

ANÁLISIS DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS ELEGIDOS POR LOS JÓVENES EN VERANO 2009

Luisa L. Lazzari, Patricia I. Moulia, María José Fernandez, Jorge A. Chiodi,
Florescia Chelmicki, Matias Chiodi, Mariano Eriz
CIMBAGE – Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de Buenos Aires
Av. Córdoba 2122 – 2° piso - Ciudad de Buenos Aires - C1120AAQ - Argentina
luisalazzari@cimbage.com.ar, patriciamoulia@cimbage.com.ar,
mariajosefernandez@cimbage.com.ar, jorge.chiodi@gmail.com,
florenciachelmicki@cimbage.com.ar, matiaschiodi@gmail.com,
marianoeriz@cimbage.com.ar

Recibido 18 de septiembre de 2009, aceptado 14 de enero de 2010

Resumen

Desde mediados del siglo XX, el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas de mayor crecimiento en el mundo. Esto justifica un estudio sistemático de sus diferentes aspectos en una región o país.

En este trabajo, se presentan algunos resultados de la primera etapa del Proyecto PICT 2006-383: "Turismo joven en Argentina: estudio del conjunto de consideración de los destinos elegidos" de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica de Argentina, cuyo objetivo es analizar el comportamiento de los estudiantes universitarios en la elección de un destino turístico a lo largo de tres años.

En el mismo se analizan los destinos turísticos elegidos por los jóvenes para sus vacaciones de verano 2009, los medios de transporte utilizados, el tipo de alojamiento y las influencias recibidas al realizar la elección.

Palabras clave: turismo joven, elección, destinos turísticos, vacaciones verano 2009.

ANALYSIS OF THE TOURIST DESTINATIONS CHOSEN BY YOUNG PEOPLE IN SUMMER 2009

Luisa L. Lazzari, Patricia I. Mouliá, María José Fernandez, Jorge A. Chiodi,
Florencia Chelmicki, Matias Chiodi, Mariano Eriz
CIMBAGE – Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de Buenos Aires

Av. Córdoba 2122 – 2° piso - Ciudad de Buenos Aires - C1120AAQ - Argentina
luisalazzari@cimbage.com.ar, patriciaimoulia@cimbage.com.ar,
mariajosefernandez@cimbage.com.ar, jorge.chiodi@gmail.com,
florenciachelmicki@cimbage.com.ar, matiaschiodi@gmail.com,
marianoeriz@cimbage.com.ar

Received September 18th 2009, accepted January 14th 2010

Abstract

Since the middle of the twentieth century, tourism has become one of the economic activities of strongest growth in the world. This justifies a systematic study of its different aspects in a region or country.

This paper reports some results of PICT 383: “Young Tourism in Argentina: Study of Consideration Set of Chosen Destinations” in which we study the university students’ behavior in the selection of an argentine tourist destination over three years

We herein analyze the tourist destinations in Argentina and abroad chosen by youth for their summer holidays 2009, the means of transport selected, type of accommodation and the influences to make the choice.

Keywords: young tourism, choice, tourist destination, summer holidays 2009.

1. INTRODUCCIÓN

Desde mediados del siglo XX, el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas de mayor crecimiento en el mundo. Entre los factores que explican este crecimiento se pueden mencionar el aumento del ocio y del tiempo libre, la disminución de los costos de comunicación y transporte, y el crecimiento de la población global.

Los turistas gastan su dinero en bienes y servicios producidos en el país receptor. La actividad turística es movilizadora de fondos públicos y privados, y afecta las condiciones económico-sociales de la población, tanto en los países receptores como en los emisores (Lea, 1993). El turismo puede ser una herramienta fundamental para lograr un desarrollo sustentable. Esto justifica realizar un seguimiento sistemático de la actividad turística en una región o país, como una disciplina significativa dentro de las ciencias económicas, por ser generadora de empleo y de divisas. Como producto del mencionado seguimiento se obtendrán datos relevantes para diagnosticar y planificar acciones tendientes a incrementar la actividad turística en el segmento considerado.

