



PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

Visitantes Primerizos y Frecuentes

Mar del Plata, diciembre 2024



Características de la encuesta



Muestra: Aleatoria por conveniencia
Lugares: De alta concurrencia pública
Modalidad: Presencial
Momentos: De alta afluencia turística



- TEMPORADA DE VERANO
- CARNAVAL
- SEMANA SANTA
- TEMPORADA DE INVIERNO
- 12 DE OCTUBRE

Perfil y comportamiento



Datos demográficos

- Edad
- Sexo
- Nivel educativo alcanzado
- Procedencia
- Ocupación



Actividades realizadas

- Playa
- Salidas gastronómicas
- Shopping
- Actividades culturales
- Deportes



Características del viaje

- Tipo de alojamiento
- Zona de alojamiento:
- Historial de visitas
- Planificación
- Motivaciones



Valoración

- Aspectos identificativos de la ciudad
- Experiencia general
- Aspectos a mejorar
- Recomendación y disposición a regresar



Organización

- Medios de transporte
- Personas con quienes viaja
- Uso de internet
- Reservas realizadas online
- Fuentes consultadas



Otros aspectos

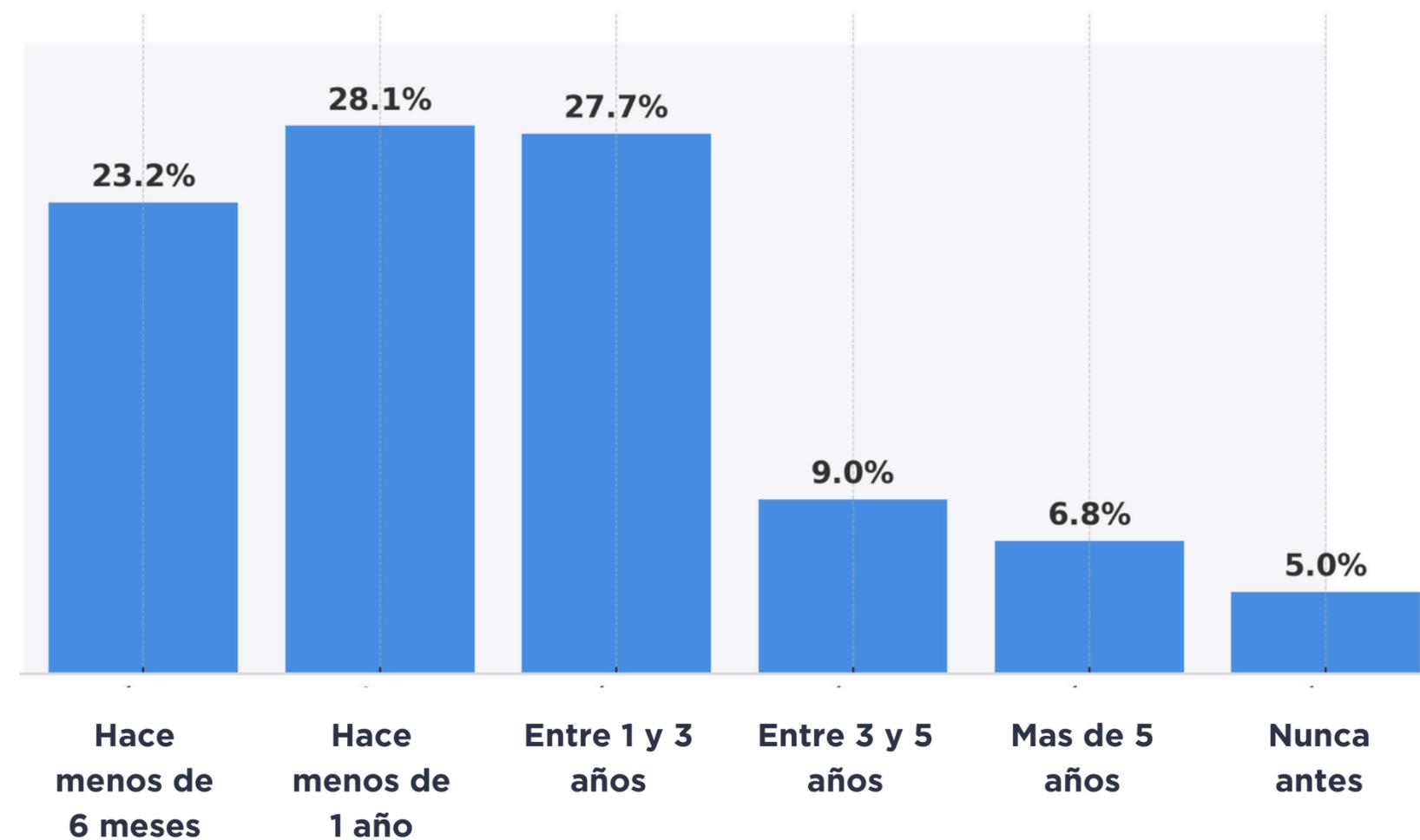
- Lugares visitados
- Aplicaciones utilizadas durante la estadía
- Sorpresas y experiencias memorable



