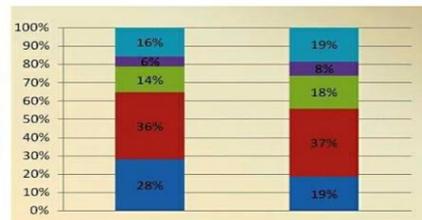




**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA Y TURISMO**

TESINA DE LICENCIATURA EN TURISMO

*El consumo turístico en destinos litorales.
Estudio de caso Monte Hermoso.*



Tesista: Regalado Aragón, María Joela

Directora: Mg. Rodriguez, Cecilia A.

Co- Director: Mg. Trellini Mauro

**BAHÍA BLANCA
2013**

Agradecimientos:

Durante el tiempo en el que he desarrollado este trabajo de investigación, he contado con el apoyo de distintas personas e instituciones que han sido de fundamental importancia para el logro de esta meta profesional y personal, las cuales merecen mi más sincera gratitud.

A mis directores Cecilia Rodriguez y Mauro Trellini, por orientarme en el tema elegido el cual ha despertado en mí una gran motivación, por brindarme sus ideas y conocimientos, su predisposición para ayudarme en todo momento y por el aliento que me han otorgado a lo largo de todo el trabajo.

Al Sr. Intendente Municipal de Monte Hermoso Ing. Marcos Fernández, por concederme su reconocimiento e interés para el desarrollo de esta investigación; haciendo extensivo mi agradecimiento al Municipio el cual ha sido un factor clave para la elección de mi profesión, y también al equipo de la Secretaría de Turismo que ha puesto a mi disposición información que he requerido.

Agradecerles especialmente a mis padres, quienes me han dado la oportunidad de estudiar y han sido mi pilar fundamental con su apoyo incondicional, depositando en mi toda su confianza a lo largo de estos años de estudio, dándome las herramientas necesarias para poder superarme como persona, para luego hacerlo como estudiante y profesional. Gracias por la contención de toda mi familia.

A mi novio que siempre me ha acompañado emocional y académicamente, como a mis amigos de siempre, a mis amigos y compañeros de la Universidad, gracias porque me he enriquecido de experiencias y de aprendizaje en esta etapa maravillosa que ha sido ser estudiante.

Gracias a todos, porque han formado parte de este logro.

ÍNDICE

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

I.1. Presentación y Justificación de la Investigación	8
I.2. Objetivos	9
I.3. Metodología y técnicas de trabajo	9
I.4. Hipótesis del trabajo de investigación	10

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

II.1. Conceptualización de la demanda turística	12
II.1.1. Enfoques de la demanda	13
II.1.2. Determinantes de la demanda	16
II.1.3. Comportamiento del consumidor	19
II.2. Gasto Turístico	20
II.2.1. Medición del Gasto Turístico	22
II.2.2.1. El efecto multiplicador del gasto turístico	23
II.2.1.2. La Cuenta Satélite de Turismo	25
II.3. Políticas Turísticas	27
II.3.1. Herramientas de la planificación	28
II.4. Gestión de los destinos turísticos	30

CAPITULO III: CARACTERIZACIÓN DEL ESPACIO GEOGRÁFICO

III.1. Caracterización y localización de Monte Hermoso	33
III.2. Descripción Socioeconómica	35

CAPÍTULO IV : ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

IV.1. Aspectos Metodológicos	38
IV. 2. Comportamiento del gasto turístico en Monte Hermoso. Evaluación entre dos variables	40
IV.2.1. Gasto turístico según sector de playa	40
IV.2.2. Gasto turístico según procedencia	41
IV.2.3. Gasto turístico según nivel de estudio	43
IV.2.4. Gasto turístico según calidad percibida	45
IV.2.5. Gasto turístico según actividad laboral	46
IV.2.6. Gasto turístico según segundos residentes	48
IV.2.7. Gasto turístico según estadía promedio	50
IV.3. Comportamiento de la composición del gasto turístico en Monte Hermoso. Evaluación entre dos variables	51
IV.3.1. Composición del gasto turístico según sector de playa	51
IV.3.2. Composición del gasto turístico según procedencia	54

IV.3.3. Composición del gasto turístico según nivel de estudio	56
IV.3.4. Composición del gasto turístico según calidad percibida	58
IV.3.5. Composición del gasto turístico según actividad laboral	60
IV.3.6. Composición del gasto turístico según segundos residentes	62
IV.3.7. Composición del gasto turístico según estadía promedio	64
IV.4. Comportamiento del gasto turístico en Monte Hermoso. Evaluación entre tres variables	66
IV.4.1. Gasto turístico según segundos residentes y sector de playa	66
IV.4.2. Gasto turístico según segundos residentes y procedencia	68
IV.4.3. Gasto turístico según segundos residentes y calidad percibida	69
IV.4.4. Gasto turístico según segundos residentes y actividad laboral	71
IV.4.5. Gasto turístico según segundos residentes y estadía promedio	73
IV.5. Comportamiento de la composición del gasto turístico en Monte Hermoso. Evaluación entre tres variables	74
IV.5.1. Composición del gasto turístico según segundos residentes y sector de playa	74
IV.5.2. Composición del gasto turístico según segundos residentes y procedencia	76
IV.5.3. Composición del gasto turístico según segundos residentes y calidad percibida	77
IV.5.4. Composición del gasto turístico según segundos residentes y actividad laboral	79
IV.5.5. Composición del gasto turístico según segundos residentes y estadía promedio	81
CONCLUSIONES	84
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	88
<u>INDICE DE FIGURAS</u>	
Figura 1- Localización de Monte Hermoso	35
Figura 2- Sectores toma de encuestas	39
Figura 3- Gasto turístico según sector de playa	40
Figura 4- Gasto turístico según procedencia	42
Figura 5- Gasto turístico según nivel de estudio	44
Figura 6- Gasto turístico según calidad percibida	46
Figura 7- Gasto turístico según actividad laboral	47
Figura 8- Gasto turístico según segundos residentes	49
Figura 9- Gasto turístico según estadía promedio	50
Figura 10- Composición del gasto turístico según sector de playa	52
Figura 11- Composición del gasto turístico según procedencia	54
Figura 12- Composición del gasto turístico según nivel de estudio	57
Figura 13- Composición del gasto turístico según calidad percibida	59
Figura 14- Composición del gasto turístico según actividad laboral	61
Figura 15 - Composición del gasto turístico según segundos residentes	63
Figura 16- Composición del gasto turístico según estadía promedio	65

Figura 17- Gasto según segundos residentes y sector de playa	67
Figura 18- Gasto según segundos residentes y procedencia	68
Figura 19- Gasto según segundos residentes y calidad percibida	70
Figura 20- Gasto según segundos residentes y actividad laboral	72
Figura 21- Gasto según segundos residentes y estadía promedio	73
Figura 22- Composición del gasto turístico según segundos residentes y sector de playa	74
Figura 23- Composición del gasto turístico según segundos residentes y procedencia	76
Figura 24- Composición del gasto turístico según segundos residentes y calidad percibida	78
Figura 25- Composición del gasto turístico según segundos residentes y actividad laboral	80
Figura 26- Composición del gasto turístico según segundos residentes y estadía promedio	82

CAPÍTULO I

Introducción

I.1. Presentación y Justificación de la Investigación.

Osorio Acosta, Estefanía (2005) en Rodríguez, Cecilia A. (2008) afirma que el estudio de la disciplina del Turismo da cuenta de una realidad compleja que permite la integración de distintas áreas del conocimiento ya que se trata de un sistema dinámico y abierto al entorno social, cultural, económico, político y tecnológico en que se inserta. Un elemento que compone el análisis de la actividad turística es la demanda, la cual ha sido estudiada recurrentemente para determinar las preferencias de los turistas y para poder obtener beneficios económicos ya sea por parte de empresas turísticas o de destinos turísticos.

El turismo se ha convertido en una de las mayores fuentes generadoras de divisas y de crecimiento económico, y a su vez es una actividad que se caracteriza por ser compleja ya que involucra distintos sectores para su desarrollo.

“El turismo se ha considerado generalmente como una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino, en el que se genera una renta, se favorece la creación de empleo, se aportan divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial. Así la actividad turística cobra una gran importancia en la economía debido a su elevada aportación a la generación de Valor Añadido Bruto (VAB) en la región receptora” (OMT, 1998:16-17).

Representa un hecho trascendente la creación de la Cuenta Satélite del Turismo (CST) resultado de los trabajos realizados por la Organización Mundial del Turismo; la misma representa un instrumento estadístico conforme a una metodología internacionalmente aceptada para cuantificar los efectos económicos del turismo en forma precisa, que permite dar cuenta de su importancia frente a otros sectores económicos y otras economías (Moreno Pacheco P., 2007:3). Siendo su finalidad proporcionar un marco de información viable a los gobiernos y al sector privado, necesario para garantizar la efectividad y eficiencia tanto de las políticas públicas como de las estrategias empresariales” (OMT, 2001:4).

En la actualidad la demanda turística se encuentra en pleno proceso de cambio, como consecuencia de la combinación de factores tales como el incremento del poder adquisitivo de la población occidental, los cambios culturales y la mayor disponibilidad de tiempo de ocio (González Fernández *et al.*, 1999). Por esto resulta necesario analizar los datos obtenidos de los turistas que arriban a Monte Hermoso para evaluar el comportamiento del gasto y la

composición del gasto turístico, de manera que se provea de resultados satisfactorios respecto de las preferencias que actualmente tienen los turistas y que estos resulten útiles al momento de coadyuvar a los gestores de la política pública y privada, teniendo en cuenta tal como expone Vaquero *et al.*(2004:81) que el turismo representa la principal actividad económica del municipio por lo tanto requiere de la implementación de líneas de acción combinadas entre el sector público y privado, para fortalecer sus potencialidades.

I.2. Objetivos:

Objetivo general:

- ✚ Analizar el comportamiento de las variables gasto turístico y composición del gasto turístico, y su relación con variables independientes (características) de la demanda turística.

Objetivos específicos:

- ✚ Analizar y evaluar la correspondencia entre el comportamiento del consumo turístico y los resultados del caso de estudio.
- ✚ Demostrar la relación entre variables definidas por la demanda turística y su repercusión sobre el gasto y la composición del gasto turístico.
- ✚ Revisar distintos enfoques y definiciones de la demanda y el gasto turístico.

I.3. Metodología y técnicas de trabajo:

La presente investigación tiene un alcance de tipo correlacional y descriptiva. Tal como expone Hernández Sampieri *et al.* (2000) la utilidad que tienen los estudios correlacionales da cuenta cómo se puede comportar una variable al conocer el comportamiento de otras variables relacionadas; el propósito es conocer la relación entre las variables seleccionadas.

Para este análisis se seleccionarán distintas variables independientes (características) como: *Sectores de Playa, Procedencia, Nivel de Educación, Calidad Percibida de los servicios privados, Actividad Laboral, Estadía Promedio y Segundos Residentes* , para

relacionarlas con las variables dependientes de *Gasto y Composición del Gasto* (objetivo). Se procederá a tomar planillas base de Excel con los datos crudos para concretar el grado de relación de las variables mencionadas.