La motivación en turismo, lo mismo que la utilidad y la necesidad, son de tipo psicológico y dependen de las formas culturales de uso del tiempo libre que predominan en el círculo al que pertenece el consumidor potencial. Pueden existir motivaciones inspiradas en el conocimiento que tienen los viajeros experimentados, en el deseo de ver un sitio descubierto en una lectura o en el interés por un lugar geográfico determinado. Otras motivaciones pueden ser los estados de ánimo, los impulsos o las influencias de la publicidad o de personas pertenecientes al entorno del viajero.

En este trabajo se presentan algunos resultados de la primera etapa del Proyecto PICT 2006-383: "Turismo joven en Argentina: estudio del conjunto de consideración de los destinos elegidos" de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica de Argentina, cuyo objetivo es analizar el comportamiento de los estudiantes universitarios en la elección de un destino turístico a lo largo de tres años.

En la primera etapa del proyecto, que corresponde a las vacaciones de verano 2009, se realizaron tres estudios de campo. En los dos primeros se analizó la consideración de un destino turístico (Lazzari *et al.*, 2009) y en el tercero, la elección.

En este artículo se presentan los datos obtenidos en la instancia de elección. Está estructurado del siguiente modo: en el ítem 2 se analiza la cantidad de estudiantes que salieron de vacaciones y entre ellos, los

que viajaron a destinos turísticos de Argentina y del exterior. En el apartado tres se detallan los destinos turísticos (DT) de Argentina que visitaron los estudiantes en sus vacaciones de verano 2009 y se efectúa un análisis de los resultados obtenidos al agruparlos de acuerdo con las regiones turísticas que establece la Secretaría de Turismo de la Nación Argentina¹. Adicionalmente, se exponen los medios de transporte utilizados, el tipo de alojamiento y las influencias recibidas al realizar la elección.

En la sección 4 se presenta un informe sobre los destinos visitados del exterior y en la 5 se formulan algunos comentarios finales acerca del estudio efectuado.

2. DESTINOS TURÍSTICOS VISITADOS

Luego del período de vacaciones de verano 2009, se realizó un estudio de campo en cada una de estas seis instituciones: Universidad de Buenos Aires (UBA); Universidad Nacional de Córdoba (UNC); Universidad Nacional de Cuyo (UNCuyo); Universidad Nacional de Misiones (UNaM); Universidad Nacional de Rosario (UNR) y Universidad Nacional de Tucumán (UNT), para averiguar qué DT habían visitado los estudiantes.

En las encuestas realizadas (formulario en Anexo) a 2.426 jóvenes se recabó información sobre:

- DT elegido para las vacaciones de verano 2009.
- medios de transporte utilizados.
- tipo de alojamiento.
- influencias en la elección.

Puede observarse (Figuras 1 y 2) que viajó un alto porcentaje de estudiantes (84.45%), de los cuales la mayor parte visitó DT de Argentina (78.87%).

¹ <http://www.turismo.gov.ar>

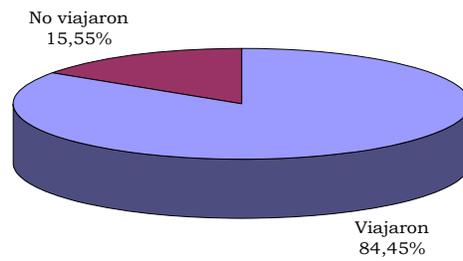


Figura 1. Porcentaje de viajeros

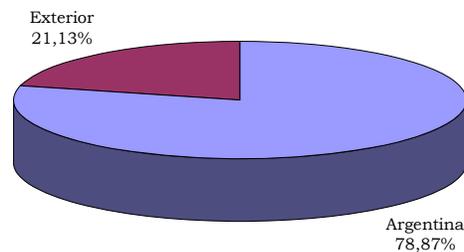


Figura 2. Viajeros a DT de Argentina y del exterior

Es decir que el 66.61% de los jóvenes pasó sus vacaciones en DT de Argentina.