Segmentación

Primerizos y Frecuentes

¿Cuándo fue la última vez que estuvo en Mar del Plata?





5%

Turistas 2021 -2024

33.520.000

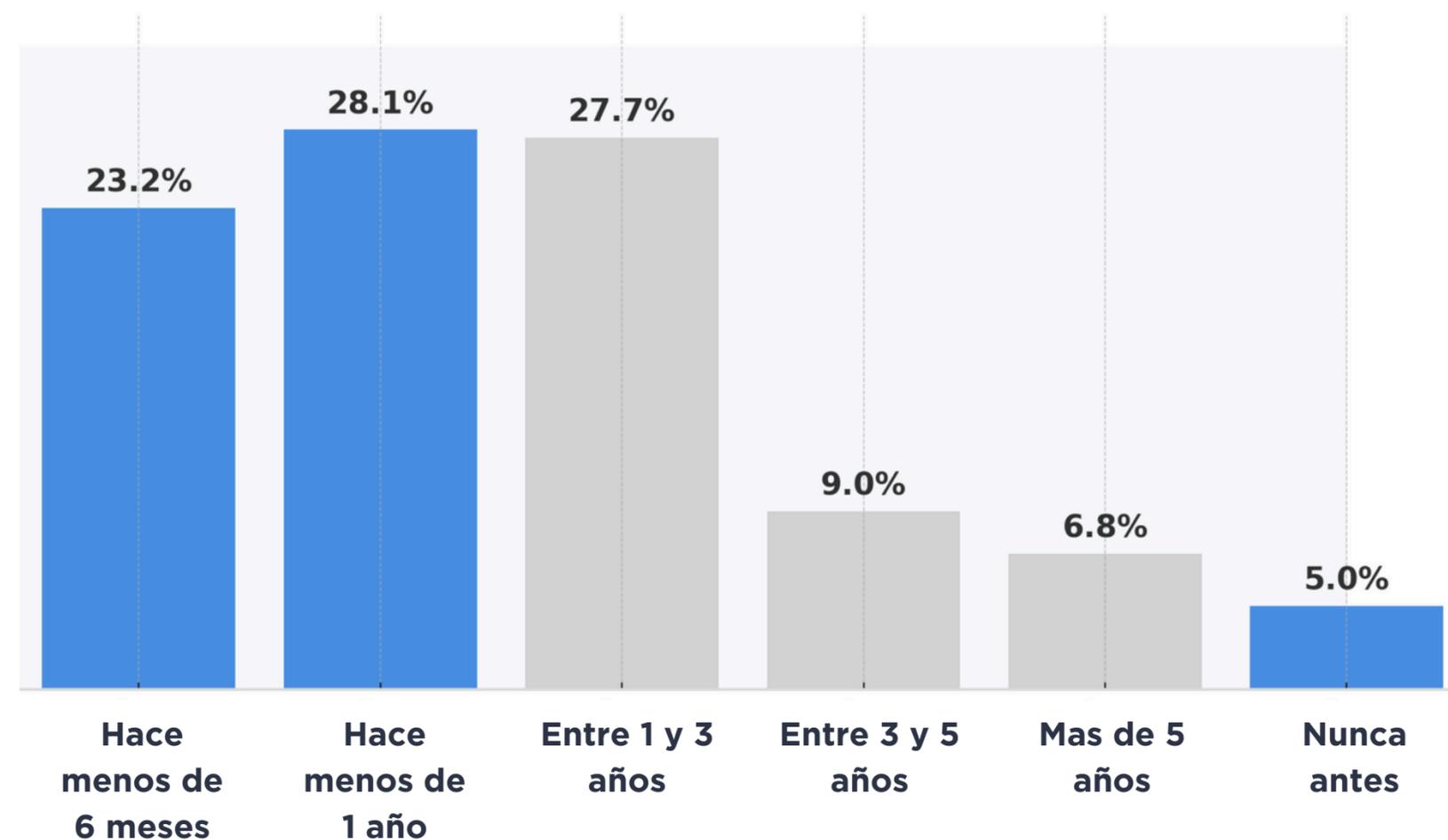