Es descriptiva ya que se miden, evalúan y recolectan datos sobre diversas variables del fenómeno a investigar. Los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación.

Se han seleccionado distintas fuentes de información de libros como fuentes primarias, fuentes secundarias en revistas científicas, tesis, encuestas, páginas web, para luego analizarlas, interpretarlas e integrarlas a este estudio de caso.

I.4. Hipótesis:

H₁: La ciudad de Monte Hermoso no posee análisis de resultados a partir de estudios de demanda referidos al consumo turístico, que permitan inducir políticas turísticas para el destino.

H₂: El análisis del gasto y su composición, en referencia a variables de la demanda, permite conocer algunas características de su perfil e inferir conclusiones sobre comportamientos.

H₃: El consumo turístico en Monte Hermoso determina distintas tipologías de turismo, que permite orientar políticas turísticas para el destino

CAPÍTULO II

Marco Teórico

II.1. Conceptualización de la Demanda Turística

Desde la teoría económica, el turismo, está contemplado por la micro-economía, existen autores como Cook (1994), Bull (1998), Eadington y Redman (1991), Lundberg et al. (1995), Figuerola Palomo (1990) y Sinclair y Stabler (1997) que analizan la demanda turística de la misma manera que los libros de micro-economía, ya que la relacionan con factores tales como precio, ingreso, precio de otros bienes y oferta de trabajo (De Lima Andrade, 2004).

La teoría de la demanda, estudia los flujos turísticos entre países y zonas turísticas, analiza la renta per cápita de la población y sus motivaciones para establecer que los países próximos entre sí demandan las diferencias de determinados aspectos, ya que tienen niveles de desarrollo similares, al igual que gustos y preferencias que solo difieren levemente. Esta teoría permite explicar lo que serían las pautas espaciales del turismo mundial, configura la idea del predominio del turismo interior o doméstico y de los flujos continentales con una fuerte asimetría, que conduce a una significativa concentración espacial de regiones emisoras y receptoras de turismo. Osorio Acosta, Estefanía (2005) en Rodríguez, Cecilia A. (2008).

Según la Organización Mundial de Turismo el concepto de demanda turística está relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan de manera constante a la hora de planificar las actividades de tiempo libre u ocio, por lo tanto su determinación depende de numerosos factores no sólo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos.

“El propósito de analizar la demanda turística es calcular la demanda futura del turismo del país o de una región en el mismo, expresada habitualmente en términos de llegadas de visitantes y de las características de los mismos. Calcular la demanda es una tarea problemática, pero es el fundamento de la planificación turística. El análisis debe aportar la máxima cantidad de datos sobre el volumen de la demanda, las características de los visitantes, los posibles modelos de gasto y los principales países/ciudades de origen”.
(Lickorish, 2000:205)

Figuerola Palomo en De Lima Andrade (2004) considera que el turismo, dejó de ser un bien de lujo, para convertirse en un bien cada vez más común para las personas; sin embargo aún no puede decirse que sea un bien necesario. De acuerdo a la importancia de los distintos factores que influyen en la demanda turística, se ha elaborado una función de la demanda turística semejante a la función general de la demanda, estableciendo:

$DT_t = f (PT_t, Pi_t, Y_t, TC_t, U_t)$ donde:
DT_t = Demanda Turística.
PT_t = Precios en los servicios turísticos.
Pi_t = Precios en los otros bienes y servicios.
TC_t = Tasa de cambio (cuando el consumo turístico es efectuado en el exterior)
U_t = Variable estocástica.

Actualmente se puede concebir un cambio paulatino en las características de la demanda, como en la estructura poblacional, en los valores sociales predominantes, en los estilos de vida, en los niveles educacionales, en el tiempo libre y en los niveles de renta disponibles, dando como resultado un viajero más informado, mayormente experimentado y con una gran diversidad de necesidades y deseos que satisfacer. (OMT, 1998)

II.1.1. Enfoques de la demanda.

Conforme a las disciplinas existentes, se pueden determinar distintos enfoques según Cooper en Moreno Pacheco (2007: 22):

Enfoque Sociológico: Desde los orígenes de la investigación académica sobre el fenómeno turístico, el enfoque que se consagró fue el sociológico. Hunziker y Krapf, acuñaron en 1942 una definición de turismo con marcado carácter sociológico:

“Conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas de su lugar de residencia, siempre que el desplazamiento o la estancia no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal”

Este planteamiento hace alusión a que los viajeros con finalidad lucrativa no podían ser considerados turistas, por el hecho de que su actividad era productiva, y que en general extraen mayor ganancia del destino que la que gastan, al contrario de lo que ocurre con el turista.

Enfoque Geográfico: Mathienson y Wall definen a la demanda turística como “El número total de personas que viajan o que desean viajar; para disfrutar de facilidades y de servicios turísticos en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual”

Ya que este enfoque engloba tanto a los que viajan como a los que no, es dable introducir la clasificación que hace Cooper et al., de la demanda (1998:24):

- ✚ La demanda efectiva o actual: es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan.

Este grupo es el que se mide más fácilmente y el que se encuentra reflejado en las estadísticas mundiales. Uno de los indicadores más útiles de la demanda efectiva es la propensión a viajar, que considera la penetración de los viajes turísticos en una población determinada.

- ✚ La demanda no efectiva: es el sector de la población que no viaja por algún motivo. Aquí se distingue la *demanda potencial*, que se refiere a aquellos que viajarán en un futuro, cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales, (más tiempo libre, más dinero, etc.) la *demanda diferida*, que es aquella que no ha podido viajar por algún problema con el entorno o en la oferta (actividad terrorista en una zona, falta de alojamiento, etc.)

También es importante mencionar un sector de la población que no puede viajar por ser un lujo demasiado caro.

- ✚ La no demanda: que es un grupo de gente adverso a los viajes, serían aquellos que simplemente no desean viajar.

En el presente estudio se hará hincapié en la demanda efectiva.

Enfoque Económico: Desde una perspectiva económica, el turista realiza un desembolso en el área receptora, y se llega a identificar la demanda con el gasto turístico.

“Turista es toda aquella persona que con motivo de desplazamiento del lugar de residencia habitual, efectúa un gasto en bienes de consumo, en lugar distinto de aquel de origen habitual e inmediato de los ingresos que sirven para financiarlo”. (Pulido San Román, 1966:28)

Tres son los aspectos fundamentales de esta concepción de la demanda turística: se exige un desplazamiento del lugar de residencia habitual, se ha de efectuar un gasto consuntivo, por lo que no puede considerarse turístico el desembolso efectuado por un turista en bienes de inversión; y el gasto debe financiarse con renta originada en el lugar distinto a aquel donde se efectúa el gasto.

Por otra parte se observa un cambio respecto a los componentes del mercado turístico en la siguiente expresión:

“La demanda está mal concebida cuando se la condiciona simplemente por el número total de turistas o de estancias. El contenido de la demanda ha de asimilarse a una variable que tenga posibilidades técnicas de expresar los requerimientos y deseos que se hacen de los distintos recursos turísticos” (Figuerola, 2000:71)

Luego el autor establece que la demanda turística está básicamente influida por cuatro variables: *los precios de los servicios turísticos, precios de los demás bienes que el turista consume normalmente, nivel y crecimiento de renta que poseen los demandantes y tipo de cambio* cuando el turismo sea en el extranjero.

Enfoque Estadístico: Luego de que en 1994 la OMT publicara “sus recomendaciones sobre estadísticas de turismo”, el marco conceptual de la demanda turística se ha clarificado notablemente, convirtiéndose la figura del visitante en el punto fundamental del sistema de estadísticas en turismo. Más tarde, la OMT actualiza y clarifica tres conceptos fundamentales: viajeros, visitantes y turistas (2008:10). La definición general de *viajero* es “toda persona que se desplaza entre dos o más países distintos (viajero internacional) o entre dos o más lugares dentro de su país de residencia habitual (viajero interno)”. Todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo se denominan visitantes, que es el concepto básico para el conjunto del sistema de estadísticas en turismo. Este término de *visitante* puede definirse como “una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado”. En esta definición tres son los criterios fundamentales para diferenciar al visitante del viajero:

Los visitantes pueden clasificarse en *visitantes internacionales*, en caso de que el turista visite un país distinto, y *visitantes internos*, si se visita un lugar distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual pero dentro del mismo país.

Otra clasificación es que los visitantes pueden ser turistas o excursionistas en función de que se pernocte o no en el destino.

✚ *Turista o visitante que pernocta* es el visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país o lugar visitado

- ✚ *Excursionista o visitante de un día* es el visitante que no pernocta en el país o lugar visitado.

Estas distinciones son fundamentales para la recopilación de datos sobre los movimientos de los viajeros y visitantes, y para la credibilidad de las estadísticas de turismo.

II.1.2. Determinantes de la demanda.

Los determinantes constituyen los factores fundamentales que rigen el mercado, como así también representan las fuerzas del mercado que controlan los destinos y los servicios de la industria. Estas fuerzas del mercado tienen que ver con influencias demográficas, económicas y sociales; estas dan forma a las preferencias de los consumidores, dirigen la demanda de atracciones turísticas y satisfacciones especiales en el destino: el verdadero producto turístico. (Lickorish, L., Jenkins, C., 2000:267-269)

- ✚ *Tendencias demográficas*: Los tradicionales países industrializados de Europa y Norteamérica (los principales mercados turísticos del mundo), están afectados por grandes cambios, sobre todo, en el aumento de la proporción de personas de la tercera edad en la población y una correspondiente reducción de niños, adolescentes y de población activa. Estos cambios generan buenos y malos efectos en los flujos turísticos; más adelante esta situación puede cambiar, pero las influencias demográficas ejercen por propia naturaleza impactos a largo plazo.
- ✚ *Influencias económicas*: Ha existido una correlación en el pasado entre el PBI y el gasto turístico, ya que en los países industrializados puede alcanzar el doble del índice del incremento del PBI; aunque esto puede no ser ya una realidad en todos los casos, ya que el cambio estructural debilita la propensión a consumir en vez de ahorrar. Los efectos económicos y comerciales pueden ejercer impactos importantes y a veces volátiles en los flujos turísticos, ya que la inflación y las variaciones en los índices de cambio de divisas influyen en gran medida sobre los desplazamientos turísticos. Estas influencias e inestabilidades tienden a ser un rasgo común de la expansión futura.
- ✚ *Cambios sociales y de los estilos de vida*: En los últimos años se ha visto que la población de los principales mercados turísticos ha incrementado su renta disponible de manera considerable. Se observa en el aumento de la frecuencia de los viajes, considerando también que se viaja a sitios lejanos, que los viajeros están previamente

informados, lo cual los hace sofisticados. Las nuevas aspiraciones y motivaciones turísticas, conducen a una segmentación y especialización, han alterado la estructura estacional y el tipo de servicios demandados, con una insistencia en calidad cada vez mayor (Lickorish, L., Jenkins, C., 2000).

Otro determinante resulta ser el *Turismo Residenciado*, que se define como aquel que:

“protagonizan las personas, normalmente agrupadas en unidades familiares, que, en un proceso temporal determinado, se trasladan a ciertos espacios, habitualmente destinos turísticos, vinculándose a los mismos por largos períodos de tiempo mediante relaciones inmobiliarias, en los que realizan estancias más prolongadas que los turistas tradicionales, llegando incluso a fijar en ellos su residencia habitual, en busca de vivencias y satisfacciones similares a las de los anteriores, principalmente, la calidad de vida, las oportunidades de ocio, buenas comunicaciones y un ambiente socialmente satisfactorio”
Torres Bernier, Enrique (2003) en Vaquero *et al.*(2006).

Las características de la demanda del turismo residenciado están dadas por un intenso uso por parte del turista de la oferta no reglada (viviendas turísticas) predominando la vivienda en régimen de propiedad o alquiler, con una estancia media superior al turista tradicional, dando lugar a un perfil estacional diferente sustentado fundamentalmente por la fidelidad (viajes repetitivos) que demuestra este tipo de turista.

En la elección del destino no es determinante el nivel de precios, y se considera que por sus hábitos, el gasto medio realizado por este tipo de turista es menor (se asimila al gasto de los residentes tradicionales del destino) que el del turista tradicional, dado que éste último gasta generalmente por encima de sus posibilidades. En muchos casos los ingresos por turismo residenciado llegan a convertirse en un componente estructural de las haciendas municipales (Vaquero *et al.* 2006).

Cuadro 1
Factores condicionantes del viaje

Ecónomicos	Relativos a las unidades demandantes	Aleatorios	Relativo a los sistemas de comercialización	Relativo a la producción
Nivel de renta disponible: cantidad de dinero disponible por el consumidor	Motivación: comportamiento del consumidor y su proceso de toma de	Son variables imprevisibles que afectan al comportamiento del	Se tiene en cuenta el conocimiento e implantación del producto, la	Como afecta a la demanda turística la calidad técnica de los productos, la relación

para gastar en bienes de ocio	decisiones. Cuando las necesidades ¹ más básicas se satisfacen, aparecen nuevas motivaciones.	consumidor y que inciden en la demanda turística, estos factores están determinados por las guerras, situación política, riesgo de inestabilidad.	publicidad invertida, el marketing de la competencia, etc.	calidad precio, los medios de transporte a disposición. Satisfacción de las necesidades, calidad técnica de los productos, relación calidad/precio, medios de transporte a disposición, distancia a recorrer desde y a los mercados de origen, seguridad cívica y política, sanidad.
Nivel de precios: en los mercados de destino, un aumento en los precios implica una disminución en la demanda de turismo.	Condiciones socioculturales: edad, profesión, empleo. Influyen positivamente en el hecho de que un individuo demande más cantidad de turismo. A mayor educación, mayor información y conocimiento de las oportunidades existentes.			
Política fiscal: ante un aumento de la presión fiscal, se producirá una disminución en la demanda.	Formas y estilos de vida: según la instancia de vida del individuo, la toma de decisiones y el tipo de viaje será diferente.			
Financiación: implica realizar mayores gastos en turismo o con mayor frecuencia.	Tiempo de ocio			

¹ Según Maslow (1970) el orden jerárquico de las necesidades es: 1°. Necesidades fisiológicas (nivel más bajo en la jerarquía): hambre, frío, sed, etc. 2°. Seguridad: estar libre del miedo y la ansiedad. 3°. Amor: afecto, dar y recibir amor. 4°. Estima: estima por uno mismo y por los demás. 5°. Autorrealización: sentirse completo.

Tipo de cambio: la moneda del país emisor en relación con la moneda del país receptor.	Costumbres estacionales: fiestas, vacaciones, temporadas altas, medias y bajas.			
	Creencias ideológicas, religiosas, y políticas.			
	Factores políticos: los gobiernos promueven el turismo o no.			
	Factores demográficos: se explica a través de la paradoja del ocio: cuando se es joven se tiene tiempo, pero no dinero; cuando se es adulto a la inversa.			

Fuente: Regalado, María J., 2013. En base a OMT (1998:64-83)

II.1.3. El comportamiento del consumidor.

Los productos/servicios que elige el turista, son el resultado de un proceso de compra racional; de acuerdo a como valora las distintas alternativas existentes, y se decanta por aquellas que satisfacen sus necesidades, ofreciéndole una mejor relación calidad/precio. (Serrano, L., 2002)

El comportamiento del consumidor se explica por modelos, en este caso se opta por uno en particular.

“Según el modelo de Moutinho el proceso de decisión viene determinado inicialmente por el perfil social, económico y cultural del turista, y en él estarán incluidas todas las necesidades, deseos y motivaciones. Posteriormente el proceso de la toma de decisiones vacacionales se ve influenciado por el precio tope. La búsqueda de información gira alrededor de las siguientes fuentes: La publicidad, la experiencia personal, las recomendaciones de los amigos, los folletos, y la agencia de viajes. Es en este momento cuando se procesa toda la información, se selecciona el lugar de vacaciones, el alojamiento, el transporte y el agente de viajes para, por fin, seleccionar el destino turístico”. (Ramos D. A., 1999: 25)

Sin embargo es dable destacar la crítica que se le hace a este modelo, ya que no considera el factor *satisfacción*. Bigné y Zorío retoman este modelo teniendo en cuenta todo lo

establecido por Moutinho, agregando los efectos de la satisfacción y la importancia de la motivación del viaje, ambas características son esenciales para lograr un conocimiento más fiel acerca de la toma de decisiones vacacionales. (Ramos Dominguez, A., 1999: 26)

De acuerdo al aporte de Lancaster en Trellini, M. (2002:38) el individuo deriva utilidad de las *características o atributos* intrínsecos contenidos en cada uno de los bienes, es decir, que los bienes o servicios que demanda el turista contienen diversas características que entran en su función de utilidad a través de la producción de actividades.

Fernández de Castro-Tugores en Trellini, M. (2002:38) expone que “si cada bien tuviera únicamente una característica, no hubiese nada nuevo que añadir”

El consumo del visitante se integra de la siguiente manera (Varisco, C., 2005):

- ✚ *El gasto en efectivo del consumo final del visitante:* Referido a los gastos que realizan los turistas y los excursionistas en su viaje estimado a partir de las encuestas de gasto.
- ✚ *Gasto en especie del consumo final del visitante.* Se registra el valor imputado a las segundas residencias, entre otras partidas.
- ✚ *Transferencias sociales turísticas en especies:* Son aquellas prestaciones de seguridad social como medicamentos, atención médica, servicios sanitarios en la playa, centros recreativos, entradas a museos, etc.
- ✚ *Gastos turísticos de las unidades productoras:* Sean empresas o administración pública respecto de los viajes de negocio.

II.2. Gasto Turístico

La capacidad de gasto (o el gasto real de las personas) en términos económicos hace alusión a una magnitud monetaria de la demanda y no al número de consumidores. En este sentido la OMT enmarca el *gasto por turismo*, como "el gasto realizado por un visitante o de parte de un visitante por causa de un viaje y durante su estancia en el destino" (OMT, 1998:63).

En esta definición hay seis variables que deben ser tomadas en consideración por su incidencia en el concepto de gasto por turismo:

- ✚ Los precios en los destinos.

- ✚ Los precios en los destinos competidores.
- ✚ Las dimensiones de los mercados turísticos.
- ✚ La renta y la riqueza de los demandantes de turismo (la cual figura como una restricción presupuestaria).
- ✚ Los factores sociológicos, psicológicos y culturales de la demanda.
- ✚ Gustos y preferencias del consumidor.

Además de los gastos monetarios en bienes y servicios de consumo pagados directamente por los visitantes, el gasto turístico incluye en particular (OMT, NACIONES UNIDAS, 2010:35):

- a) Gastos monetarios en bienes y servicios de consumo pagados directamente por el empleador a los trabajadores que realizan viajes de negocios;
- b) Gastos monetarios pagados por el visitante y reembolsados por terceros, ya sea por el empleador (empresas, administraciones públicas e instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares), otros hogares o el régimen de seguridad social;
- c) Pagos monetarios efectuados por los visitantes por los servicios individuales prestados y subvencionados por las administraciones públicas y por instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares en los ámbitos de la educación, la salud, museos, artes escénicas, etcétera.
- d) Desembolsos por servicios prestados a los trabajadores y sus familias durante viajes turísticos financiados fundamentalmente por los empleadores, tales como el transporte, el alojamiento, estancias en residencias de vacaciones de los empleadores u otros servicios subvencionados, y
- e) Pagos suplementarios realizados por los visitantes para asistir a eventos deportivos o culturales por invitación de los productores (empresas, administraciones públicas, las instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares) y pagados fundamentalmente por los mismos.

El gasto turístico no incluye todos los tipos de pagos que los visitantes podrían

efectuar. Quedan excluidos todos los pagos que no corresponden a la adquisición de bienes y servicios de consumo, en particular:

- a) El pago de tasas e impuestos que no forman parte del precio de compra de los productos adquiridos por el visitante;
- b) El pago de todo tipo de intereses, incluidos aquellos sobre los gastos realizados durante los viajes y para los mismos;
- c) La adquisición de activos financieros y no financieros, incluidos terrenos y bienes inmuebles, pero excluyendo objetos valiosos;
- d) La adquisición de bienes con fines de reventa, ya sea en nombre de terceros (productores u otros) o por cuenta propia, y
- e) Todas las transferencias en efectivo, como donaciones a organizaciones benéficas o a otras personas (en particular a la familia y a parientes), ya que no corresponden a la adquisición de bienes o servicios de consumo.

II.2.1. Medición del Gasto Turístico.

Bull (1994) asegura que los distintos países utilizan diferentes métodos a la hora de medir gastos en el sector turístico. Los analistas de este sector han identificado cuatro métodos fundamentales de medición:

Observación directa del gasto: Es el seguimiento a los turistas, el cual proporciona un registro exacto del consumo de los mismos, dando como resultado también la contribución del consumo turístico respecto al Producto Bruto Interno. Pero resulta un tanto dificultoso aplicarlo a una muestra de turistas para extrapolar después los resultados al número total de turistas.

Observación directa de los ingresos: Se trata de las cifras que provienen de las ventas de las empresas de turismo. Esta información puede proceder del censo de ingresos del Ministerio de Comercio o de las declaraciones sobre la renta del lugar. Los analistas han expuesto que mientras los valores de venta otorgados por las empresas de viajes o de transporte son razonablemente exactos; los valores de entretenimiento, distracción, alojamiento y negocios

son menos exactos, ya que muchos oferentes no pueden distinguir totalmente entre las ventas a turistas y las ventas a los que no son turistas.

Encuestas a turistas: Son aquellas encuestas que se realizan a los turistas que van en camino al destino elegido o que ya se encuentran en él. Suelen ser muy utilizadas y pueden ser fiables, excepto las que están sesgadas o tienen deseos no satisfechos, por ejemplo aquellas llevadas a cabo cuando la estancia del turista no ha terminado.

Encuestas en los hogares: En estas encuestas se puede desagregar y aislar el gasto del turismo del gasto general del hogar. Estas encuestas pueden proporcionar una descripción razonablemente fiable de la generación de gasto del turismo.

Rendimientos de la Banca (método específico para las economías reguladas): Se utiliza en las economías en donde el control de divisas es estricto y donde los turistas internacionales que entran deben gastar en la moneda local; el valor total de los cambios de moneda extranjera personales declarado por los bancos, en ocasiones, supone una estimación del gasto de los turistas extranjeros.

De acuerdo con la OMT se recomienda que los destinos turísticos incluyan un módulo de gastos en las encuestas realizadas a los visitantes, en el caso del turismo interno puede utilizarse una encuesta con un módulo periódico, ya sea mensual, trimestral o anual; la encuesta puede realizarse de forma continua, sin embargo, si el perfil de consumo es relativamente estable a corto plazo, la encuesta podría realizarse con menos frecuencia.

II.2.1.1. El efecto multiplicador del gasto turístico.

El análisis del efecto multiplicador se usa para calcular el impacto de los gastos del turismo en la economía en un momento determinado, sabiendo que del gasto inicial que se produce, una parte involucra a la demanda de importación para cubrir las necesidades de los turistas, pero que la mayor parte del gasto inicial se filtra en la economía para estimular posteriores gastos indirectos e inducidos frente al gasto inicial. La cantidad inicial de gasto turístico genera cambios en la economía, (en resultados, en rentas, empleo y contribución a los ingresos del estado) Los cambios en las diversas categorías pueden ser menores, iguales, o mayores que el cambio inicial en el gasto turístico que empezó el proceso económico. Los

multiplicadores turísticos se pueden dividir en cinco tipos principales (Lickorish y Jenkins, 2000:205)

Multiplicadores de transacciones o ventas: En donde un aumento del gasto turístico genera ingresos de negocios adicionales. Este multiplicador mide el ratio entre estas dos variables (gasto turístico/ingresos en negocios adicionales)

Multiplicador de resultado: Refleja la cantidad de resultado adicional generado en la economía como consecuencia del gasto turístico. La diferencia con el anterior es que este está relacionado a la variación de los niveles reales de producción y no al volumen o valor de las ventas.

Multiplicador de la renta: Mide la renta adicional creada en la economía como consecuencia del aumento en los gastos turísticos.

Multiplicador de ingresos del estado: Mide el impacto sobre los ingresos del estado como consecuencia del aumento de los gastos turísticos.

Multiplicador de empleo: Mide la cantidad total de empleo creado por una unidad adicional del gasto turístico.

Si bien el análisis multiplicador se usa extensamente como técnica cómoda y de fácil acceso, es necesario interpretar los resultados con cautela, ya que se necesita tiempo (y dinero) para recopilar los datos adecuados y la actividad turística presenta dificultades especiales por su condición de ser multisectorial a la hora de generar datos. A pesar de las limitaciones que pueda tener, es una técnica de las más utilizadas para medir el impacto turístico. (Lickorish y Jenkins, 2000:89)

Siguiendo a Bull (1994:177), los multiplicadores del turismo han sido desarrollados durante algunos años, basándose en principios keynesianos. El *multiplicador sencillo*, el cual se puede aplicar a cualquier sector económico, muestra la cantidad total de ingresos o de cualquier variable que se mida en relación con la inyección inicial o con el gasto del turismo. Por ejemplo el gasto del turismo internacional, significa unos ingresos superiores para los oferentes de los servicios turísticos, que serían distribuidos en parte en sueldos y salarios, alquiler, intereses y beneficios que necesitan las empresas turísticas. Los receptores de estos

incrementos de los ingresos señalados pueden entonces ahorrar o gastar esos aumentos. Si llega un punto en el que eligen gastar en bienes y servicios producidos en la economía de su país, un círculo de transacciones crea un aumento de los ingresos inducidos para los oferentes secundarios, quienes entonces tienen más para gastar.

Un ejemplo es: siendo el gasto inicial de \$1000, de los que se vuelven a gastar \$500 en la economía de los ingresos indirectos e inducidos. De esos \$500, vuelven a circular \$250 y así sucesivamente. El valor total de los ingresos creados durante algún tiempo es la suma de la progresión aritmética:

$$\$1000 + \$500 + \$250 + \$125 \dots = \$2000$$

En donde el valor de ingreso total de 2000\$ es el doble del gasto inicial de 1000\$, el valor del multiplicador en este caso se mantiene igual a 2. El valor de 2 está directamente relacionado con los hábitos de gasto de los receptores de los ingresos; en cada círculo vuelven a gastar la mitad de los ingresos extra. Lo que se define como la propensión marginal a consumir (PMC)

$$\text{Multiplicador sencillo} = \frac{1}{1 - \text{PMC}}$$

Es importante que de acuerdo al efecto multiplicador generado por el turismo a través de las relaciones insumo-producto de una región o zona se lleven a cabo acciones que permitan que una buena parte del gasto turístico que realizan los turistas quede en la zona. Vera y Marchena (1995) en Rodríguez, C. (2008:19).

II.2.1.2. La Cuenta Satélite de Turismo

Dada la importancia del turismo en las economías nacionales de todo el mundo, y que la información obtenida es particularmente deficiente, es necesario contar con datos fiables relativos a la importancia y magnitud del turismo. Se trata de incurrir en técnicas relevantes que permitan una mayor concientización del impacto económico del turismo.

Varisco (2005:70) afirma que el surgimiento de esta metodología ha tenido lugar en la segunda mitad del siglo XX de acuerdo con el desarrollo masivo del turismo y su importancia económica a nivel mundial, junto a la necesidad de contar con un sistema estadístico que permita la comparación internacional, ha hecho que un grupo de especialistas puedan unificar

definiciones y criterios, con una importante injerencia por parte de la OMT que ha generado un consenso necesario para desarrollar un sistema de información coherente con el Sistema de Cuentas Nacionales.

En síntesis se trata de un sistema que ha sido desarrollado para medir los impactos económicos del turismo en una economía nacional y con carácter anual.

La CST completa proporcionará según OMT (2001):

- ✚ Agregados macroeconómicos para describir la magnitud y la importancia económica del turismo, tales como el valor añadido turístico y el producto interior bruto (PIB) turístico, consistentes con los agregados similares para el total de la economía, y para otras actividades productivas y áreas de interés funcional;
- ✚ Datos detallados sobre el consumo del visitante y cómo este consumo es satisfecho por la oferta interior y las importaciones, integrados dentro de las tablas generales de origen y destino de las cuentas nacionales, tanto de precios corrientes como constantes;
- ✚ Las cuentas de producción detalladas de las industrias turísticas, que incluyan datos sobre empleo, correspondencias con otras actividades económicas productivas y la formación de capital;
- ✚ Información básica necesaria para el desarrollo de modelos de impacto económico del turismo (tanto a nivel nacional como supranacional), para la preparación del análisis orientado al mercado turístico, etc.
- ✚ Una correspondencia entre los datos económicos y otra información no monetaria sobre el turismo, tales como número de viajes, duración de la estancia, motivo del viaje, modos de transporte, etc.

“La Cuenta Satélite de Turismo ofrece dos tipos de coherencia: en primer lugar, entre la medición del turismo desde la perspectiva de los visitantes a través de su actividad de consumo, y desde la perspectiva de la oferta de bienes y servicios de todas las industrias (fundamentalmente, las industrias turísticas) con miras a satisfacer su demanda; en segundo lugar, entre la utilización y la oferta generales de todos los productos y todos los agentes de la economía, por una parte, y la demanda generada por los visitantes, por otra”.(OMT,2010:76)

“La medición económica del turismo se dificulta por lo característico de esta actividad, es un tipo especial de consumidor: el visitante. A diferencia de la mayoría de las actividades económicas que pueden definirse como rama de la actividad en relación con las características de bienes y servicios que producen, el servicio prestado por un restaurante o los bienes vendidos en un comercio, formaran parte del impacto económico del turismo si quien realiza este consumo es un turista” (Varisco,C., 2005:69)

Es decir que cuando se analiza el gasto realizado por los visitantes, se puede alcanzar diversas ramas de la actividad no solo las tradicionales, esto es hotelería, transporte, agencias de viajes, sino que también se incluyen el servicio de bancos, los comercios, etc.

Es posible dar cuenta que a medida que los países desarrollan sus CST, se pueden realizar comparaciones internacionales sobre una base común (comparación válida en términos generales). Para conocer el detalle del aporte del turismo a la economía es interesante recurrir a las CST de cada país. (Varisco,C., 2005)

“Los principales impactos económicos del turismo están vinculados a las ganancias en divisas, a la contribución de los ingresos estatales, a la generación del empleo y renta y al estímulo de desarrollo regional...” “El turismo interno puede tener una considerable relevancia en el marco de una economía nacional. En contraste con el turismo internacional, el interno representa una transferencia de poder adquisitivo en la economía” (Lickorish, 2000:83).

II.3. Políticas Turísticas.

De acuerdo a la OMT (1998) el fin que tienen las mismas es proporcionar un mayor bienestar de los ciudadanos del país, complementando la actuación de los agentes privados que intervienen en el mercado turístico. El sector público regula la actividad turística utilizando medidas de tipo coactivo (como los impuestos) o concediendo incentivos para favorecer iniciativas que el sector privado no puede afrontar por sí solo.

La labor de la Administración Pública a la hora de desarrollar políticas es muy compleja, se debe partir de un análisis detallado de la situación del sector que permite desarrollar puntos fuertes y débiles de la actividad, tanto por el lado de la demanda como de la oferta, para esto, el sector público es el único capaz de afrontar los costes que supone la recopilación, archivo y análisis de la información necesaria para que la decisión que se tome sea correcta, la cual resulta inalcanzable la mayoría de las veces para los agentes privados por falta de recursos.

Es necesario aclarar que la política turística en comparación con otras políticas sectoriales se caracteriza por una gran complejidad, determinada por la variedad de subsectores que conforman el sector turístico (alojamiento, restauración, agencias de viajes, etc.) lo cual dificulta la toma de decisiones globales, considerando que cada subsector tiene sus propias problemáticas; además la heterogeneidad del sector, genera problemas para las Administraciones Públicas en su función de coordinación del mercado. A pesar de esta

complejidad sólo la acción pública es capaz de asegurar la coordinación entre los distintos agentes implicados, a fin de responder a las necesidades de los consumidores (OMT, 1998:169-172).

A nivel internacional el esfuerzo se le atribuye a una serie de organismos que se dedican a guiar, asistir y aconsejar a 2/3 de los gobiernos mundiales en sus responsabilidades turísticas, estos son la OMT (Organización Mundial del Turismo), la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico), el FMI (Fondo Monetario Internacional) el BIRD (Banco Internacional de Reconstrucción y Desarrollo), la OIT (Organización Internacional del Trabajo) (OMT, 1998: 177).

Las acciones que llevan a cabo los organismos de turismo varían de un municipio a otro, observándose una presencia diferente del sector público en el desarrollo de la actividad turística. Varisco, C. (2000) destaca especial importancia a que cada municipio le asigna a la actividad turística en relación a otras actividades económicas, el rango y el grado de descentralización que se le brinde al Organismo Municipal de Turismo, las políticas turísticas que el mismo se plantee como así también los objetivos de la gestión, la dotación y capacitación de los recursos humanos y por último los recursos financieros con los que cuenta.

La planificación ha estado tradicionalmente vinculada a las políticas públicas y el proceso de toma de decisiones desde instancias político administrativas, no obstante no se trata de un proceso meramente político sino que se vincula también con el conocimiento científico y técnico de las acciones en el ámbito público. De acuerdo con estos razonamientos básicos, la planificación es ámbito de intervención del Estado en el turismo y por tanto es una función de la política turística. (Ivars, Josep A., 2001)

La planificación turística como herramienta de desarrollo será abordada con mayor profundidad en el siguiente apartado.

II.3.1. Herramientas de la Planificación.

La planificación es un instrumento que permite intervenir deliberadamente en la realidad, para modificar u orientar la situación actual (imagen-objetivo) de un destino, que se transformaría en una situación no deseada en el caso de no intervenir. Se determinan objetivos que desean alcanzar los actores involucrados respecto a un territorio determinado, ya sea una región o una localidad, dependiendo de alcance que pretenda el plan. (Silke Schutle, 2003: 57)

Por otra parte, la planificación estratégica intenta determinar objetivos, asociar recursos y acciones para luego examinar resultados y las consecuencias de las decisiones tomadas, teniendo como referencia el logro de metas predefinidas; es un proceso ya que busca las estrategias adecuadas para su perfeccionamiento y es un instrumento porque constituye un marco conceptual que orienta la toma de decisiones. Esta se compone de planes, programas y proyectos. (Silke Schutle, 2003:58)

Actualmente la planificación turística es esencial para alcanzar el éxito de la gestión y el desarrollo (OMT, 1994), lo cual es relevante ya que aquellos destinos turísticos planificados inadecuadamente, sufren problemas de tipo ambiental, social o económico afectando a los residentes del lugar y a la satisfacción del turista, lo cual concluye en un decrecimiento de los beneficios que el turismo le puede otorgar a la comuna. (Ivars, Josep A., 2001)

La planificación turística tiene como fin establecer los objetivos del desarrollo y las políticas para conseguirlos, garantizar la conservación actual y futura de los recursos turísticos, integrar los objetivos del turismo con otros sectores socioeconómicos, ofrecer una información rigurosa y útil a la toma de decisiones pública y privada, optimizar los beneficios económicos, ambientales y sociales del turismo y minimizar los posibles problemas del turismo, facilitar el marco institucional y organizativo para el desarrollo de la planificación y la gestión turística permanente, por último favorecer la coordinación del sector público y del privado y generar una evaluación continua de la gestión turística. (OMT, 1998)

Para Murphy, la planificación se anticipa y adapta a los cambios de un sistema para promover un desarrollo ordenado que permita incrementar los beneficios sociales, económicos y ambientales del proceso de desarrollo; la adaptación a los cambios constituye otro aspecto esencial de la planificación turística, teniendo en cuenta el dinamismo que presenta esta actividad. Hall (2000) en Ivars, Josep A. (2001:131)

Como se ha mencionado anteriormente, la planificación de los municipios turísticos depende de una decisión política y de la necesidad de que el Estado local preste funciones que son indelegables como: capacitación, promoción, programas recreativos para los residentes, fomento de las inversiones, control del crecimiento del área central, facilitar y regular la actividad privada, aumentar la eficiencia de la actividad privada, administrar los fondos públicos para evitar déficit fiscal, investigar las variables que condicionan el funcionamiento del sector. (Pascale, Juan C.,2008)

II.4. Gestión de los destinos turísticos.

Osorio Acosta, Estefanía (2005) en Rodríguez, C. (2008) expone que un destino turístico no explica por sí mismo el conjunto de relaciones que tiene en su interior y tampoco explica por sí mismo la posición competitiva que pueda llegar a tener respecto a al mercado turístico; sino que es necesaria la intervención de determinados agentes que utilizando medios productivos y políticos a su alcance, desarrollan competencias tendientes a un resultado final de naturaleza intangible.

Se trata de personas que a partir de sus capacidades gestionan sus respectivos ámbitos de competencia dentro de un contexto temporal y de un entorno competitivo determinado. Cabe subrayar que en la medida que la cultura, la participación de los ciudadanos y las organizaciones del destino faciliten el proceso, más posibilidades de lograr el éxito deseado existirán.

Un entorno que fomenta la rivalidad empresarial es más propenso a la innovación y se adapta mejor a los cambios de mercado, apoyándose en los avances tecnológicos; esto hace que se mejore la eficiencia y productividad del destino.

Ritchie y Crouch exponen que los gestores de un destino turístico influyen, facilitan y coordinan pero “no son el destino”. La capacidad para gestionar los recursos internos del destino la llevan a cabo los siguientes agentes. Osorio Acosta, Estefanía (2005) en Rodríguez, Cecilia A. (2008).

Gestores con capacidad normativa, hace alusión a la participación activa de la Administración Pública local en el desarrollo turístico. Son quienes a través de los instrumentos de planeamiento urbanístico establecen el alcance y los límites del modelo de desarrollo turístico que se quiere alcanzar. El gobierno local es también el responsable de los servicios públicos compartidos entre la población local y turistas, que se ofertan en el destino.

El papel de las administraciones públicas de ámbito supra-local, con competencias en materia turística se concentra en la ordenación y regulación sectorial, la redistribución financiera de la recaudación impositiva y la estabilización del sistema mediante acuerdos horizontales y verticales de colaboración con otras administraciones sectoriales y territoriales,

también contribuye al posicionamiento y comercialización de los destinos mediante la dotación de sistemas de información y promoción turística.

Gestores con capacidad ejecutiva, forman el tejido económico y productivo del destino y, su nivel de implicación en la gestión integral del destino suele ser directamente proporcional al volumen de sus intereses económicos particulares.

Los proveedores del sistema son las empresas y organizaciones que suministran los factores básicos de producción que necesita. Estos son: la fuerza laboral (en algunos casos), los equipamientos, construcción, materias primas, y productos transformados, entre otros. La proximidad de los proveedores con la industria, favorece el abaratamiento de los costes relativos a la logística de distribución y permite una mayor precisión de la calidad para productos y servicios.

Y por último los *gestores con capacidad política*, son todas aquellas personas y grupos afectados por la actividad turística y que tienen la capacidad de influir políticamente en la gestión del destino. En contextos democráticos, la población local participa indirectamente en la planificación y gestión desde el momento que elige su opción política preferente. La sociedad civil organizada puede ejercer un control y una presión de importante alcance en los otros agentes del destino y en las decisiones que tengan que ver con el desarrollo turístico.

Una cuestión importante en la gestión de destinos turísticos es la actitud que toman los residentes, ya que según cuál sea ésta, dependerá el éxito del desarrollo turístico; su amabilidad, eficacia e imagen personal están directamente asociadas a la calidad percibida del destino. Osorio Acosta, Estefanía (2005) en Rodríguez, Cecilia A. (2008).

CAPÍTULO III

Caracterización del espacio geográfico

III.1. Caracterización y Localización de Monte Hermoso

El partido de Monte Hermoso se extiende como una franja paralela al mar, a lo largo de 32 Km. en dirección este-oeste; cuenta con una superficie de 230 Km², ubicado en el Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires.

Las condiciones y características de la playa son los factores determinantes del sitio de la localidad, ubicada sobre la costa atlántica, dentro de la barrera medanosa austral, a los 38°59'33'' de latitud sur y a 61°15'55'' de longitud oeste.

Por su ubicación geográfica (de este a oeste) es la única en el país donde el sol nace y se pone en el mar, esta característica le permite al visitante permanecer en ella durante más tiempo, sin conos de sombra, además de la temperatura de sus aguas, que es superior en 5° C a las de otras playas.

El río Sauce Grande marca el límite entre este partido y el de Coronel Dorrego. Limita al Sur con el océano Atlántico, al Norte y al Este con Coronel Dorrego y al Oeste con el partido de Coronel Marina Leonardo Rosales.

El Partido se comunica con el resto de la provincia a través de la ruta nacional N°3, que luego empalma con la ruta provincial N° 78 de 26 Km., y que finaliza en el centro urbano (ambas rutas 3 y 78 se encuentran totalmente asfaltadas). Aproximadamente a 5 Km. antes del ingreso a la ciudad, la entrada al tejido se bifurca en dos accesos: el Este, totalmente pavimentado y el Oeste, consolidado (Ver Figura 1).

Cabe destacar la posibilidad que tienen aquellos turistas provenientes de Capital Federal o de otras provincias del interior, de arribar en avión a la Aeroestación Comandante Espora en la ciudad de Bahía Blanca, ubicada a 100 Km del balneario.

En cuanto a las condiciones climáticas, el área se encuentra dentro de la zona de clima templado pampeano, con características bien diferenciadas debido a la influencia del mar. La temperatura media anual de 14°C, con una máxima registrada durante el mes de Enero (máxima media de 20,4 °C) pudiendo llegar hasta 49°C coincidiendo con los días en que la brisa marina no hace sentir sus efectos y una mínima durante Junio (mínima media de 3,1 °C). Y la precipitación anual media alcanza los 841,6 mm. (Celsi, C; Monserrat, A., 2005:4).

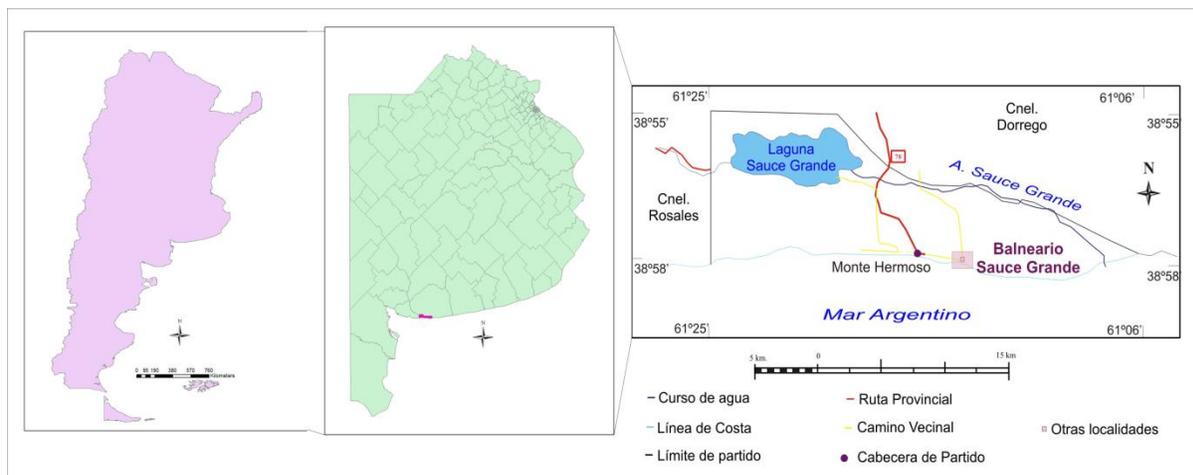
Los vientos provienen predominantemente del continente, durante el verano la tendencia es que provengan del NE y en invierno del NO. A su vez, se dan fuertes vientos provenientes del SE y SO, en períodos de tormentas ejerciendo una alta erosión en la zona costera, este fenómeno es comúnmente conocido como “sudestada” los cuales elevan notablemente el nivel del mar.