3. DESTINOS TURÍSTICOS VISITADOS DE ARGENTINA

Los DT de Argentina más visitados fueron: Mar del Plata, Villa Gesell, Córdoba, San Bernardo, Villa Carlos Paz, Bariloche, Pinamar, Salta, Mina Clavero, Tañ del Valle y Las Grutas (Figuras 3 y 4).

En la Figura 4 se observa que el 58.77% de los jóvenes que viajaron visitó estos DT. El 41.23% restante está distribuido entre 236 localidades, con porcentajes comprendidos entre 0.06 y 1%.

Se destacan Mar del Plata (14.16%), Villa Gesell (10.02%), Córdoba (7.40%) y San Bernardo (7.40%), que recibieron la mayor cantidad de viajeros.



Figura 3. Ubicación de los DT visitados

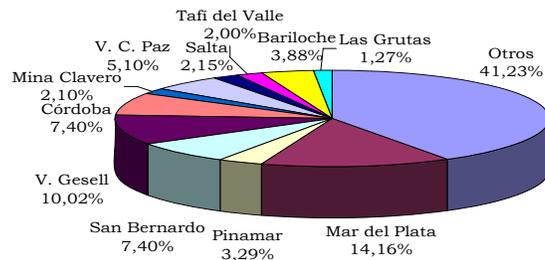


Figura 4. DT visitados

3.1. Destinos turísticos por regiones

Los DT visitados se agruparon de acuerdo con las seis regiones turísticas que considera la Secretaría de Turismo de la Nación (Figura 5): Norte (Jujuy, Salta, Tucumán, Catamarca y Santiago del Estero), Cuyo (Mendoza, San Juan, La Rioja y San Luis), Litoral (Formosa, Chaco, Santa Fe, Corrientes, Entre Ríos y Misiones), Córdoba (provincia de Córdoba), Buenos Aires (provincia de Buenos Aires) y Patagonia (La Pampa, Chubut, Santa Cruz, Río Negro, Neuquén, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur).



Figura 5. Regiones turísticas de la Argentina
Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación

Se estima que el 9.38% de los viajes se realizó a DT ubicados en la región Norte (Figura 6); el 4.01%, en Cuyo (Figura 7), al Litoral se dirigió el 8.29% (Figura 8); a Córdoba, el 20.25% (Figura 9); a la Patagonia, el 9.33% (Figura 10); y a Buenos Aires, el 48.74% (Figura 11).



Figura 6. Región Norte



Figura 7. Región Cuyo

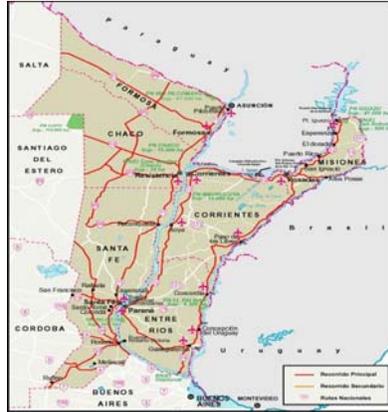


Figura 8. Región Litoral



Figura 9. Región Córdoba (Centro)



Figura 10. Región Patagonia

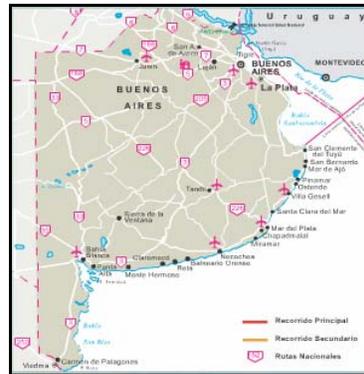


Figura 11. Región Buenos Aires

La región más visitada fue Buenos Aires y el 92.06% de los estudiantes que viajaron a esta provincia lo hizo a destinos de la Costa Atlántica. Los más elegidos fueron Mar del Plata (31.41%), Villa Gesell (22.22%), San Bernardo (16.17%) y Pinamar (7.28%) (Figura 12).