Primerizos

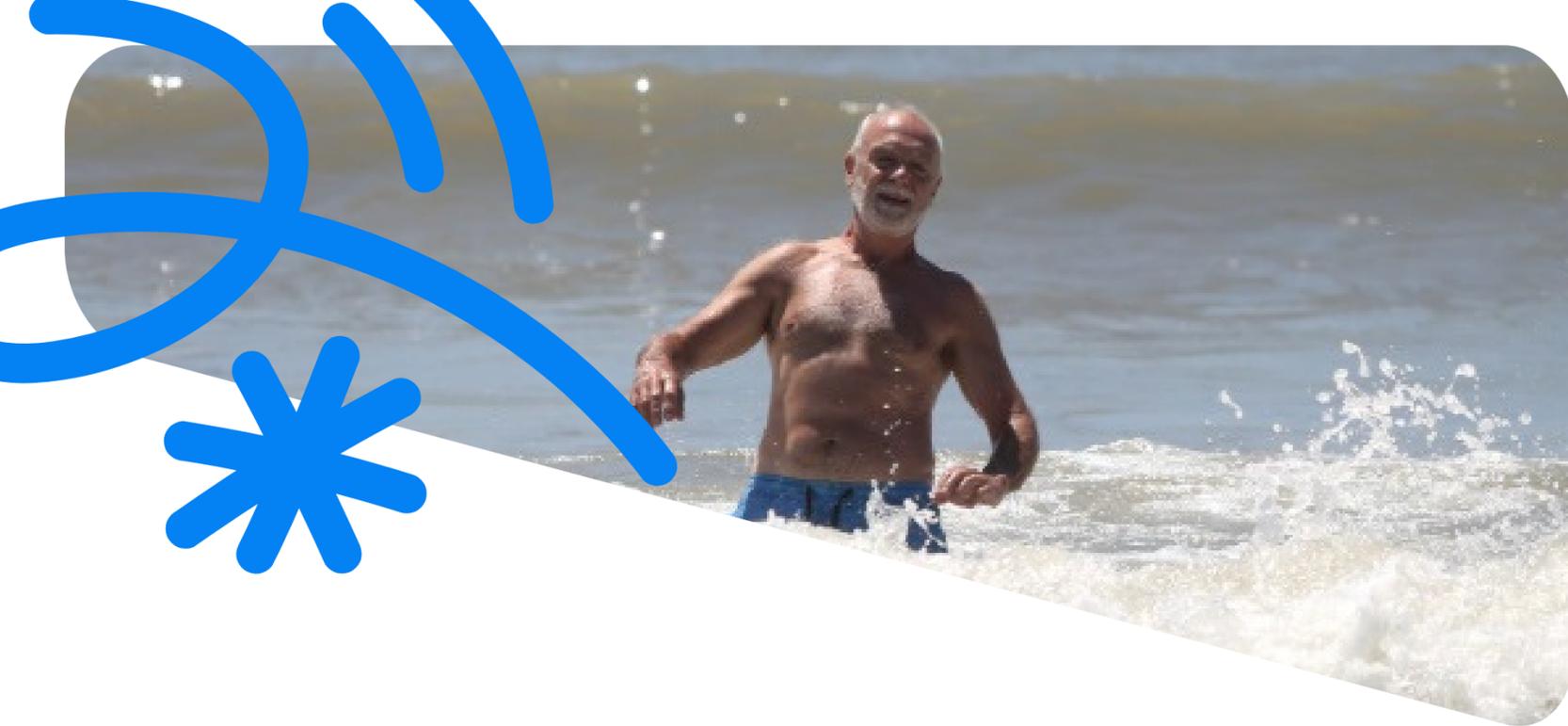
1.676.000

Segmentación

Primerizos y Frecuentes

¿Cuándo fue la última vez que estuvo en Mar del Plata?



