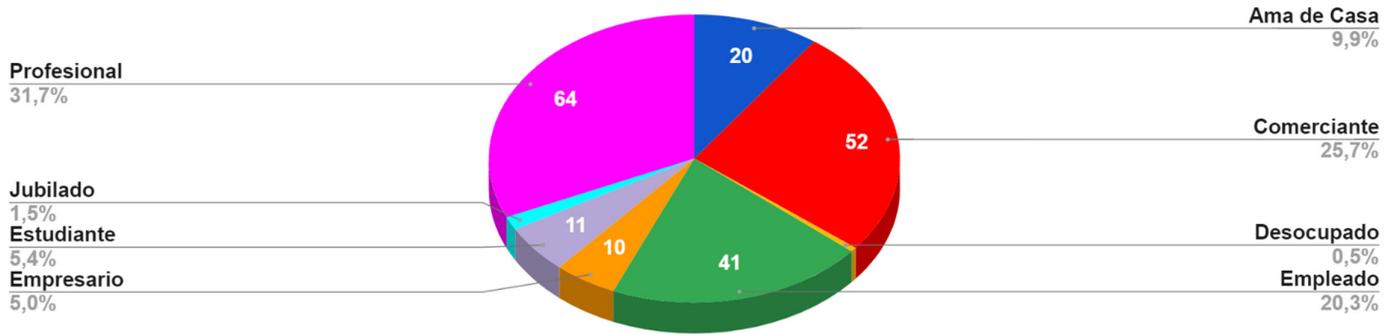


**2. RANGO DE EDAD:**



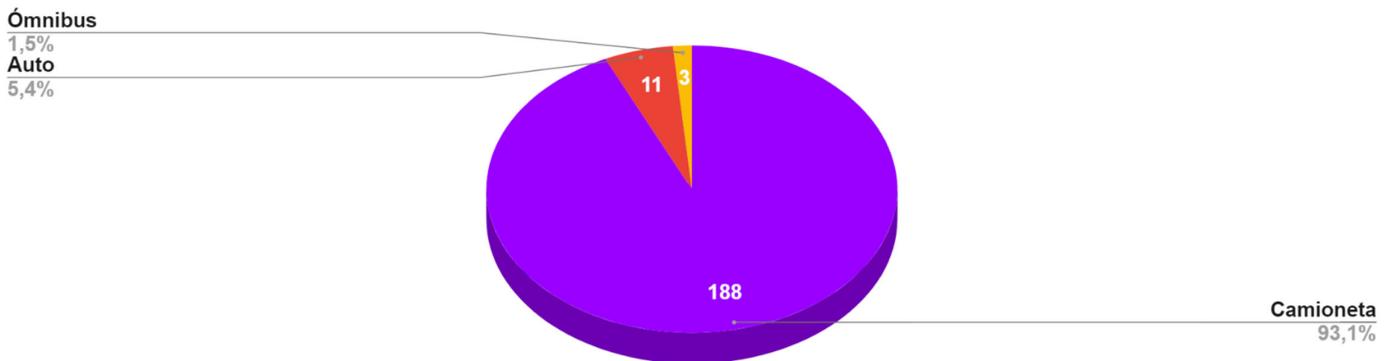
**3. OCUPACIÓN:**

**OCUPACIÓN**



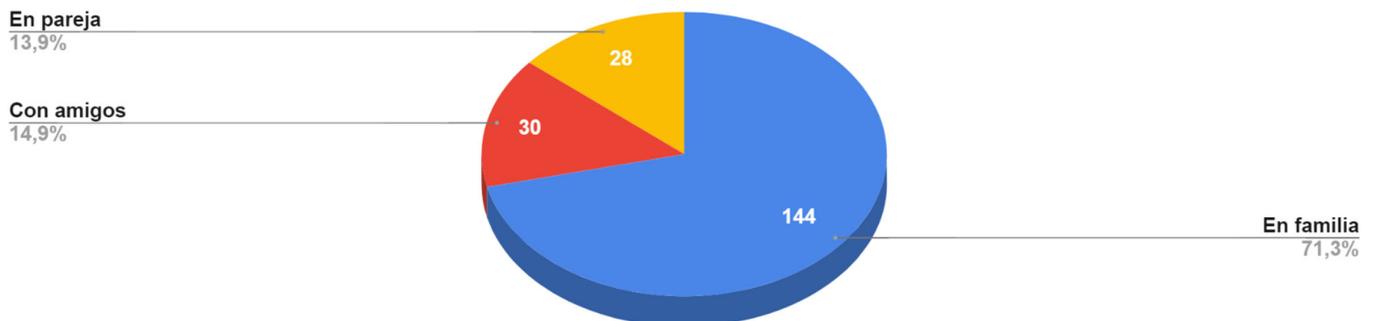
**4. TRANSPORTE UTILIZADO:**

**TRANSPORTE**



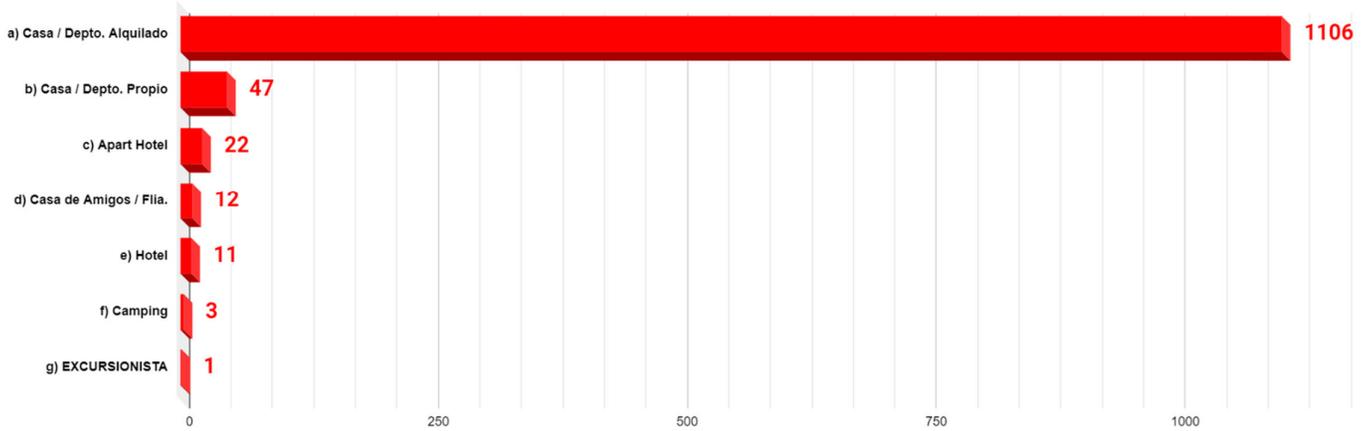
**5. CON QUIÉN VERANEA:**

**CON QUIÉN VERANEA**



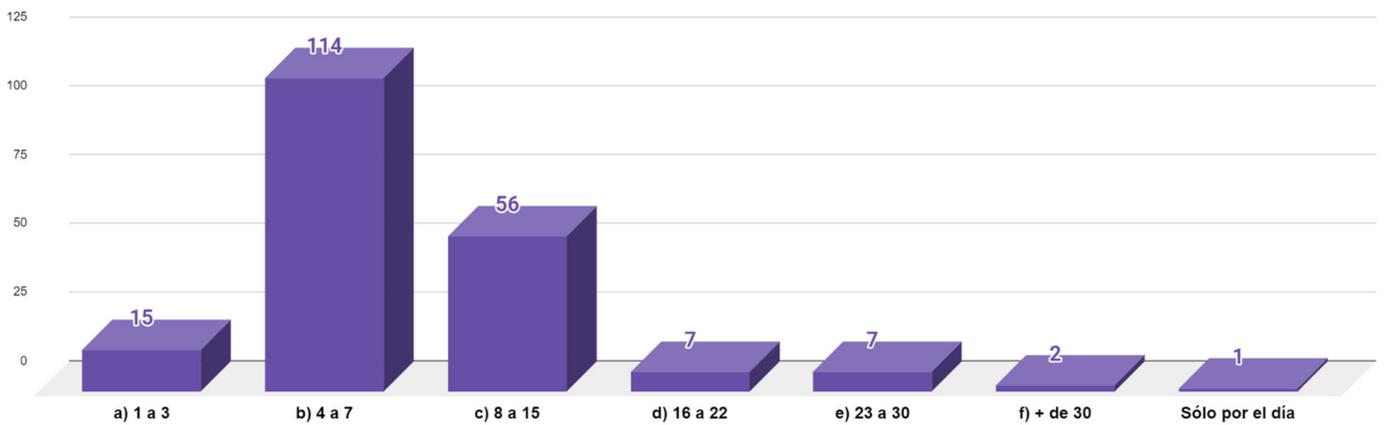
**6. TIPO DE ALOJAMIENTO:**

**TIPO DE ALOJAMIENTO**



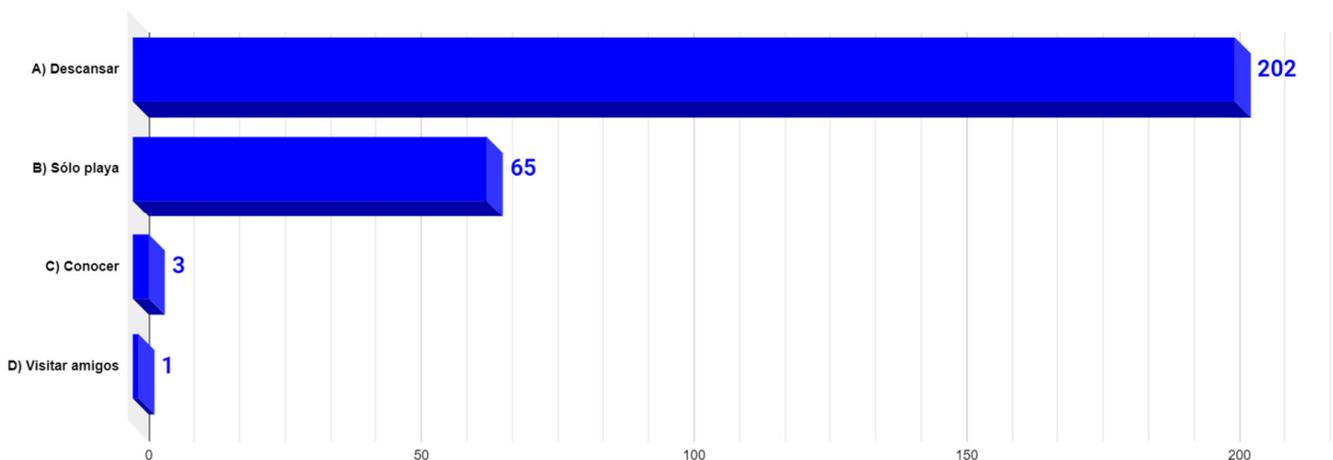
**7. ESTADÍA:**

**DÍAS DE PERMANENCIA**



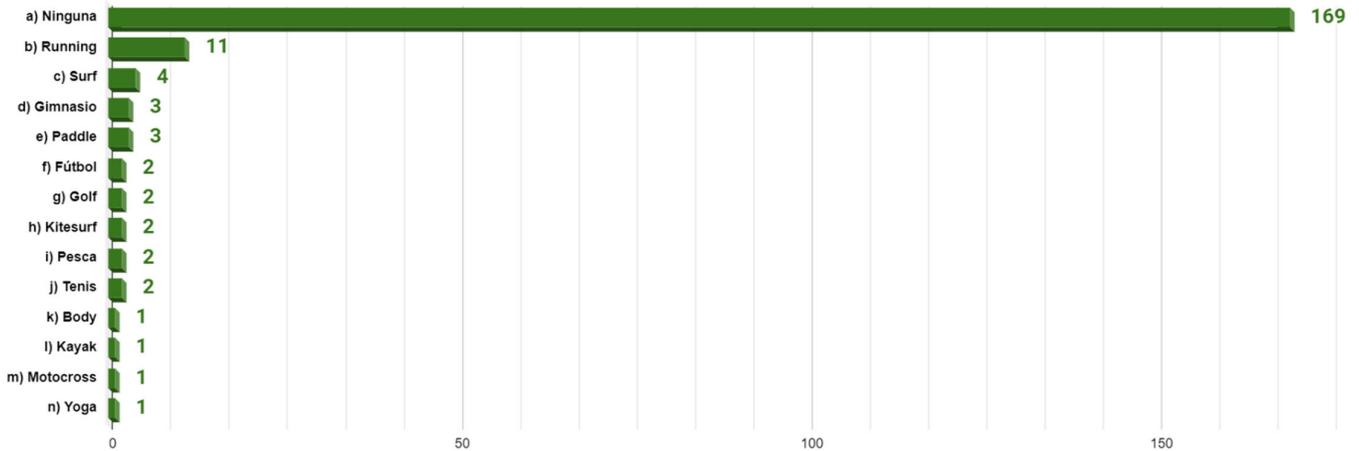
**8. MOTIVOS DEL VIAJE:**

**MOTIVO DEL VIAJE**



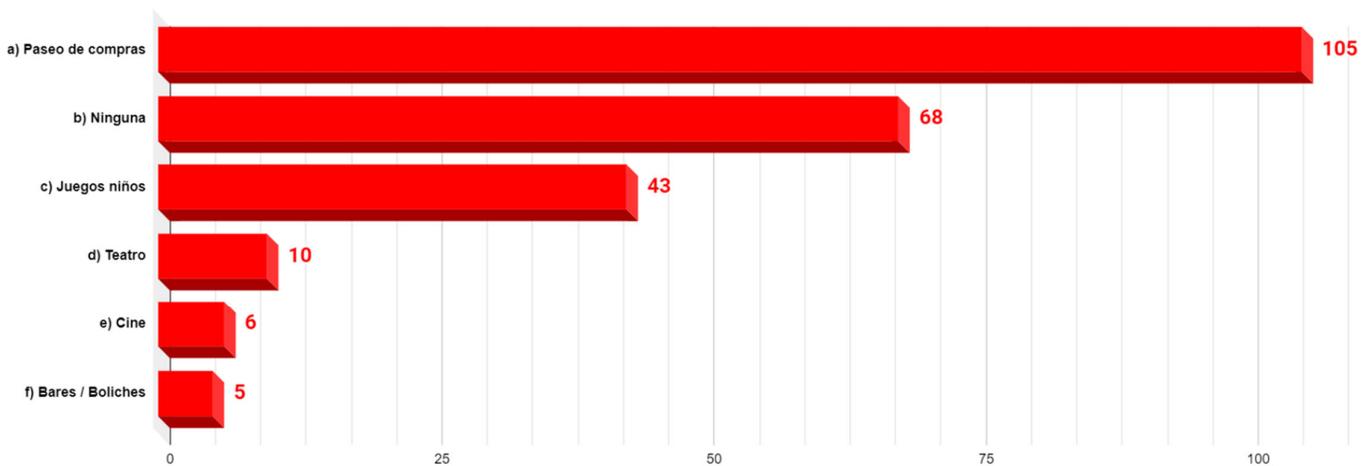
**9. ACTIVIDADES DEPORTIVAS:**

**ACTIVIDADES DEPORTIVAS**



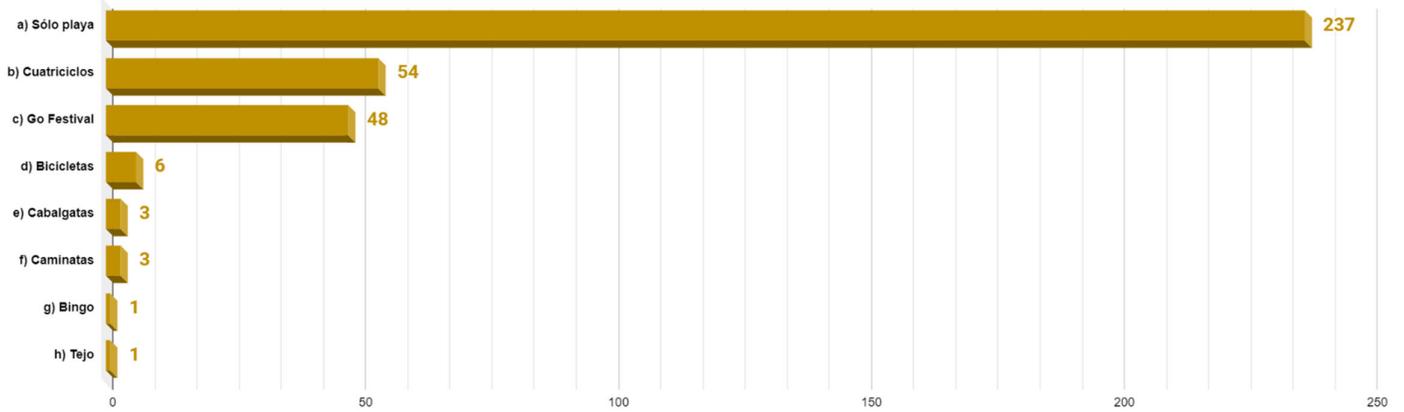
**10. ACTIVIDADES CULTURALES:**

**ACTIVIDADES CULTURALES**



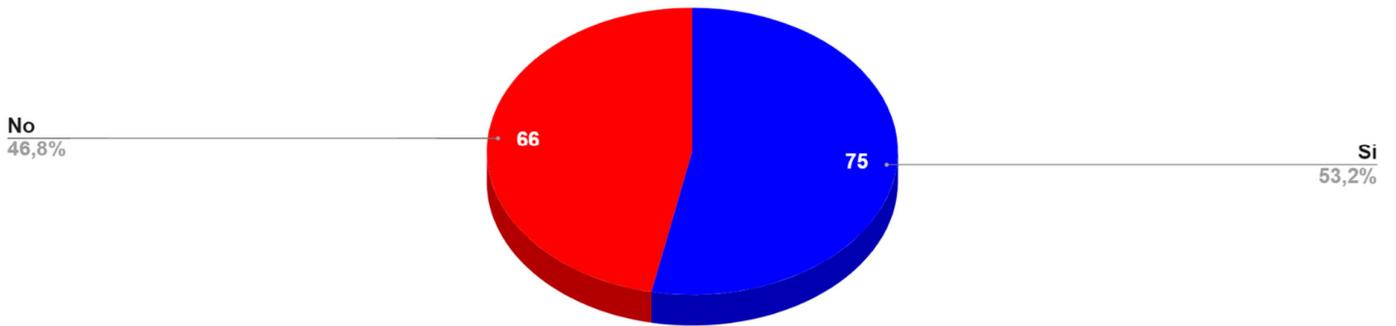
**11. ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO:**

ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO



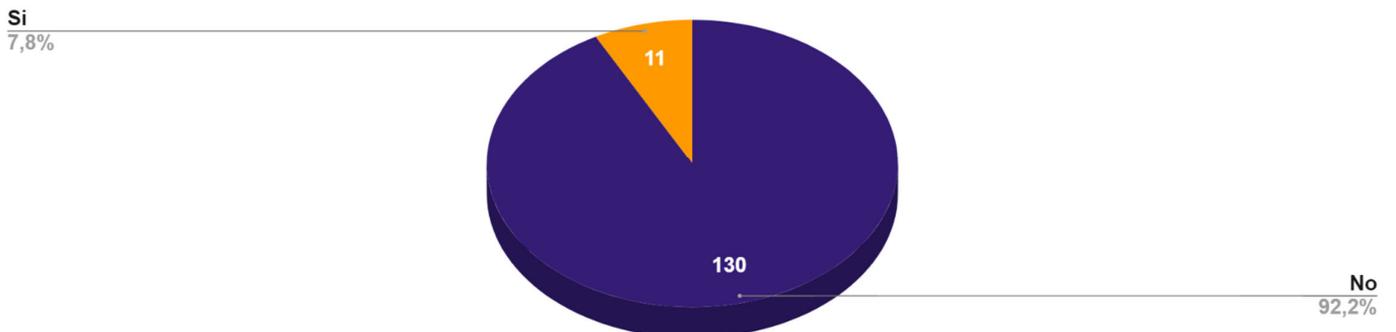
12. VISITA PINAMAR DURANTE EL AÑO:

VISITA PINAMAR EN OTRA ÉPOCA DEL AÑO



13. VISITA PINAMAR POR PRIMERA VEZ:

PRIMERA VEZ EN PINAMAR



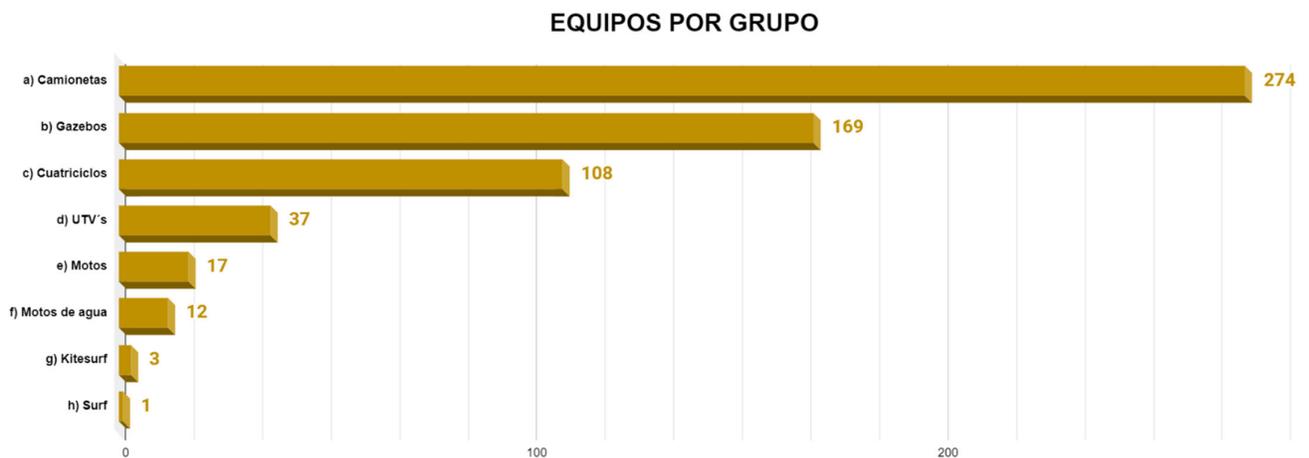
**14. AÑOS QUE VERANEA EN PINAMAR:**



**15. PROMEDIO DE GASTO DIARIO:**

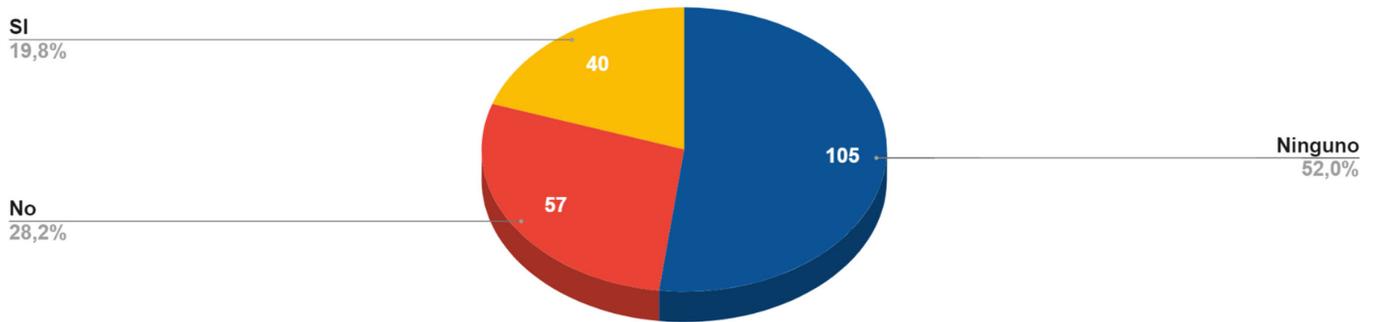


**16. EQUIPOS POR GRUPOS:**



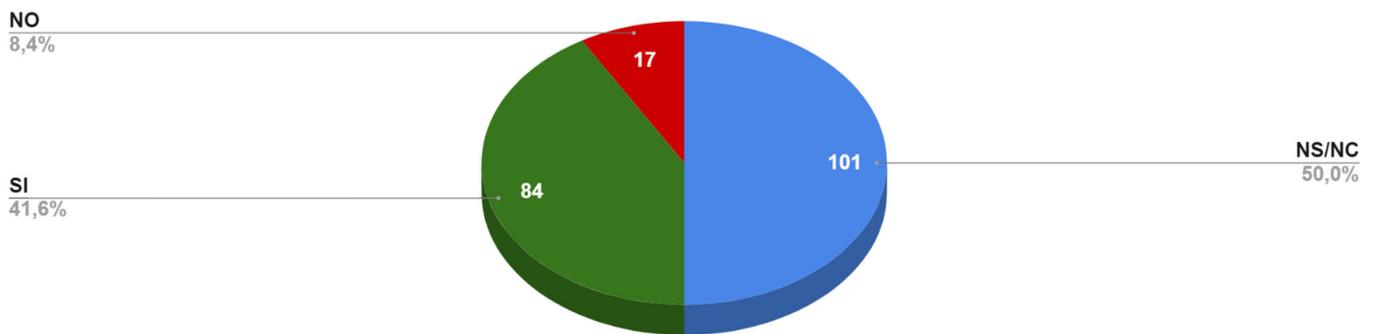
**17. GUARDERÍAS PARA VEHÍCULOS:**

**GUARDERÍAS PARA VEHÍCULOS**



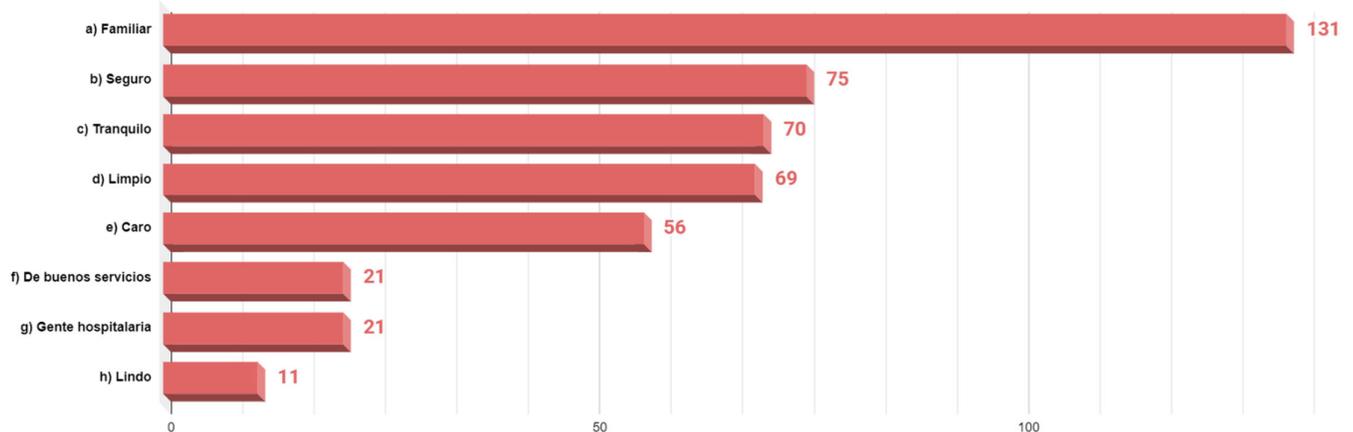
**18. CONOCE LAS NORMATIVAS PARA CIRCULAR:**