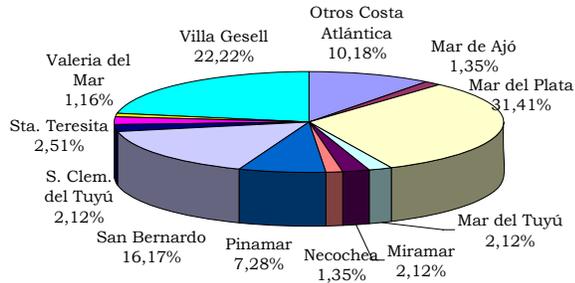


Figura 12. DT visitados de la costa Atlántica

3.2. Medios de transporte utilizados

Del total de estudiantes que visitaron DT de Argentina, el 52.62% viajó en ómnibus; el 44.51%, en vehículo particular; y sólo el 1.92% y el 0.95% lo hicieron en avión y tren, respectivamente (Figura 13).

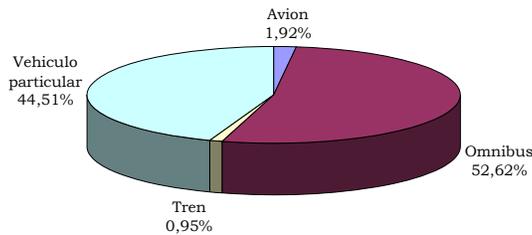


Figura 13. Medios de transporte utilizados para DT de Argentina

3.3. Tipo de alojamiento

De acuerdo con la proyección realizada (Figura 14), la mayor parte de los jóvenes consultados se alojó en viviendas de familiares y de amigos (31.13%) o alquiladas (31.13%). En menor medida, en hoteles (15.93%) y campamentos (12.64%), y el resto se distribuyó entre cabañas (5.40%), *hostels* (2.91%) y casas particulares (0.86%).

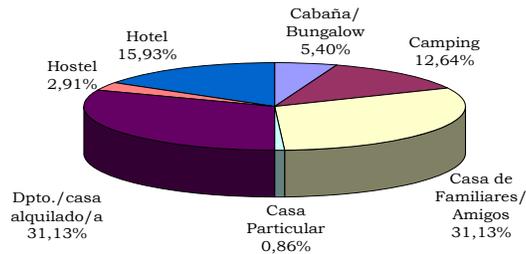


Figura 14. Tipos de alojamiento en DT de Argentina

3.4. Influencias en la elección

Las mayores influencias que recibieron los jóvenes para elegir el lugar donde pasar sus vacaciones fueron la de sus amigos (53.54%) y la de sus padres (30.07%). La pareja incidió en un 14.20%; y la publicidad proveniente de organismos oficiales, agencias de viajes y turismo o bien de Internet, sólo en un 2.19% (Figura 15).

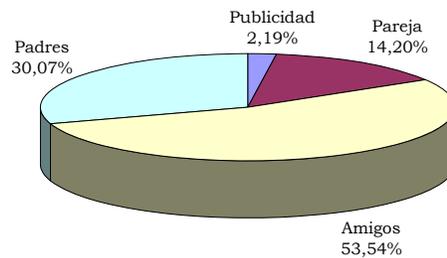


Figura 15. Influencias en la elección de un DT de Argentina

4. DESTINOS TURÍSTICOS DEL EXTERIOR

El 21.13% de los viajes realizados fue a DT del exterior. De ese porcentaje, el 51.67% corresponde a estudiantes de la UBA; el 17.71%, a aquellos de UNC; el 12.14%, a alumnos de UNR; el 10.04%, de UNT; el 5.33%, de UNCuyo; y el 3.10%, de UNAM (Figura 16).