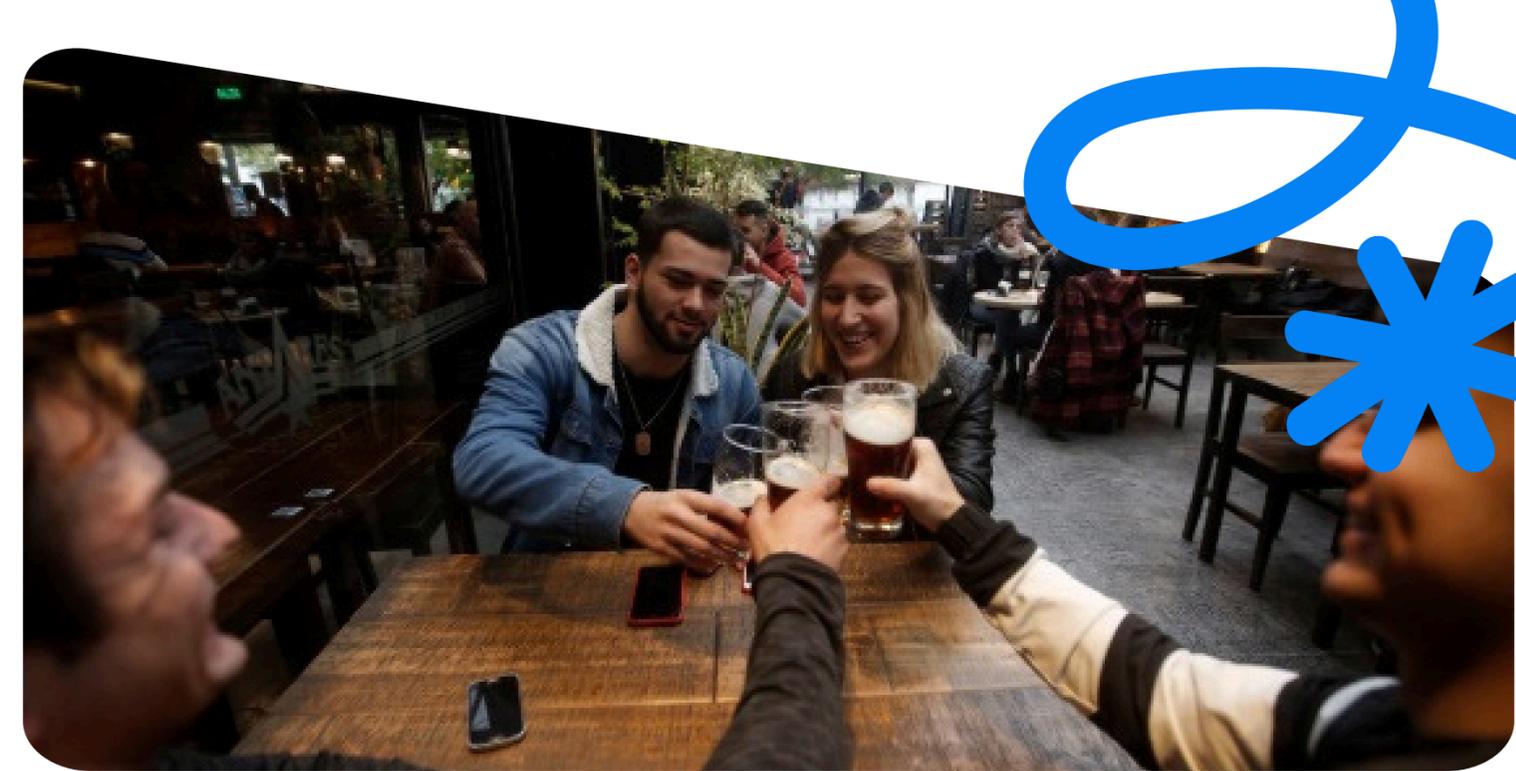


Edad

PRIMERIZOS 33 AÑOS

Cómo son

- Tienen una edad promedio de 33 años, siendo más jóvenes en comparación con los frecuentes.
- La mayoría se concentra entre los 23 y 41 años.
- Se destaca la presencia de jóvenes adultos.
- Aunque en menor medida, también hay adolescentes y adultos mayores



FRECUINTES 42 AÑOS

Cómo son

- Son, en promedio, más mayores, con una edad media de 42 años.
- Predominan personas entre los 27 y 55.
- La amplitud de este rango refleja la fidelidad de los visitantes en diferentes etapas de sus vidas, desde adultos jóvenes hasta mayores que regresan por la familiaridad con la ciudad.

