

Mar del Plata, Martes 26 de Marzo de 2024

El Observatorio Universitario de la Ciudad de la Universidad FASTA analizó qué razones impulsan a los turistas a elegir Mar del Plata durante la temporada estival. Los visitantes resaltan el atractivo de sus playas, su variada oferta gastronómica y describen a la ciudad como un lugar ideal para disfrutar junto a familiares y amigos. Además expresan un alto grado de satisfacción con su experiencia en la ciudad.

El Observatorio Universitario de la Ciudad de la Universidad FASTA presentó los resultados de su estudio Perfil y Comportamiento del Turista, en el que se describen las principales características y experiencias de las personas que visitaron Mar del Plata durante la temporada de verano 2023-2024.

El trabajo indaga en las motivaciones subjetivas de los turistas para elegir a la ciudad, entre las cuales se destacan el interés por disfrutar de la playa y el descanso en compañía de familiares y amigos. Estas respuestas ofrecen una visión general acerca de las expectativas específicas de los visitantes, al mismo tiempo que permiten identificar algunas de las características distintivas que los turistas encuentran en este destino.

En este sentido, frente a la pregunta «¿Qué es lo que más identifica a Mar del Plata?», las respuestas se asociaron con marcas marplatenses características, así como nombres de locales gastronómicos, paseos e hitos urbanos emblemáticos. Además se destacan elementos como las playas, reconocidas como el principal atractivo local, junto con atracciones como el faro, el casino, los acantilados o el puerto.

Un aspecto saliente se vincula con que la gastronomía emerge como una propuesta cada vez más valorada dentro de la experiencia turística, lo que puede ser reconocido a través de la mención de comercios del rubro o de platos e ingredientes característicos de la región.

El estudio se llevó a cabo a lo largo del último verano en base a la realización de encuestas presenciales en lugares de alta concentración de público como playas, paseos comerciales, estaciones de transporte, entre otros.

Sus resultados ofrecen una visión amplia y detallada de las características y las opiniones de los visitantes,



identificando patrones y tendencias que complementan la información producida por el sector público y privado local acerca de la afluencia o el nivel de gastos de los turistas.

En relación al perfil de los visitantes se determinó que la mayoría provino de la Provincia de Buenos Aires, seguidos por los de CABA y Córdoba.

Por otro lado se determinó que más del 70% se alojó en casas o departamentos, mientras que un 25,8% lo hizo en hoteles o aparts. Al respecto el 65,15% de los encuestados manifestó haberse alojado en el mismo lugar que en anteriores oportunidades, motivados por el costo nulo o el buen precio, la ubicación y la comodidad.

Por otro lado, el estudio reveló la existencia de una significativa cantidad de público «fidelizado» al determinar que el 56,8% de los turistas ya había visitado la ciudad hacía menos de un año.

Por otro lado, las respuestas de los encuestados dieron cuenta de una valoración altamente positiva de su experiencia, ya que casi la totalidad aseguró que volvería en el futuro a la ciudad y recomendaría a Mar del Plata como destino turístico. Además, aproximadamente 2 de cada 3 turistas consideró que Mar del Plata es mejor destino turístico que otros conocidos por ellos.

Por otro lado, al ser consultados

sobre qué aspectos de la ciudad deberían mejorar, las principales respuestas se vincularon con la limpieza, el mantenimiento del espacio público, la seguridad y disponibilidad de estacionamiento.

Con respecto a las actividades desarrolladas durante la estadía, las más mencionadas fueron concurrir a la playa, realizar salidas gastronómicas y paseos a pie.

Debido a que el estudio viene siendo desarrollado de manera permanente desde fines de 2021, los resultados obtenidos en esta oportunidad pudieron ser comparados con los de veranos anteriores, para determinar similitudes y diferencias en cada uno de los momentos.

Al cotejar los datos de las últimas tres temporadas se percibe que el último verano se caracterizó por una ligera disminución en la cantidad de noches promedio que los turistas pernoctaron en la ciudad, pasando de 7 a 6. Además durante el último verano se observó un incremento en la preferencia por alojarse en casas o departamentos.

En cambio otros indicadores, como la edad promedio de los visitantes, el uso de vehículo particular como medio de transporte más utilizado y el porcentaje de personas provenientes de la Provincia de Buenos Aires y el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) se mantuvieron en valores similares.

Asociación Mutual Once de Febrero 'AMOF'

C.U.I.T. 30-70808398-0 - Tel 2235133730

Juan B Justo N°2685 Mar del Plata (Bs.As.) mail: secretaria@amof.org.ar

ASOCIACIÓN MUTUAL ONCE DE FEBRERO (AMOF) MATRÍCULA BA 3116/MP 31202

CONVOCA A ASAMBLEA ANUAL ORDINARIA

Por intermedio de la presente, el Consejo Directivo de la Asociación Mutual Once de Febrero "AMOF", convoca a LAS ASOCIADAS Y LOS ASOCIADOS de la entidad, a la Asamblea General Ordinaria, a celebrarse el día 30 de Abril del 2024, a las 14:00 hs., en primer convocatoria y a las 14:30 hs., en segunda convocatoria, en su sede de calle Juan B. Justo N° 2685, de la Ciudad de Mar del Plata, a los efectos de consignar el siguiente:

ORDEN DEL DÍA

- 1) Designación de dos Asociados para firmar el acta.
- 2) Tratamiento y aprobación de; balance general con cuadros, notas y anexos, informe del auditor, memoria anual, informe de la junta Fiscalizadora y distribución de excedentes del ejercicio cerrado al 31 de Diciembre del 2023.
- 3) Ajuste de las Asignaciones Institucionales.
- 4) Ratificación de convenios, acuerdos realizados y todo lo actuado por el Consejo Directivo, durante el ejercicio fenecido el 31 de Diciembre de 2023.
- 5) Modificaciones efectuadas en las cuotas sociales y los seguros.
- 6) Planes y servicios de salud.

Germán Ángel Fumaroni
Secretario

José Ángel Eiriz
Presidente

Micros: boleto a \$ 750

Por delegación del Concejo Deliberante, el intendente Guillermo Montenegro estableció que el boleto de colectivo pase a costar \$750 desde ayer lunes 25 de marzo.

Las empresas habían solicitado que la tarifa sea de \$1.071,35 pero finalmente el jefe comunal optó por un valor menor.

Un dato a tener en cuenta es que la última actualización fue realizada el 24 de noviembre del 2023.

"Desde el nuevo estudio de costos reali-

zado por el Ejecutivo, quedó en evidencia que la inflación durante el período analizado repercutió directamente en la viabilidad financiera del sistema de transporte urbano. Esto sumado a la indefinición del sistema actual de subsidios, hace necesario recomponer el precio del boleto, como lo han venido haciendo todas las ciudades del interior durante los meses en curso, en valores similares", indicaron desde el municipio al hacer público este nuevo impacto en la tarifa de colectivos.