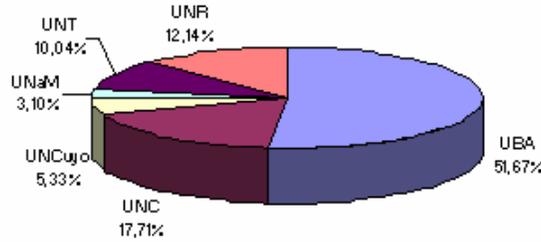


Figura 16. Porcentaje de viajes al exterior por universidad

En la Figura 17 se observan los destinos del exterior que fueron elegidos por los jóvenes para pasar sus vacaciones y los porcentajes correspondientes a los mismos. Los países más visitados fueron Brasil (37.30%), Uruguay (15.15%) y Chile (10.22%).



Figura 17. Destinos del exterior visitados

4.1 Medios de transporte utilizados

Del total de estudiantes que visitó DT del exterior, el 33.60% viajó en avión; el 29.94%, en vehículo particular; el 26.20%, en ómnibus; y el 10.26% se trasladó en barco (Figura 18).

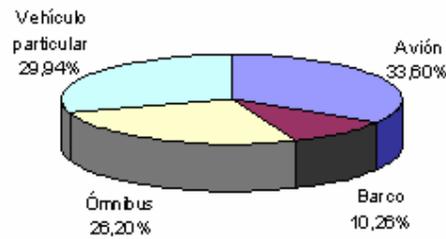


Figura 18. Medios de transporte para DT del exterior

4.2 Tipo de alojamiento

De acuerdo con la proyección realizada (Figura 19), la mayor parte de los jóvenes consultados se alojó en hoteles (33.37%), en departamentos o casas alquilados (31.54%) y en casas de familiares o de amigos (21.59%). En menor medida, en *hostels* (7.86%), en cabañas (4%) y en campamentos (1.64%).

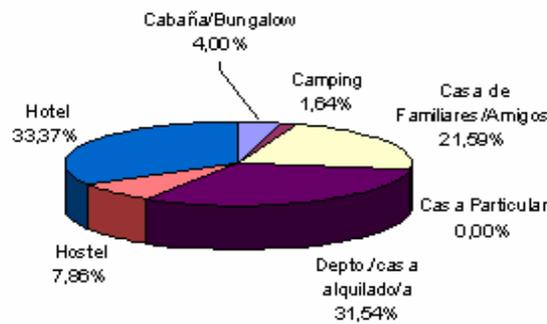


Figura 19. Tipo de alojamiento en DT en el exterior

4.3 Influencias en la elección

Las mayores influencias que recibieron los jóvenes para elegir el DT del exterior donde pasar sus vacaciones fueron la de sus padres (42.58%) y la de sus amigos (40.7%). La pareja incidió en un 11.57% y la

publicidad proveniente de organismos oficiales, agencias de viajes y turismo o bien de Internet, sólo en un 5.60% (Figura 20).

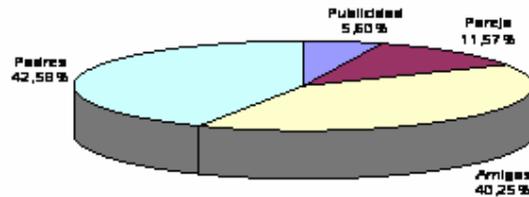


Figura 20. Influencias en la elección de DT del exterior

5. COMENTARIOS FINALES

La mayoría de los jóvenes objeto de este estudio eligió destinos de Argentina para pasar las vacaciones de verano 2009.

Los lugares más visitados fueron: Mar del Plata, Villa Gesell, Córdoba, San Bernardo, Cataratas del Iguazú, Villa Carlos Paz y Bariloche. Estos DT se caracterizan por ser clásicos, reconocidos y ofrecer variedad de servicios para diferentes preferencias y presupuestos.