Momentos de la visita

1

Semana Santa

Un período popular tanto para visitantes primerizos como frecuentes, ideal para un viaje largo con clima agradable.

2

Vacaciones de Invierno

Popular entre los primerizos, ofreciendo actividades recreativas y familiares durante el receso escolar. También atractiva para los frecuentes.

3

Feriado del 12 de Octubre

Una fecha importante para ambos grupos, consolidándose como una oportunidad clave para disfrutar del destino.

4

Temporada de Verano

Una opción tradicional para los frecuentes, menos concurrida para los primerizos, que buscan otras experiencias.



Si bien ambos grupos tienen preferencias similares para las fechas de visita, las estrategias de promoción turística podrían enfocarse en destacar las actividades específicas de cada instancia del año.

Compañía de viaje

Los turistas frecuentes tienden a viajar más con pareja o solos, mientras que los primerizos prefieren viajar con amigos. Ambos grupos muestran una proporción similar de viajes en familia. Estas diferencias reflejan distintos objetivos y dinámicas entre ambos segmentos.



Con Amigos

Más común entre los visitantes primerizos, quienes buscan experiencias sociales y recreativas con sus pares.



En Familia

Importante tanto para primerizos como frecuentes, reflejando la búsqueda de momentos compartidos con seres queridos.



En Pareja

La opción preferida por los visitantes frecuentes, quienes buscan tranquilidad y comodidad en su experiencia turística.



Solo

Más común entre los frecuentes, quienes valoran la experiencia personal y la familiaridad con el destino.

Alojamiento

Ambos grupos muestran diferencias notoriamente diferentes al momento de decidir dónde hospedarse.



PRIMERIZOS

Preferencias

Optan por alojarse en hoteles, apart o hostels (63%)

reflejando una preferencia por opciones que ofrecen servicios completos. Esto puede deberse a su menor familiaridad con la ciudad, buscando comodidad y conveniencia en sus primeras visitas.

FRECUENTES

Preferencias

Eligen casas o departamentos (73%)

, lo que indica una tendencia hacia opciones más privadas y Esto podría estar relacionado con su conocimiento previo de la ciudad, accediendo a alternativas más adaptadas a sus necesidades y gustos personales.

Transporte

El análisis revela diferencias significativas en las preferencias de frecuentes y primerizos. Estas diferencias sugieren distintos niveles de confianza y experiencia con la ciudad

PRIMERIZOS

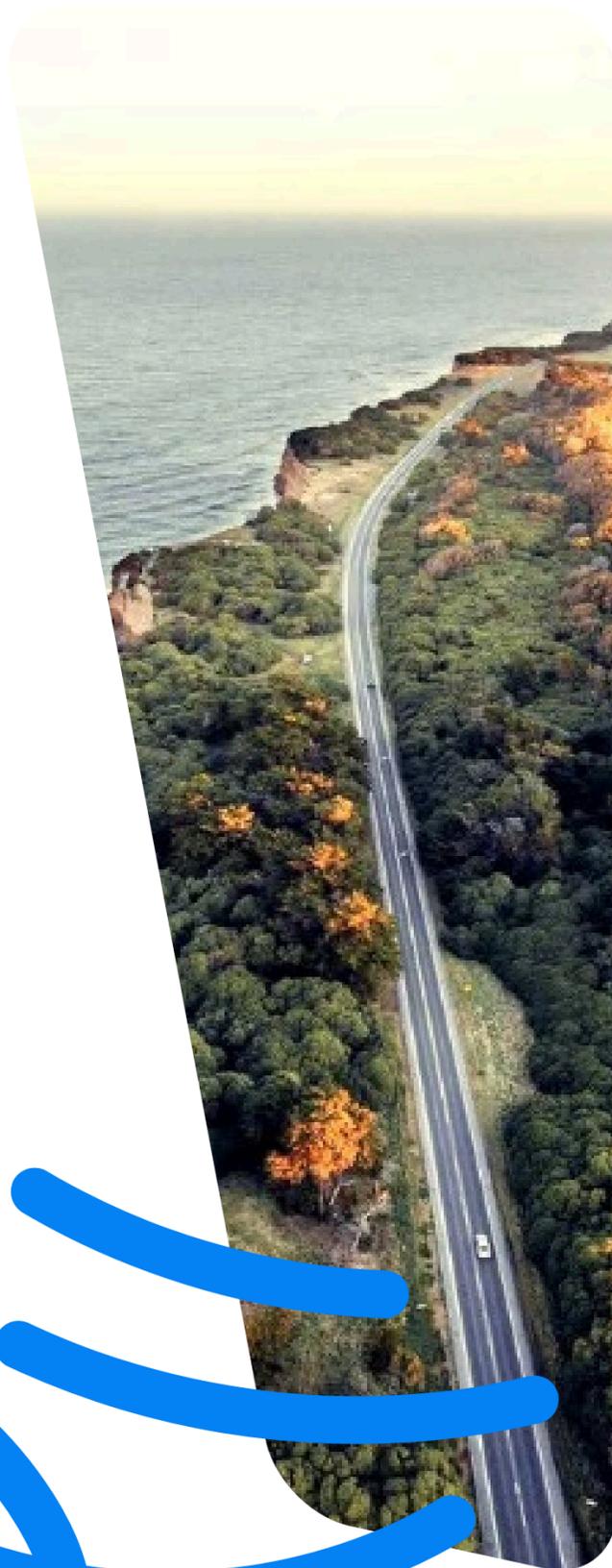
Preferencias

Tienen una distribución más diversificada que los frecuentes, destacando el ómnibus (37%) y el avión (13%) como medios más utilizados. El menor uso del coche particular (38%) sugiere que, al ser nuevas visitas, pueden depender más de opciones de transporte público.

FRECUENTES

Preferencias

La mayoría viaja en coche particular (68%), lo que refleja independencia y conocimiento del destino. Las proporciones de viajes en ómnibus (17%) y tren (9%) son menores, y solo un 4% utiliza el avión, probablemente por razones económicas o logísticas.



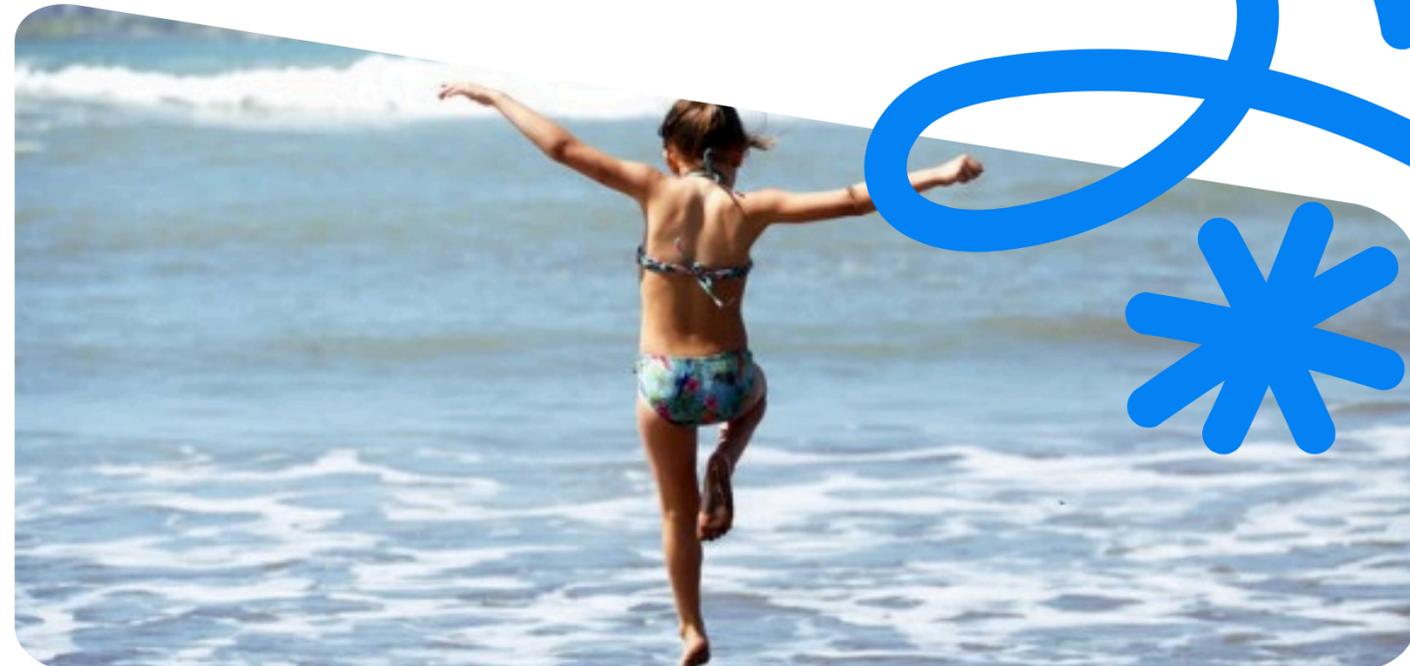


Procedencia

PRIMERIZOS

De dónde vienen

Proviene de provincias más alejadas, buscando explorar un destino icónico. Ejemplos: Córdoba, Santa Fe, regiones del norte.



FRECUINTES

De dónde vienen

Proviene principalmente de áreas cercanas, como la Provincia de Buenos Aires y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA).

Qué actividades realizó o piensa realizar

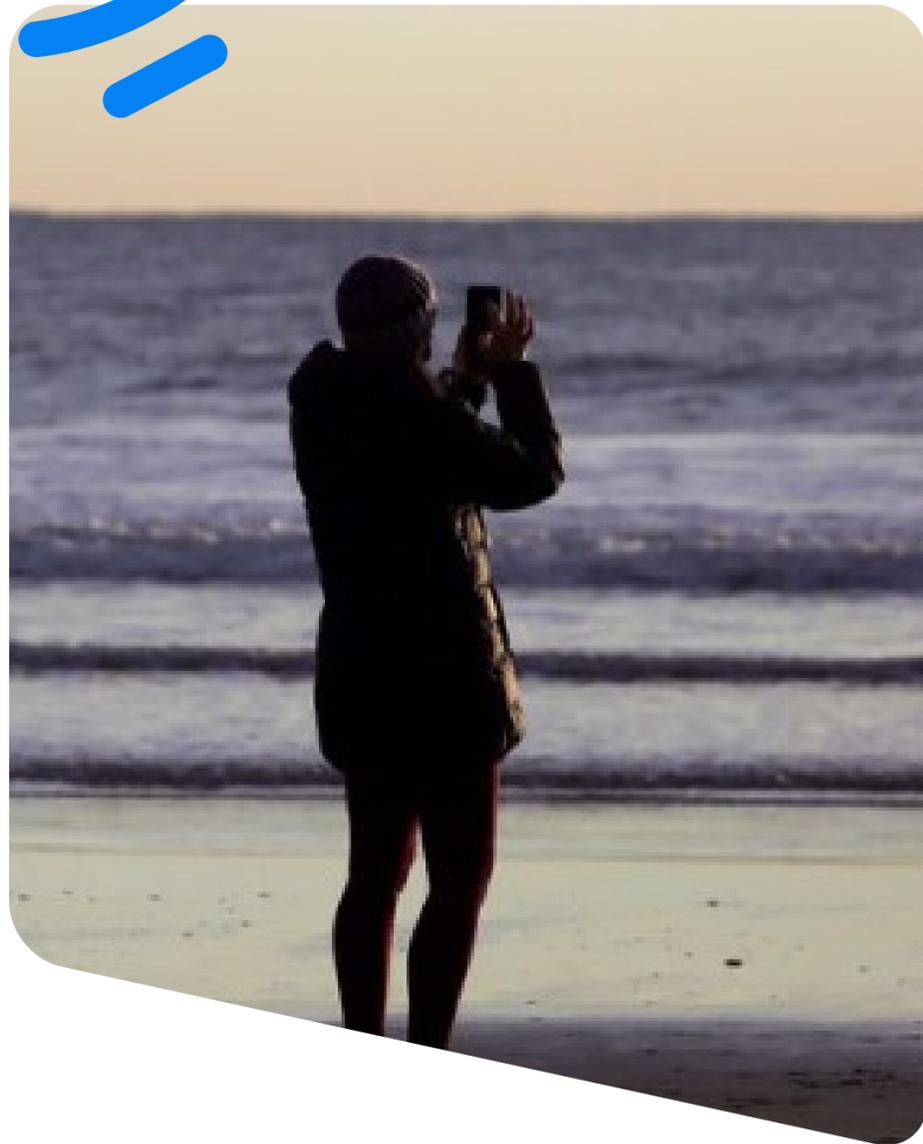
Los turistas **primerizos** se inclinan más hacia actividades exploratorias y sociales como paseos a pie, visitas a centros comerciales, cervecerías, actividades nocturnas y centros culturales, lo que refleja un enfoque recreativo y de descubrimiento del destino.

En contraste, los turistas **frecuentes** tienen una mayor participación en visitas a familiares o amistades, mostrando su conexión personal con la ciudad. Ambos grupos coinciden en la preferencia por actividades tradicionales como disfrutar de la playa.



Motivo del viaje

Existen distintas dinámicas que influyen en la decisión de viajar según el grado de familiaridad con el destino.



PRIMERIZOS

El ocio y las vacaciones (89%) como principal motivo de su visita, reflejando un enfoque recreativo y de exploración. Las visitas a familiares o amistades son mucho menos comunes (14%), lo que sugiere que suelen abordar su primera experiencia sin vínculos personales previos. Los viajes laborales, académicos o relacionados con congresos son marginales (3%).

FRECUENTES

Combinan ocio y vacaciones (74%) con un significativo porcentaje de visitas a familiares o amistades (44%). Esto indica que, además de disfrutar del destino, aprovechan su familiaridad con la ciudad para mantener vínculos sociales. Los viajes por trabajo, estudio o congresos son muy poco comunes (4%). Su relación con el destino se centra más en actividades recreativas y sociales.

Expectativas del viaje

PRIMERIZOS



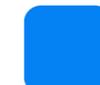
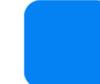
Los primerizos priorizan el descubrimiento y la novedad. Conceptos como "conocer" o "ciudad" fueron mucho más frecuentes en este grupo en relación con su tamaño

FRECUENTES



Los frecuentes, en cambio, ven a Mar del Plata como un lugar familiar. Términos como "familia", "vacaciones" y "amigos" reflejan una relación establecida con el destino.

Satisfacción con la visita

	PRIMERIZOS	FRECIENTES
 Muy Satisfactoria	66%	64%
 Satisfactoria	30%	33%
 Indiferente	3%	3%
 Insatisfactoria	1%	1%



La experiencia en Mar del Plata es ampliamente positiva para ambos grupos de turistas, con opiniones predominantemente muy satisfactorias o satisfactorias y un nivel insignificante de valoraciones negativas.

Perfil del primerizo

Edad: Jóvenes adultos con una edad promedio de 33 años. La mayoría tiene entre 23 y 41 años.

Procedencia: Aunque prevalezcan los procedentes del AMBA crece la proporción desde provincias más alejadas.

Motivaciones: Buscan principalmente ocio y vacaciones con un fuerte interés por la novedad y la exploración.

Compañía: Prefieren viajar con amigos. Los viajes con pareja o solos son menos frecuentes.

Alojamiento: Optan por hoteles, apart u hostels buscando comodidad y servicios completos.

Transporte: Dependencia significativa de transporte público con menor uso del coche particular.

Actividades: Se inclinan por paseos a pie (70%), visitas a cervecerías, shopping y actividades nocturnas lo que refleja un enfoque recreativo y de descubrimiento.

Identidad del destino: Asociaciones iniciales con elementos icónicos como los lobos marinos, la Rambla y los alfajores, lo que evidencia una conexión con los atractivos más tradicionales.

Satisfacción: Su experiencia es altamente positiva, mostrando una valoración general favorable del destino.

Recuerdos: El mar y el descubrimiento de la ciudad son los aspectos más destacados. Términos como "primera vez" y "conocer" subrayan el impacto de esta experiencia inicial.

Impacto emocional: Las primeras visitas tienen un componente de impacto emocional, con menciones a la belleza del entorno y la experiencia de "descubrir" el destino.





¡GRACIAS!