**CONOCIMIENTO DE NORMATIVAS CUATRICICLOS**



**19. CÓMO CALIFICA PINAMAR:**

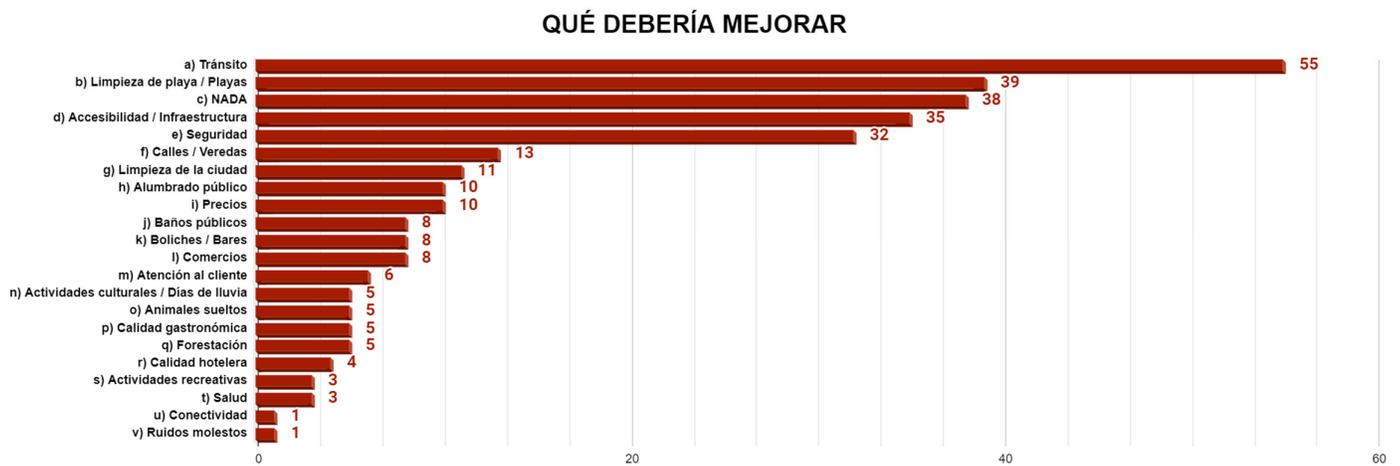
**CÓMO CALIFICA PINAMAR**



20. CÓMO VIO LA CIUDAD:

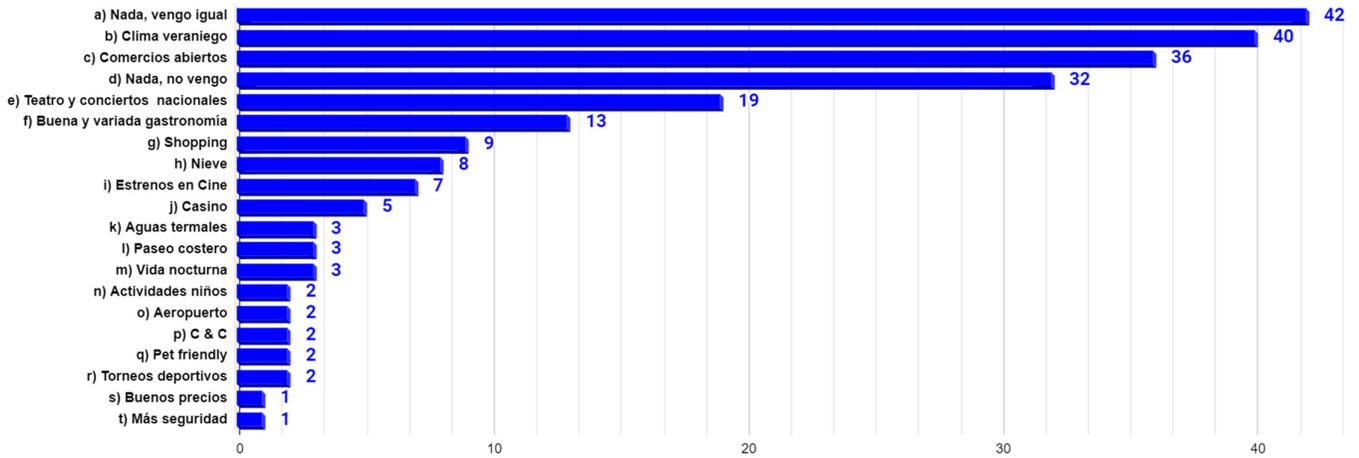


21. QUÉ COSAS DEBERÍAN MEJORAR:



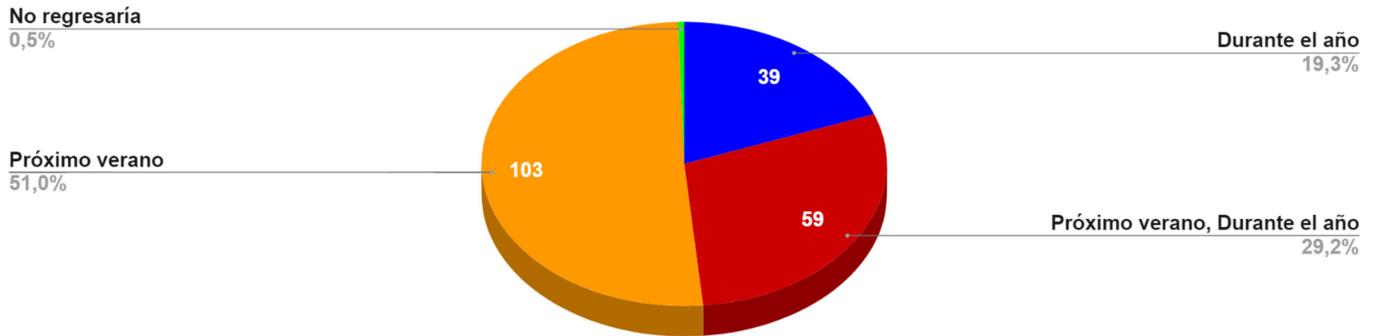
22. QUÉ ATRACTIVOS DEBERÍA TENER PINAMAR PARA VENIR EN INVIERNO:

**ATRATIVOS PARA VENIR EN INVIERNO**



**23. REGRESARÍA A PINAMAR:**

**REGRESARÍA A PINAMAR**



**24. RECOMIENDO PINAMAR:**

**RECOMENDARÍA PINAMAR**