Los DT del exterior más visitados están ubicados en países limítrofes (Brasil, Uruguay y Chile).

El 97% de los viajes realizados a DT de Argentina se efectuó en ómnibus y vehículos particulares, mientras que el 56,14% de los viajes al exterior utilizó estos medios de transporte.

Los tipos de alojamiento preferidos en los DT de Argentina fueron departamento/casa alquilada y casa de familiares/amigos; y en el exterior, hotel y departamento/casa alquilada.

En los viajes al exterior aumenta considerablemente la cantidad de jóvenes que se aloja en *hostels* (de 2,91% a 7,86%), mientras que en los DT de Argentina es mayor la cantidad de estudiantes que se aloja en campamentos respecto a los que lo hicieron en DT del exterior (12,64% y 1,64%)

La publicidad no generó un efecto significativo en el segmento estudiado, aunque esta influencia fue mayor en los viajes al exterior.

Las empresas y los organismos oficiales de turismo podrán utilizar la información presentada en este trabajo como herramienta para

implementar nuevas propuestas turísticas para los jóvenes de acuerdo con los intereses, necesidades y posibilidades de este segmento del mercado.

BIBLIOGRAFÍA

Crompton, J. L. (1992). "Structure of vacation destination sets". *Annals of Tourism Research*, vol. 19, pp.420-434.

de Borja Solé, L.; Casanovas Pla, J. A.; Bosch Camprubí, R. (2002). *El consumidor turístico*. ESIC editorial, Madrid.

Lazzari, L. (2010). *El comportamiento del consumidor desde una perspectiva fuzzy. Una aplicación a turismo*. EDICON, Buenos Aires (en prensa).

Lazzari, L.; Mouliá, P.; Fernandez, M. J.; Chiodi, J.; Chelmicki, F.; Chiodi, M.; Eriz, M. (2009). "Preferencias del segmento joven en la elección de un destino turístico". *Cuadernos del CIMBAGE* N° 11, pp.59-84.

Lea, J. (1993). *Tourism and Development in the Third World*. Routledge, Londres.

Secretaría de Turismo de la Nación.

<http://www.turismo.gov.ar/esp/menu.htm>. 23 de julio de 2009.

Um, S.; Crompton, J. L. (1990). "Attitudes determinants in tourism destination choice". *Annals of Tourism Research*, vol. 17, pp.432-448.

Agradecimientos

Los autores agradecen a la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica (PICT 383); a la Universidad de Buenos Aires (UBACyT E018) y muy especialmente a las autoridades, docentes y alumnos de las diferentes facultades de las seis universidades nacionales que participan de este estudio.

ANEXO

Formulario de las encuestas**Destinos elegidos**

Recordarás que en encuestas anteriores te preguntamos sobre los destinos que considerabas de interés para pasar tus vacaciones en **ARGENTINA**. Para continuar con nuestra investigación, necesitamos que por favor nos digas:

1. ¿Qué destino elegiste para visitar en tus vacaciones de verano de 2009?

.....

2. ¿Qué medio de transporte usaste? (marcar con una X)

Avión	
Ómnibus	
Tren	
Vehículo particular	
Otro (especificar)	

3. ¿Dónde te alojaste? (marcar con una X)

Camping	
Casa de familiares/amigos	
Cabaña/bungalow	
Departamento/casa alquilado/a	
Hotel	
Hostel	
Otro (especificar)	

4. ¿De quién recibiste influencias al elegir tu destino turístico? (marcar con una X)

Influencias en la elección de tu destino turístico	Fuertemente	Medianamente	Sin influencia
Amigos			
Pareja			
Padres			
Publicidad ¿Cuál?			
Otro (especificar)			

Muchas gracias por tu colaboración.

Fecha: