

# Tipología y comportamiento de los turistas

Análisis comparativo Fin de Semana Largo Octubre 2021 - 2024

Mar del Plata, Octubre 2024



UNIVERSIDAD  
FASTA



Observatorio  
Universitario  
de la Ciudad

# Tipología y comportamiento de los turistas

## Análisis comparativo Fin de Semana Largo Octubre 2021 - 2024

Mar del Plata, Octubre 2024

### **Coordinación**

Lic. Gabriel Coronello Aldao

### **Investigación y análisis**

Lic. Mónica Pascual

Prof. Santiago Cueto

Lic. María Luján Cazenabe

Sebastián Romani

Lic. Leticia Brea

Julieta Campero

# Introducción

El informe “Tipología y Comportamiento de los Turistas” tiene como objetivo principal analizar el perfil, las preferencias y las opiniones de los visitantes que eligen Mar del Plata durante el fin de semana largo de octubre. Este análisis comparativo abarca los años 2021 a 2024, permitiendo observar tendencias y cambios en el comportamiento turístico en la ciudad.

Las conclusiones aquí presentadas se basan en encuestas presenciales realizadas durante este período en lugares de alta concentración de visitantes, tales como playas, parques, museos, paseos y estaciones de transporte. La información se sintetiza en una serie de indicadores que muestran las características sociodemográficas, las motivaciones, las actividades y las valoraciones de los turistas sobre su experiencia en Mar del Plata.

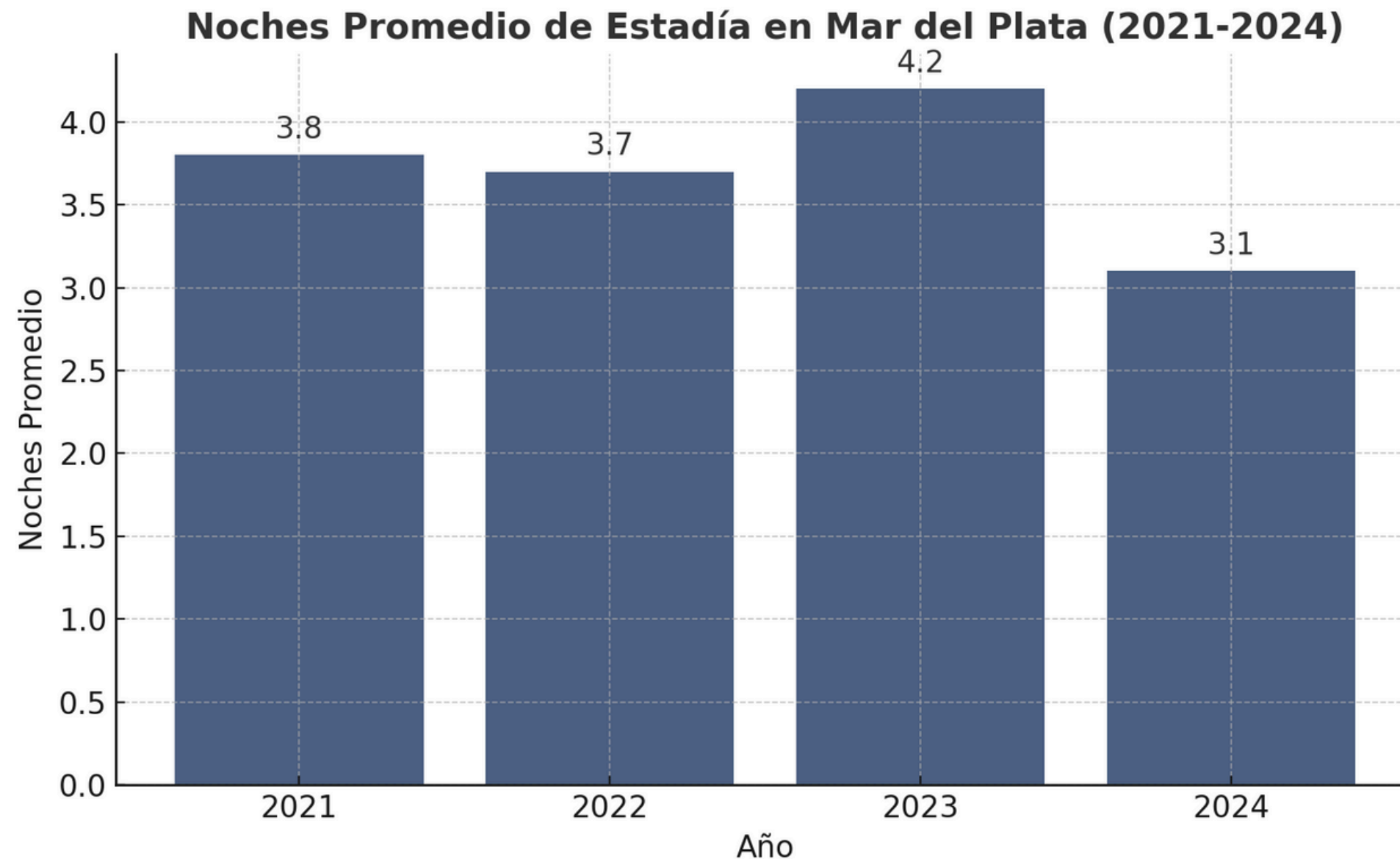
Este informe forma parte del proyecto “Tipología y Comportamiento de los Turistas”, una colaboración entre el Observatorio Universitario de la Ciudad de la Universidad FASTA y el Instituto Ciudades del Futuro (ICF). El estudio aplica metodologías y conceptos en línea con los mejores destinos turísticos globales, aportando un conocimiento profundo sobre la demanda turística. Los resultados permiten identificar factores clave en las decisiones de los visitantes, lo que resulta un insumo valioso para el desarrollo de estrategias en el sector público y privado del turismo en Mar del Plata.

# Edad promedio por momento

Periodo	Edad Promedio
2021	41.0
2022	42.2
2023	43.1
2024	40.9

Los turistas que visitaron Mar del Plata durante los fines de semana largos en el periodo 2021-2024 muestran una edad promedio con ligeras variaciones a lo largo de los años. En 2021, la edad promedio fue de 41.0 años, subiendo a 42.2 años en 2022 y alcanzando su punto máximo en 2023 con 43.1 años. Para 2024, la edad promedio descendió levemente a 40.9 años, alineándose con los valores observados en 2021.

# Cantidad de noches promedio



Los turistas que visitaron Mar del Plata durante los fines de semana largos en el periodo 2021-2024 muestran una ligera variación en la cantidad de noches promedio de estadía.

En 2021, la estadía promedio fue de 3.8 noches, reduciéndose levemente a 3.7 en 2022. Durante 2023, este promedio alcanzó su punto más alto con 4.2 noches, posiblemente reflejando un interés creciente en estadías más largas.

Sin embargo, en 2024, la estadía promedio disminuyó a 3.1 noches, coincidiendo con la reducción del fin de semana largo a tres días, en contraste con los cuatro días de años anteriores.



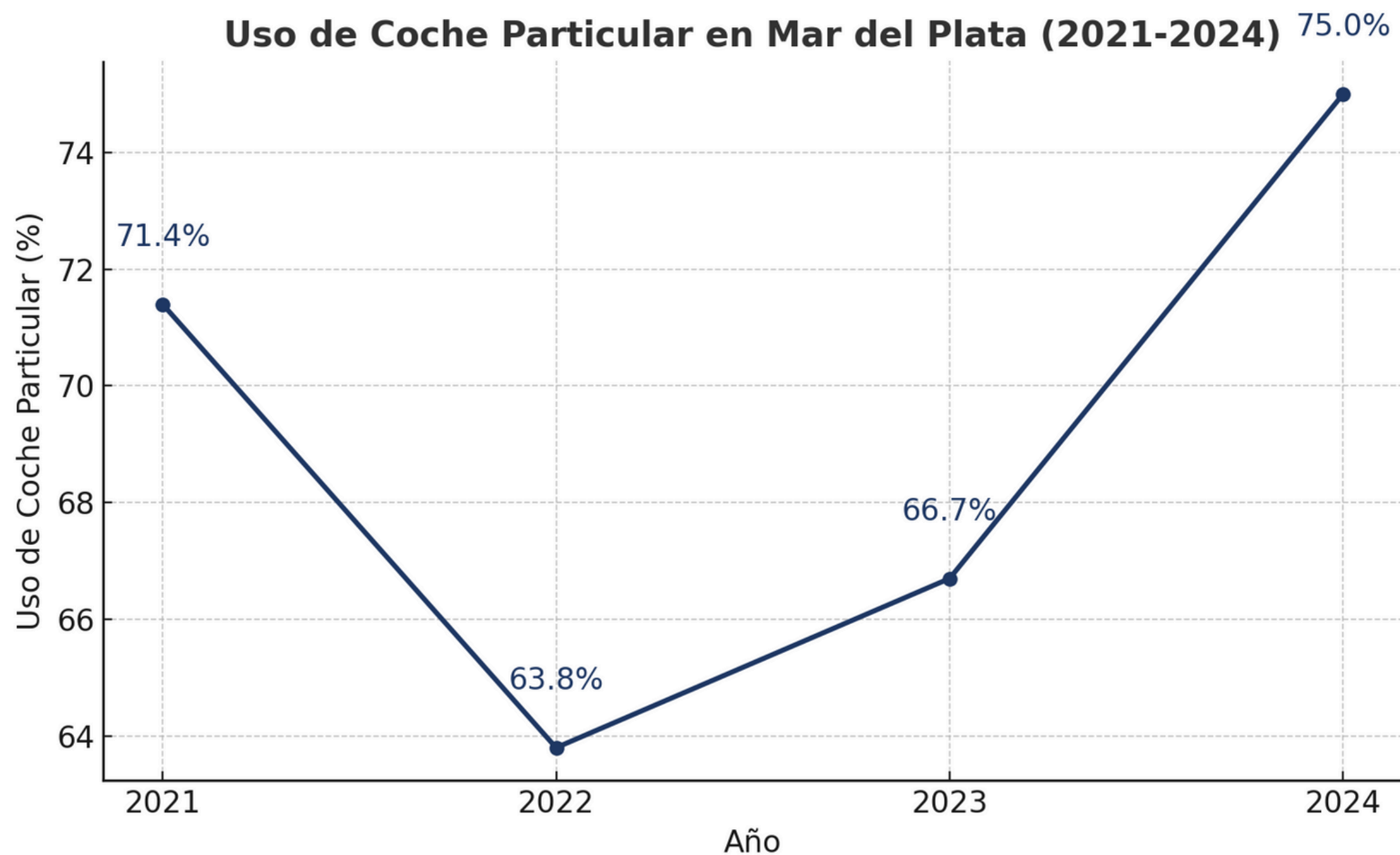
# Alojamiento

Período	Alojamiento en Casa o Departamento (%)	Alojamiento propio (%)
2021	60.1	17.7
2022	50.5	9.5
2023	58.1	12.2
2024	53.0	6.0

Durante el periodo de 2021 a 2024, los turistas que visitaron Mar del Plata mostraron una preferencia notable por el alojamiento en casas o departamentos en lugar de hoteles u otras opciones de hospedaje. En 2021, el 60.1% de los visitantes optó por esta modalidad, aunque en 2022 se observó una disminución al 50.5%. En 2023, la preferencia subió ligeramente al 58.1%, y en 2024 descendió nuevamente al 53.0%.

Dentro del grupo que eligió hospedarse en casas o departamentos, se observa una tendencia decreciente en la proporción de turistas que se alojaron en propiedades propias.

# Utilización de Automóvil Particular



El vehículo particular sigue siendo el medio de transporte predominante para llegar a Mar del Plata durante los fines de semana largos.

En 2022, el 63.8% de los encuestados indicaron haber viajado a la ciudad en coche particular, una disminución respecto al 71.4% de 2021.

Sin embargo, en 2023 el uso volvió a incrementarse ligeramente a 66.7%, alcanzando un nuevo pico en 2024 con un 75% de visitantes que eligieron este medio.

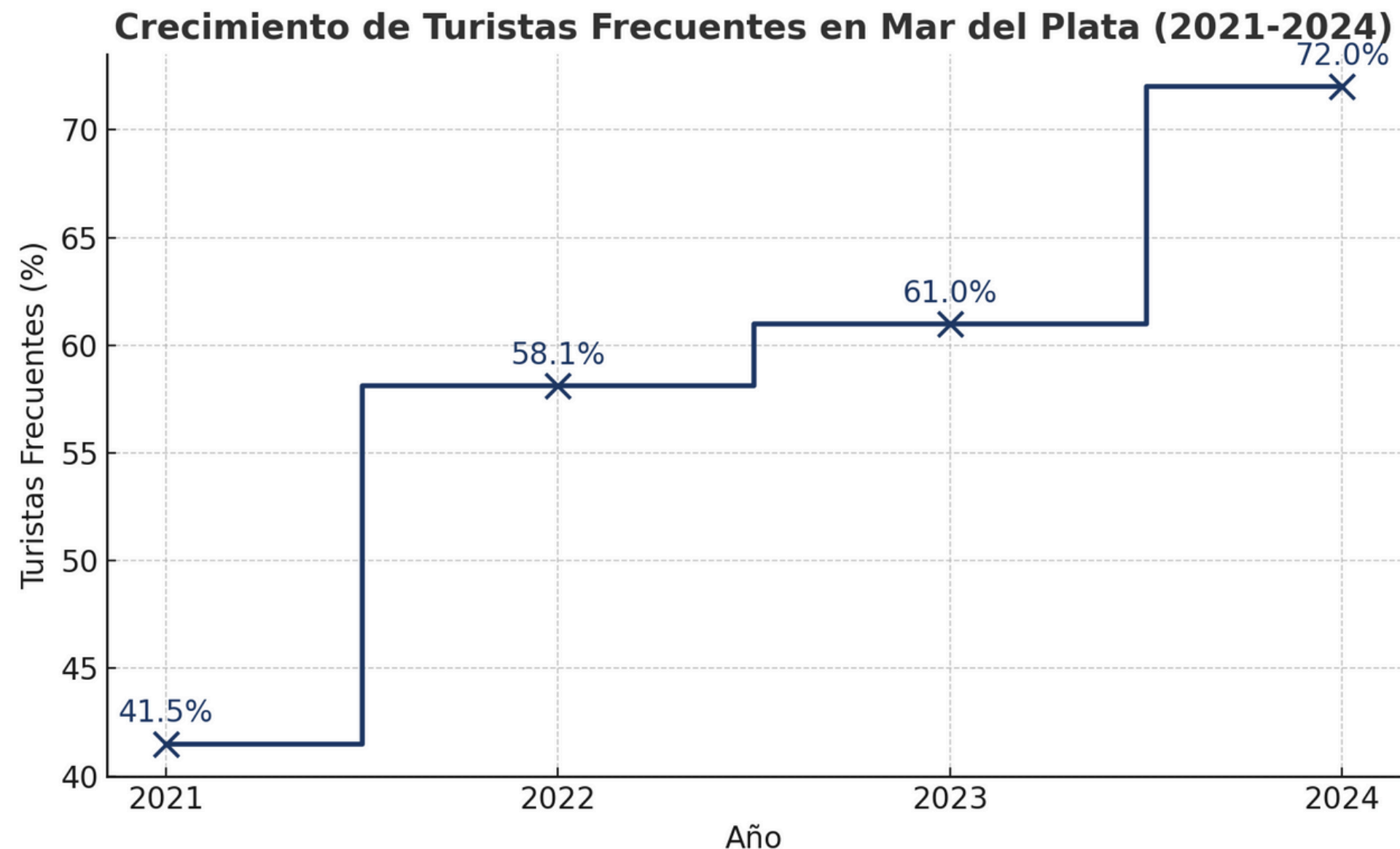
# Procedencia del AMBA

Periodo	Procedencia AMBA
2021	66.5
2022	89.5
2023	76.4
2024	82.0

La ciudad de Mar del Plata mantiene una afluencia constante de turistas provenientes del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) durante los fines de semana largos, aunque con variaciones anuales. En 2021, el 66.5% de los visitantes procedían del AMBA, cifra que aumentó notablemente al 89.5% en 2022. En 2023, el porcentaje disminuyó a 76.4%, y en 2024 volvió a subir a 82.0%. Estos datos resaltan al AMBA como una fuente principal de turistas, con una preferencia constante por Mar del Plata, posiblemente influida por factores económicos y de movilidad en cada temporada.



# Turistas Frecuentes (anterior visita menor a un año)



El gráfico muestra un crecimiento constante en el porcentaje de turistas frecuentes en Mar del Plata durante el periodo 2021-2024. Este incremento, que va desde el 41.5% en 2021 hasta un 72.0% en 2024, refleja una tendencia de fidelización entre los visitantes, quienes regresan a la ciudad en intervalos de tiempo cortos. Esta lealtad indica una alta satisfacción y preferencia por Mar del Plata como destino turístico recurrente.

# Turistas Repentinos (planificación inferior a una semana)

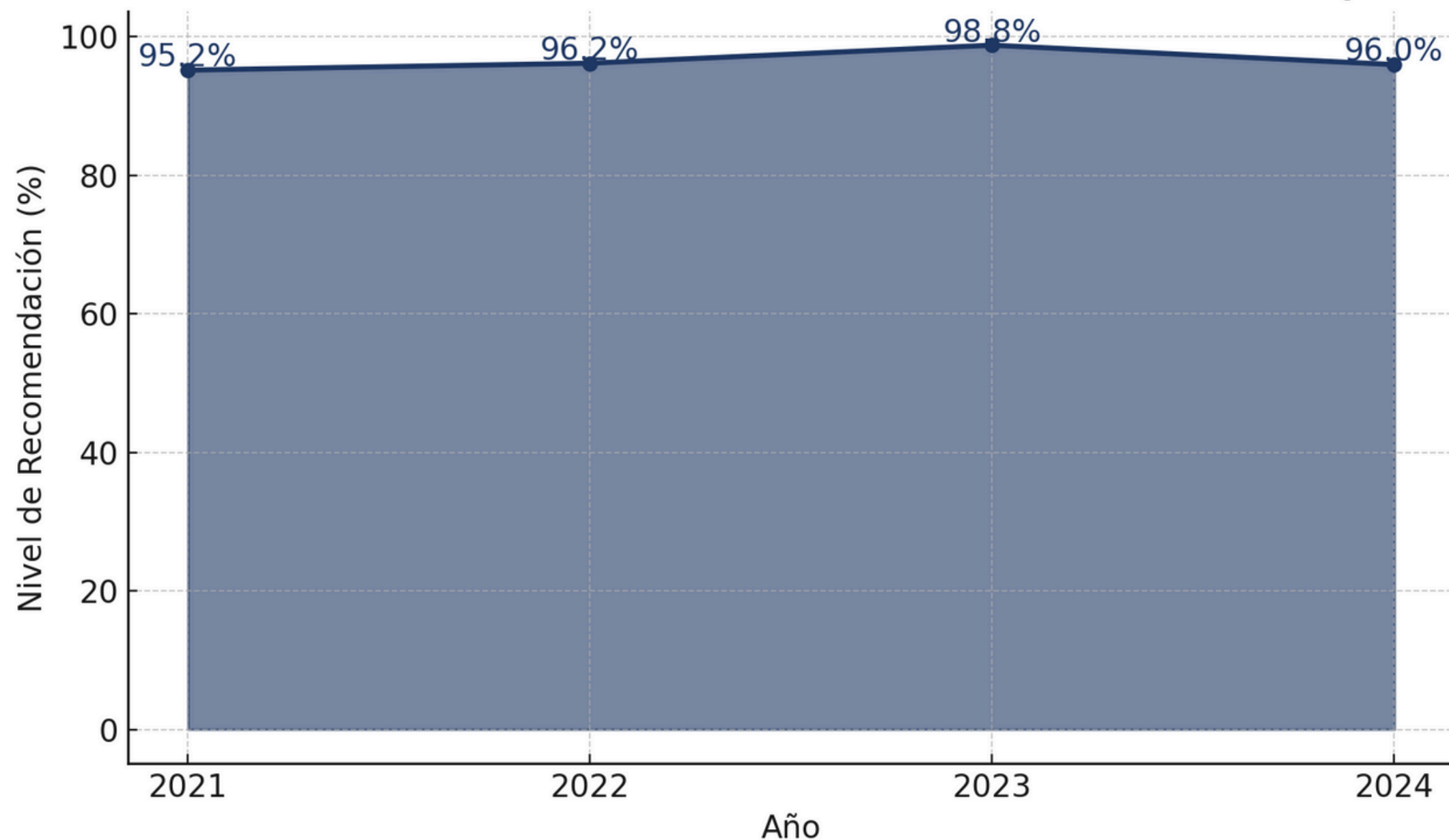
Periodo	Turistas Repentinos
2021	21.4
2022	41.0
2023	25.6
2024	20.0

El porcentaje de turistas “repentinos” —aquellos que decidieron viajar a Mar del Plata con menos de una semana de anticipación— ha mostrado fluctuaciones significativas durante el periodo 2021-2024. En 2021, el 21.4% de los turistas planificaron su viaje con poca anticipación, pero en 2022 este valor casi se duplicó, alcanzando el 41%. En 2023, la proporción disminuyó a 25.6%, y para 2024 se redujo aún más al 20%.

Este comportamiento sugiere que, aunque los turistas que eligen Mar del Plata de manera espontánea son una parte relevante del turismo, hay una tendencia hacia una planificación más anticipada en los últimos años, lo que podría estar vinculado a factores como la disponibilidad de alojamientos, costos, o cambios en el comportamiento de viaje post-pandemia.

# Nivel de Recomendación

Nivel de Recomendación Consistentemente Alto en Mar del Plata (2021-2024)



El gráfico muestra un nivel de recomendación consistentemente alto entre los visitantes de Mar del Plata a lo largo de los años 2021 a 2024, con valores que oscilan entre el 95.2% y el 98.8%.

Este elevado porcentaje refleja la satisfacción general y el entusiasmo de los turistas por recomendar la ciudad como destino, destacando a Mar del Plata como un lugar preferido que ofrece experiencias positivas y memorables para quienes la visitan.

# ¿Qué actividades realizó o piensa realizar durante su estadía en la ciudad?

## Actividades Populares y Constantes:

Salidas gastronómicas y paseos a pie son consistentemente las actividades más realizadas, con porcentajes destacados en todos los años. Las salidas gastronómicas alcanzan el 20% en 2024, mientras que los paseos a pie muestran una tendencia ascendente, alcanzando un máximo de 20.51% en el mismo año.

Ir a cervecerías y shopping/compras en centros comerciales también se mantienen como opciones populares, especialmente en 2024, donde las compras en centros comerciales se incrementan hasta el 19.10%.

Descripción	2021	2022	2023	2024
Actividades nocturnas, discotecas, bares, etc	6,84	6,99	6,94	6,18
Asistir a espectáculos musicales	0,61	3,89	2,35	2,53
Asistir a espectáculos, centros culturales	2,55	2,07	3,32	1,12
Caza / Pesca	1,33	1,55	1,27	1,12
Ir a cervecerías marplatenses	14,3	11,14	11,14	10,96
Ir al casino	8,07	10,1	8,41	7,58
Paseos a pie	14,81	11,14	16,23	20,51
Salidas gastronómicas	19,31	20,73	17,6	19,94
Senderismo, montañismo	0,51	0,26	0,2	0,56
Shopping / Compras en centros comerciales	11,44	16,84	14,66	19,1
Visitas a familiares / amistades	5,92	7,25	8,31	5,9
Visitas a museos / salas de exposiciones	4,49	2,59	4,4	2,53



# ¿Qué aspectos mejoraría de la ciudad como destino turístico?

**La tabla de la pagina siguiente refleja las principales preocupaciones y áreas de mejora señaladas por los turistas en Mar del Plata durante los años 2021 a 2024.**

**Los datos indican que los aspectos de seguridad, precios, estacionamiento, y mantenimiento de espacios públicos son las áreas prioritarias para mejorar la experiencia de los turistas en Mar del Plata. Estas áreas representan oportunidades para optimizar la percepción de la ciudad como destino turístico competitivo y seguro.**

Descripción	2021	2022	2023	2024
Seguridad	11.46	15.56	7.5	19.33
Precios más baratos	11.46	10.12	12.37	19
Mayores zonas de estacionamiento	11.92	14.40	9.47	11.67
Higiene y mantenimiento de espacio público	15.38	22.96	14.34	11.00
Rutas / Mejora de los accesos	7.09	3.50	7.63	9.33
Más infraestructura para los turistas	4.52	3.89	6.05	6.67
Cartelería y señalización	6.94	5.45	6.58	5.67
Mejora del transporte público	3.62	2.33	5.39	4.00
Tránsito	9.20	10.12	12.11	4.00
Atención y servicio al turista	4.07	2.33	4.21	3.67
La oferta de entretenimientos	4.07	4.67	5.39	3.67
Accesibilidad (Calles, Veredas, Rampas, Semáforos, etc.)	6.33	3.5	8.29	2.00

# Conclusión

El análisis sobre la tipología y comportamiento de los turistas que visitan Mar del Plata durante el fin de semana largo de octubre, en el periodo de 2021 a 2024, proporciona una perspectiva detallada sobre el perfil del visitante, sus preferencias y su satisfacción con la experiencia en el destino.

En cuanto al perfil de los turistas, el informe muestra una tendencia de fidelización: un porcentaje cada vez mayor de los visitantes regresa a Mar del Plata dentro de un año de su visita anterior. Esto indica una alta satisfacción y lealtad hacia el destino.

Los datos destacan que el turismo en Mar del Plata sigue siendo impulsado, en gran medida, por la cercanía y accesibilidad desde el AMBA, lo cual también influye en la elección del automóvil como medio de transporte preferido. Este aspecto se refuerza por la demanda de mejoras en infraestructura, particularmente en estacionamiento, transporte y señalización, elementos que impactan directamente en la experiencia de movilidad de los visitantes.

El informe también revela una notable inclinación por casas o departamentos en lugar de opciones hoteleras. Esta elección puede reflejar tanto una preferencia por la autonomía que estos alojamientos ofrecen como una percepción de la economía, que también se evidencia en la demanda de precios más accesibles en la ciudad.

# Conclusión

Las actividades principales, como salidas gastronómicas, paseos a pie y visitas a cervecerías o centros comerciales, reflejan un interés por experiencias que combinan lo recreativo con lo cotidiano, lo cual sugiere que los turistas valoran tanto la exploración de la oferta cultural y de entretenimiento de Mar del Plata como el descanso y la relajación.

La alta intención de recomendar el destino destaca una percepción positiva y satisfactoria de la experiencia general en la ciudad.

Sin embargo, se identifican algunas áreas de mejora basadas en las opiniones de los turistas. La seguridad, la higiene de los espacios públicos, y la accesibilidad se mencionan repetidamente como aspectos a optimizar para elevar el atractivo de Mar del Plata como un destino turístico competitivo. Abordar estas necesidades podría incrementar la satisfacción general y motivar a más visitantes a regresar, fomentando un turismo más sostenido y menos estacional.

En resumen, el informe establece a Mar del Plata como un destino consolidado para el turismo de fin de semana largo, apreciado por su oferta recreativa y cultural.



# Observatorio Universitario de la Ciudad

 [www.ufasta.edu.ar/observatorio](http://www.ufasta.edu.ar/observatorio)

 [observatorio@ufasta.edu.ar](mailto:observatorio@ufasta.edu.ar)

 [observatorioUFASTA](https://www.facebook.com/observatorioUFASTA)

 [@observatoriofas](https://twitter.com/observatoriofas)