El sistema de playa posee una morfología plana que se prolonga durante 32 Km, con un ancho que oscila entre los 50 a 100 metros .Compuesta por arenas de grano fino a mediano, ricas en hierro, con suave declive hacia el mar. Posee un perfil cambiante de bermas y canales que dependen de las condiciones oceanográficas. Predominan las olas provenientes del sur, con alturas entre 0.30 a 0.60 metros.

La región dunícola, tiene su origen en la acumulación de arenas de la playa debido a la acción erosiva del mar y a la influencia del viento. Se observa la diferencia entre médanos vegetados (médanos fijos, de vegetación rala de tipo xerófila) y médanos vivos (aquellos que son áridos y movedizos), los primeros se encuentran en cercanías de la costa y detrás de estos se forman otros cordones perpendiculares a la costa, con una extensión que varía de 5 a 7 Km. La temperatura, la presión, el viento y la humedad son factores climáticos que ejercen de manera directa sobre el desarrollo y la dinámica de la costa; de ellos, el viento es que ejerce mayor incidencia, los fuertes vientos del sur soplando de forma regular, producen incrementos del nivel del mar. Esta recibe aportes sedimentarios desde el continente a través de los ríos y el viento; desde el mar a través de las olas. La playa “crece” en verano debido a las olas pequeñas y calmadas, mientras que en invierno, los fuertes vientos en dirección a la costa, elevan la presión hidráulica y tienden a “disminuir” la playa

Figura 1

Localización de Monte Hermoso



Fuente: Geraldí Alejandra, 2013.

III.2. Descripción socioeconómica:

El turismo es la actividad que predomina y la cual brinda la principal fuente de ingresos. Se caracteriza por un turismo de sol y playa, con una estacionalidad marcada en temporada estival. A su vez, es importante destacar que la actividad ictícola, tanto artesanal como deportiva, se constituye en otra opción importante para la economía local, siendo la pesca artesanal la segunda actividad productiva del municipio. (Lalli, C., 2011:42)

En base a información censal (INDEC, 2010) Monte Hermoso posee 6494 habitantes y “se caracteriza por un marcado dinamismo poblacional (55.4% entre 1991-2001, y 16% entre 2001- 2010), superando la variación registrada por la Provincia de Buenos Aires (9.8% entre 1991- 2001, y 13% entre 2001- 2010), principal área socioeconómica del país”. (Corbella V., 2012: 159)

“Desde el punto de vista productivo, la composición de su Producto Bruto Geográfico (PBG), en base al criterio de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (Argentina. Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos, 1997), las mayores contribuciones dentro de su estructura productiva están asociadas a las ramas hoteles y restaurantes y servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler, con un 6.1% y 51.8% respectivamente. Asimismo, la importancia de la rama hoteles y restaurantes se acrecienta si evaluamos la participación de Monte Hermoso en el Total Provincial por Rama Productivas. En este caso, el mayor porcentaje, para el año 1993, se verifica en la rama Hoteles y Restaurantes, confirmando el desempeño de esta localidad como centro turístico a nivel regional. En términos dinámicos, Monte Hermoso registró una tasa de crecimiento

positiva del PBG 1993-2003 de 12.17% (Argentina. Gobierno (2004).”(Corbella, V., 2012: 160)

La localidad cuenta con infraestructura turística básica, pero completa, con gran variedad de lugares gastronómicos, de alojamiento y entretenimiento, paradores situados en la playa. Además los turistas tienen como opción además de la playa atractivos turísticos como los Museos, Museo Histórico Municipal, Museo de Ciencias “Vicente Di Martino”, Museo naval; Laguna Sauce Grande, el Faro Recalada, el Sitio Arqueológico Monte Hermoso I (ex El Pisadero), el Paseo del Pinar, entre otros. (Corbella, V., 2012)

De acuerdo a las características que posee Monte Hermoso, tiende a atraer un turismo de tipo familiar, lo que se conoce como turismo residenciado. (Vaquero *et al.*, 2006 en Coorbella, V., 2012: 160)

CAPÍTULO IV

Análisis y Evaluación de la Demanda Turística

IV.1. Aspectos metodológicos:

Para llevar a cabo esta estudio se ha extraído información referente al *Gasto turístico*² y a la *Composición del Gasto turístico*³, las cuales se han tomado como variables cuantitativas dependientes (objetivo) para establecer relaciones con variables cualitativas independientes (características), tales como:

- + Sector de Playa elegido por los turistas/excursionistas,
- + Procedencia,
- + Nivel de Educación,
- + Calidad Percibida de los servicios privados,
- + Actividad Laboral,
- + Estadía Promedio,
- + Segundos Residentes.

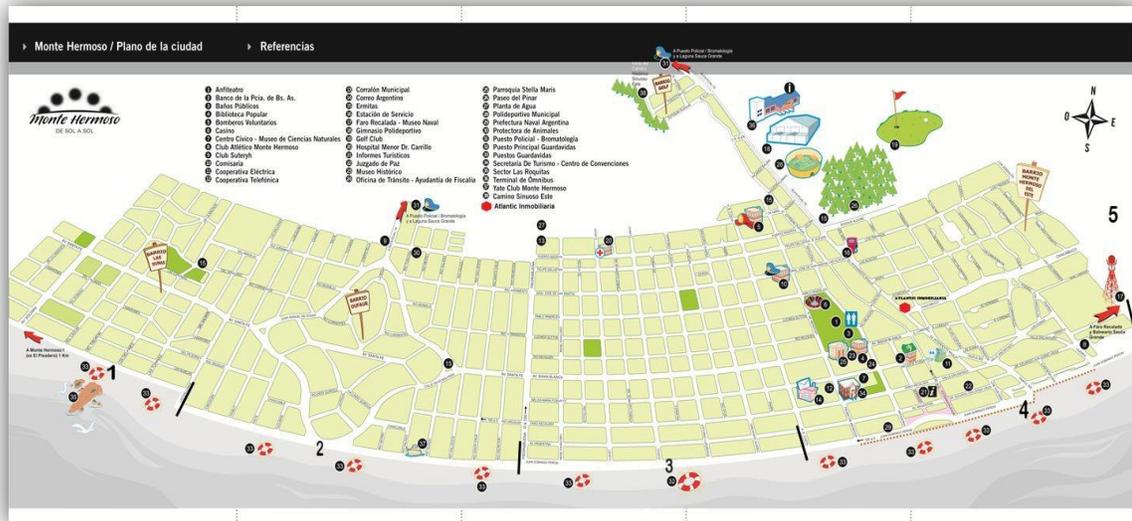
Las mismas han sido obtenidas de las encuestas⁴ realizadas por el equipo de investigación del Proyecto “Gestión de un destino turístico: aplicación de indicadores de sustentabilidad. Estudio de caso: Monte Hermoso” pertenecientes al Departamento de Geografía y Turismo de la Universidad Nacional del Sur y la Secretaría de Turismo y Cultura del Partido de Monte Hermoso, con el objeto de determinar las características de la demanda; fueron distribuidas en distintos sectores de playa con el fin de obtener una representación proporcional del uso que hacen turistas y excursionistas de los sectores elegidos. Se determinaron cinco sectores de Oeste a Este

² “El *gasto turístico* hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos incurridos por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros” (Naciones Unidas y OMT, 2010:35)

³ La *composición del gasto turístico* permite inferir que proporción de gasto de los turistas se asigna a cada uno de los componentes (Alojamiento, Alimentación, Entretenimientos, Excursiones y Compras) de la canasta turística (Análisis de la demanda Monte Hermoso 2007).

⁴ Este tipo de encuestas adoptan el método cuantitativo personal, han sido realizadas durante la temporada estival los días miércoles y domingos de cada semana en los meses de Enero-Febrero de 2013; la muestra comprendió un total de 1882 encuestas, 1134 en el mes de Enero y 748 en el mes de Febrero estimada con un intervalo de confianza del 95% para un desvío estándar de 2,4%.

Figura 2
Sectores toma de encuestas



Fuente: Secretaría de Turismo de Monte Hermoso

- 1) Las Dunas
- 2) Las Ballenas/Piedrabuena
- 3) Piedrabuena/Costa
- 4) Costa/Faro Recalada
- 5) Balneario Sauce Grande

Como antecedente se cuenta con los estudios realizados en 2006, 2007, 2008, 2009 y 2012, los cuales se podrán utilizar en un futuro para realizar proyecciones en el tiempo, anticipar el comportamiento de la demanda; conocer la evolución de la misma y el perfil del turista en los últimos años.

En los siguientes apartados se realizará un análisis y evaluación de correlación entre dos variables (dos dimensiones) en primera instancia, y luego se abordará el análisis de correlación entre tres variables (tres dimensiones), teniendo como objetivo determinar el comportamiento del consumo del turista respecto al Gasto y a la Composición del Gasto, en particular tomando como referencia el Gasto Promedio Diario por Persona⁵.

⁵ Esta variable surge de relacionar el Gasto Promedio del Grupo Familiar con su estadía promedio y la cantidad de integrantes promedio del grupo representativo.

Cabe destacar que se han utilizado planillas de cálculo Excel para vincular las variables seleccionadas, y luego se ha procedido a elaborar Gráficos Dinámicos para visualizar los resultados.

IV.2. Comportamiento del Gasto turístico en Monte Hermoso. Evaluación de correlación entre dos variables.

Bajo la constante de la variable dependiente de *gasto turístico*, se procura la selección de distintas variables independientes sujetas a los casos de análisis que se abordarán a continuación:

IV.2.1. Gasto turístico según sector de playa: Se procede a estudiar la relación entre la variable dependiente *gasto turístico* y la variable independiente *sector de playa*. La muestra (encuestas) fue obtenida en los sectores de playa: *Las Dunas, Las Ballenas/Piedrabuena, Piedrabuena/Costa, Costa/Faro Recalada, Sauce Grande*.

Figura 3
Gasto turístico según sector de playa



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

De analizar los distintos sectores de playa se desprende que el mayor gasto promedio por grupo (columnas en azul) lo realizan aquellos turistas que acuden al sector comprendido por *Costa/Faro Recalada*, dando un resultado de \$9.938 el cual se destaca significativamente con el 35 % por encima del gasto promedio grupal general de la temporada (considerando todos los sectores encuestados) que es \$7.366.

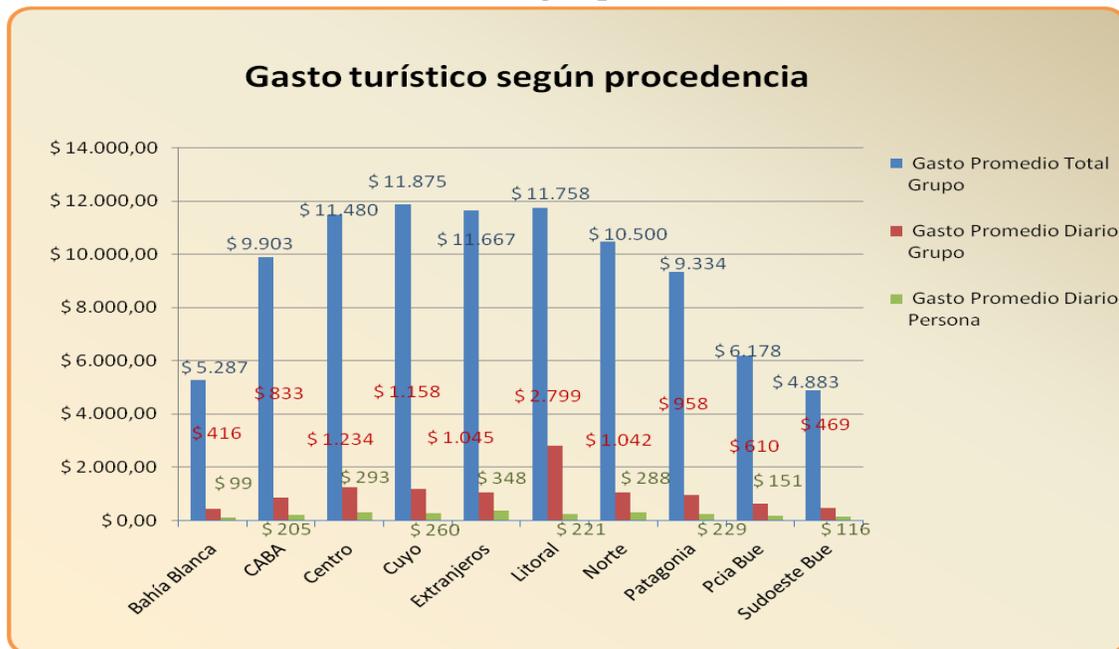
Sin embargo, con respecto al **gasto promedio diario por persona** (columnas en verde), el sector que presenta el valor más alto es *Las Dunas*, totalizando \$210 por persona por día, un 16% por encima del gasto promedio diario por persona de la temporada (\$181). Este resultado se produce debido al menor valor en el número de integrantes promedio del grupo familiar registrado en éste sector (3,47) frente a los 5,29 del sector *Costa/Faro Recalada*.

A partir del análisis, se podría interpretar que el mayor nivel de gasto promedio diario por persona registrado para el sector *Las Dunas* tendría relación con un grupo familiar representativo de niveles de ingresos económicos promedio mayores en comparación al resto de los sectores, en consonancia con grupos familiares de menor cuantía en lo referente a número de integrantes.

En el caso opuesto, el sector de *Sauce Grande* presenta un menor nivel de gasto diario por persona debido a que no existiría una disponibilidad tan amplia de servicios que induzcan a altos niveles de consumo, manifestándose una probable menor propensión al gasto por parte del grupo familiar que concurre a este sector.

IV.2.2.Gasto turístico según procedencia: Siguiendo la regionalización propuesta por el Ministerio de Turismo de la Nación para el Plan Estratégico de Turismo Sustentable 2016, se tomarán las regiones **Norte** (*Catamarca, Santiago del Estero, Tucumán, Salta y Jujuy*), **Litoral** (*Santa Fé, Formosa, Chaco, Misiones, Corrientes, y Entre Ríos*), **Cuyo** (*La Rioja, Mendoza, San Juan y San Luis*), **Centro** (*Córdoba*), **Patagonia** (*La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego*); a la región **Buenos Aires** se la regionaliza de la siguiente manera: partido de **Bahía Blanca**, **Ciudad Autónoma de Buenos Aires** y **Sudoeste de Buenos Aires**. Además se contabilizan los **Extranjeros**. La variable dependiente es el **gasto turístico**.

Figura 4
Gasto turístico según procedencia



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

Es posible observar que el segmento de los turistas provenientes de *Cuyo*, asumiría contraer un mayor gasto de dinero durante sus vacaciones, con \$11.875 (gasto promedio grupal), superando en un 61% al promedio grupal general de la temporada (\$7366), seguido por aquellos visitantes que provienen del *Litoral* argentino (\$11.758), y la región del *Centro* (\$11.480).

Respecto al mayor **gasto promedio diario por persona**, los *Extranjeros*⁶ afirmarían gastar \$348 diarios, lo cual indicaría un 92% por encima del promedio diario por persona de la temporada, resultado que podría destacarse debido que este segmento posee una cantidad promedio de 3 integrantes como grupo familiar, mientras que el promedio de integrantes de las demás regiones asciende a 4 personas. Luego se destaca la región *Centro* con un gasto por persona diario de \$293, un 62% por encima del promedio diario por persona de la temporada. De modo opuesto, el partido de *Bahía Blanca* es el centro emisor que representaría el menor

⁶ Cabe destacar que de la totalidad de las encuestas realizadas (1882), sólo seis entrevistados afirman provenir de otro país; lo cual resulta ser una muestra poco significativa para estimar resultados y comportamientos.

gasto con \$99⁷, lo cual significa un 45% por debajo del gasto promedio por persona diario de la temporada (\$181), le sigue el *Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires* con un gasto de \$116 por persona por día, un 36% por debajo del promedio diario por persona de la temporada y luego el resto de la *provincia de Buenos Aires* con un gasto de \$151 por persona por día, un 17% por debajo del promedio diario por persona de la temporada; siendo estos los centros emisores que tendrían un menor nivel promedio de gasto por persona por día.

Si bien *Bahía Blanca* es el centro emisor a partir del cual Monte Hermoso recibe el mayor flujo de turistas, se establece que poseen una menor propensión al gasto, dando cuenta también que no necesariamente los turistas que pasan mayor cantidad de días de permanencia (12,69) en el destino son los que más gastan. En el caso contrario los visitantes Extranjeros tendrían una mayor capacidad de gasto, considerando que la estadía promedio resultaría ser de 7,4 días.

IV.2.3. Gasto turístico según nivel de estudio: La variable independiente se ha seleccionado según el *nivel de estudios* realizados por parte de los turistas, tales como *Primario completo, Secundario completo, Terciario completo, Universitario completo*. Cabe destacar que para la variable *Sin estudios* no se recabaron muestras suficientes como para asegurar el gasto promedio de este segmento. La variable dependiente *gasto turístico* es la constante.

⁷ El gasto por persona diario para Bahía Blanca sería relativamente bajo. Esto podría estar relacionado con el comportamiento evidenciado en los casos de segundas residencias, donde suelen "replicarse" decisiones económicas del lugar de origen.

Figura 5
Gasto turístico según nivel de estudio



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

El resultado de hacer el correlato entre estas variables ha dado cuenta que el segmento de turistas con estudios *Universitarios completo*, afirmarían gastar mayor cantidad de dinero con un gasto promedio grupal de \$9.199, superando en un 25% al gasto promedio general de la temporada, siendo también el segmento que más gasta como grupo por día con \$773; sin embargo el mayor **gasto promedio diario por persona** corresponde al segmento de turistas con estudios *Secundarios completos* con \$189, sólo un 4% por encima del gasto promedio diario por persona de la temporada (\$181), seguidos por aquellos turistas que poseen estudios *Universitarios completos*, los cuales efectuarían un gasto por persona diario de \$178. Ahora bien, quienes asumirían gastar menos por día y por persona son aquellos visitantes que tienen estudios *Primarios completos*, quienes realizarían un gasto de \$160, un 12% por debajo del gasto promedio diario por persona de la temporada.

De la lectura del gráfico y sus resultados, se podría inferir en la siguiente regla: a mayor nivel de estudio, mayor propensión al gasto promedio grupal; esto podría explicarse a

partir del cambio paulatino que se concibe en las características de la demanda durante los últimos años, tal como sucede en los niveles educacionales, dando como resultado un viajero más informado, mayormente experimentado y con una gran diversidad de necesidades y deseos que satisfacer (OMT, 1998). Probablemente los turistas con mayor nivel de estudio, serían los que demanden productos que se adecúen a sus necesidades, consuman espectáculos culturales, y entretenimientos para toda la familia.

Según la información analizada, se verifica que grupos con mayor nivel de estudio poseen mayor promedio de integrantes (de 4 integrantes promedio general de la temporada a 4,34 integrantes promedio *Universitario completo*) y en el mismo sentido mayor es la estadía promedio (de 10 días promedio general de la temporada a 11,9 *Universitario completo*). Esto explicaría que si bien el gasto grupal asciende a medida que los grupos poseen mayor nivel de educación, los valores para el gasto por persona diario no presentan esa relación.

IV.2.4. Gasto turístico según calidad percibida: Se tendrá en cuenta la variable independiente referida a la *Calidad Percibida de los servicios privados* (transporte local y turístico, alojamiento, gastronomía, prestadores de servicios turísticos, centros de compras) que perciben los turistas, estas serán connotaciones de calidad tales como *Mala, Regular, Buena, Muy Buena y Excelente* para determinar una relación con la variable dependiente *gasto turístico*.

Figura 6
Gasto turístico según calidad percibida



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

Los turistas que opinan que la calidad de los servicios privados es *Muy Buena* representan el mayor gasto promedio grupal, que asciende a \$8553, un 16% por encima del gasto promedio general de la temporada (\$7366). Muy cerca se halla el segmento de los turistas que atribuyen la cualidad de *Excelente* a los servicios privados con \$8.458; es importante destacar que este rango es el que obtendría el mayor **gasto promedio diario por persona** con un total de \$211, lo cual implica un 17% por encima del gasto promedio por persona diario de la temporada (\$181). Por otra parte, quienes estiman realizar un menor gasto diario promedio por persona, son aquellos turistas que opinan que la calidad de los servicios privados es *Mala*, con \$92 por día por persona, un 49% por debajo del gasto promedio diario por persona de la temporada.

Para este caso se podría enunciar la siguiente regla: A mayor calidad de los servicios privados, mayor propensión al gasto por persona diario que realizan los turistas.

IV.2.5. Gasto turístico según actividad laboral: De acuerdo a la *actividad laboral* que será la variable independiente a analizar, se contemplarán subvariables tales como: **Ama de Casa**,

Docente, Empleado Estatal, Empleado Privado, Empresario, Estudiante, Jubilado/Pensionado, Profesional, mientras que la variable dependiente continúa siendo el *gasto turístico*.

Figura 7
Gasto turístico según actividad laboral



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

Es posible ver una significativa diferencia del gasto promedio grupal del segmento perteneciente a los *Empresarios* respecto de los demás segmentos, asumiendo gastar durante su estadía \$10.454, equivalente a un 42% por sobre el promedio general de la temporada (\$7366).

Por otro lado, el segmento de *Empleados Estatales* es el que resulta tener el mayor **gasto promedio diario por persona**, totalizando \$228 por persona por día, lo que representa un 26% por encima del gasto promedio por persona diario de la temporada (\$181); no obstante el menor gasto promedio diario por persona, se observa en iguales condiciones para aquellos

turistas que pertenecen al segmento de *Estudiantes* y al de *Jubilados/Pensionados* con \$134 por persona por día, lo cual significa un 26% por debajo del gasto promedio diario por persona de la temporada (\$181).

Esta situación podría corresponderse con la influencia que ejerce la naturaleza del trabajo respecto a la clase de vacaciones escogidas, más precisamente conocido como *referencia de grupo*, en donde el individuo para sentirse aceptado por su grupo, sigue las pautas de comportamiento en viajes y demanda turística seguidas por los miembros del grupo al que pertenece (en este caso, al grupo de trabajo) (OMT, 1998:75).

Por otra parte, que existe una diferencia de gasto entre *Empleados Estatales*, *Empleados Privados*, *Empresarios*, *Profesionales*, *Docentes* frente a los turistas *Estudiantes* y *Jubilados/Pensionados* podría interpretarse a partir de lo que se conoce como la *paradoja del ocio*, en la que queda reflejada la vida del individuo: cuando se es joven se tiene tiempo, pero no dinero para viajar; cuando se es adulto, se tiene dinero pero no tiempo (OMT, 1998:81).

IV.2.6. Gasto turístico según segundos residentes: Se procede a averiguar el *gasto turístico* (variable dependiente) en el que incurren aquellos turistas que poseen segunda residencia como los que no, siendo la *segunda residencia* propiamente dicha la variable independiente; dando como resultado dos subvariables, *Segundos residentes* (que posee vivienda propia) y *Turismo tradicional* (efectúa un gasto de alquiler en Hotel, Casa/Depto. Alquiler, Cabañas/Bungalow, Appart Hotel, Camping, Tiempo Compartido, etc), sobre las que se analizará el consumo.

Figura 8
Gasto turístico según segundos residentes



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

El gráfico permite observar una clara diferencia en el gasto de estos dos segmentos, por un lado respecto al gasto promedio grupal los turistas *Segundos residentes* quienes estimarían realizar un gasto de \$4.931, un 33% por debajo del gasto promedio general de la temporada (\$7366), mientras que los *Turistas tradicionales* realizarían un gasto que resultaría ser casi el doble de los primeros con \$8.350, un 13% por encima del gasto promedio general de la temporada. Lo mismo sucede para el gasto promedio diario por grupo y el gasto promedio diario por persona, en donde se observa que el *turista tradicional* gasta hasta tres veces más que el turista residenciado, dando cuenta también que la cantidad de integrantes y estadía promedio se diferencian dado que los *Segundos residentes* totalizan 15,18 días y 4,25 integrantes promedio frente a 7,8 días y 4 integrantes promedio que tendrían los *Turistas tradicionales*

A partir de los resultados analizados y teniendo en cuenta la teoría de turismo residenciado, es posible inferir que los *Segundos residentes* tendrían un menor gasto debido a que se comportan de modo similar al residente local y a que se provee regularmente de bienes y

servicios comercializados en la localidad, considerando que poseen una estancia media superior al del *Turista tradicional*.

“El comportamiento de estos turistas, como residentes eventuales, tiene una lógica de residente, ya que la mayoría de los gastos son en la adquisición de alimentos y bebidas, mantenimiento del inmueble, servicios personales y del hogar y servicios públicos que comparte con el residente” (Vaquero *et al*, 2006).

De forma inversa, el *Turista tradicional*, efectuaría un mayor gasto durante una menor estadía dado que generalmente gasta por encima de sus posibilidades.

IV.2.7. Gasto turístico según estadía promedio: La variable independiente será la *estadía promedio*, la cual ha sido previamente calculada, dando como resultado 10 días. Determinada la misma, se ha realizado un corte estableciendo que, los turistas que pasan más de 10 días serán contemplados en la subvariable *Larga estadía*, mientras que los que pasen menos de 10 días serán tenidos en cuenta en la *Corta estadía*. La variable dependiente es el *gasto turístico*.

Figura 9
Gasto turístico según estadía promedio



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

La correlación establecida entre estas dos variables ha dado cuenta que, los turistas que pasan una *Larga estadía*, es decir más de 10 días, estarían realizando un mayor gasto

promedio grupal totalizando \$10.626, lo cual sería un 44% por encima del gasto promedio general de la temporada (\$7366). En cambio los turistas que pasan una *Corta estadía* afirman gastar \$4.948, significando un 33% por debajo del promedio general de la temporada.

Ahora bien, en cuanto al **gasto promedio diario por persona** la situación se revierte, observando que aquellos visitantes que pasan una *Corta estadía* estimarían realizar un gasto mayor totalizando \$275 por día por persona, superando en un 52% al correspondiente de la temporada; este registro denota una importante diferencia con aquellos turistas que pasan una *Larga Estadía* debido a que por persona y por día estarían gastando \$107.

Este análisis permite establecer que si bien los turistas que pasan una *Larga estadía* realizan un mayor gasto grupal, aquellos que pasan una *Corta estadía* reflejan un mayor gasto diario por persona, permitiendo inferir que el aumento del índice de rotación generará impactos económicos contribuyendo a mayores ingresos en la economía local.

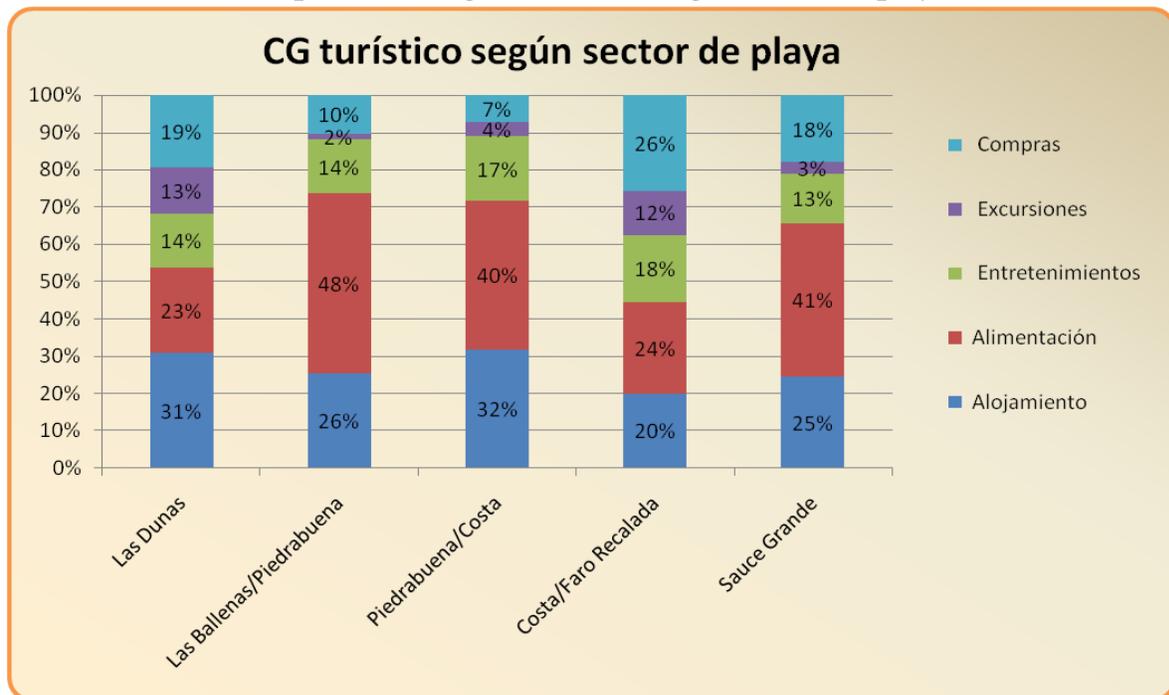
IV.3. Comportamiento de la Composición del Gasto turístico en Monte Hermoso.

Evaluación de dos variables.

En este segundo apartado se tendrá en cuenta como constante la variable dependiente de *composición del gasto turístico*, la cual hace alusión a la proporción del gasto que el turista estima realizar en cada uno de los componentes de la canasta turística, estos son Alojamiento, Alimentación, Entretenimientos, Excursiones y Compras; para relacionarla con las variables independientes utilizadas en los distintos casos del apartado de gasto turístico.

IV.3.1. Composición del gasto turístico según sector de playa: La variable dependiente será la *composición del gasto turístico* y la variable independiente *bajada de playa*, donde se han recabado los datos, esta incluye las bajadas de: *Las Dunas, Las Ballenas/Piedrabuena, Piedrabuena/Costa, Costa/Faro Recalada, Sauce Grande.*

Figura 10
Composición del gasto turístico según sector de playa



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

Es posible destacar que los turistas entrevistados en el sector de *Piedrabuena/Costa* atribuyen un 32% al gasto en Alojamiento respecto del gasto total que realizan durante sus vacaciones, lo cual significaría 6 puntos porcentuales más, es decir un 23% más que el gasto promedio de Alojamiento general de toda la temporada (26%), siendo este sector el que mayor cantidad asume gastar en ese componente turístico. Cabe destacar que la proporción que se le atribuye al Alojamiento por parte de todos los sectores es muy pareja.

Respecto al componente Alimentación el sector que realizaría un mayor gasto corresponde al de *Las Ballenas/Piedrabuena* con un 48% respecto al gasto total que realizan durante la temporada, 13 puntos porcentuales más que el gasto promedio de Alimentación general de la temporada (35%) es decir que se produce un aumento del 37% en el gasto en Alimentación. El sector que menos afirmaría gastar sería *Las Dunas* con un 23%, 12 puntos porcentuales menos que el gasto promedio de Alimentación general de la temporada, lo cual significaría un descenso del 34%.

El gasto en Entretenimientos parece ser muy parejo en todos los sectores, destacándose la mayor proporción en el sector que abarca la calle *Costa/ Faro Recalada*⁸ con un 18% respecto al gasto total que realizan durante la temporada, 2 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de Entretenimientos general de la temporada. El Sector de *Las Dunas* y *Las Ballenas/ Piedrabuena* se igualan con un 14% y el sector de *Sauce Grande* es el que menos incurre en este componente con un 13%.

En el componente Excursiones se puede visualizar dos importantes cortes, ya que por un lado en el sector de *Las Dunas* y el de *Costa/Faro Recalada* se le atribuye un 13% y 12% respectivamente a las Excursiones respecto de su gasto total (5 puntos porcentuales más que el promedio de Excursiones general de la temporada que es 7%) y por otro lado *Piedrabuena/Costa*, *Sauce Grande* y las *Ballenas/Piedrabuena* con un 4%,3% y 2% respectivamente.

El sector que asume realizar mayor cantidad de Compras es el que pertenece a *Costa/ Faro Recalada* con un 26%, respecto al gasto total que realizan durante la temporada, 9 puntos porcentuales más que el gasto promedio de Compras general de la temporada, lo que significaría un incremento del 53%.

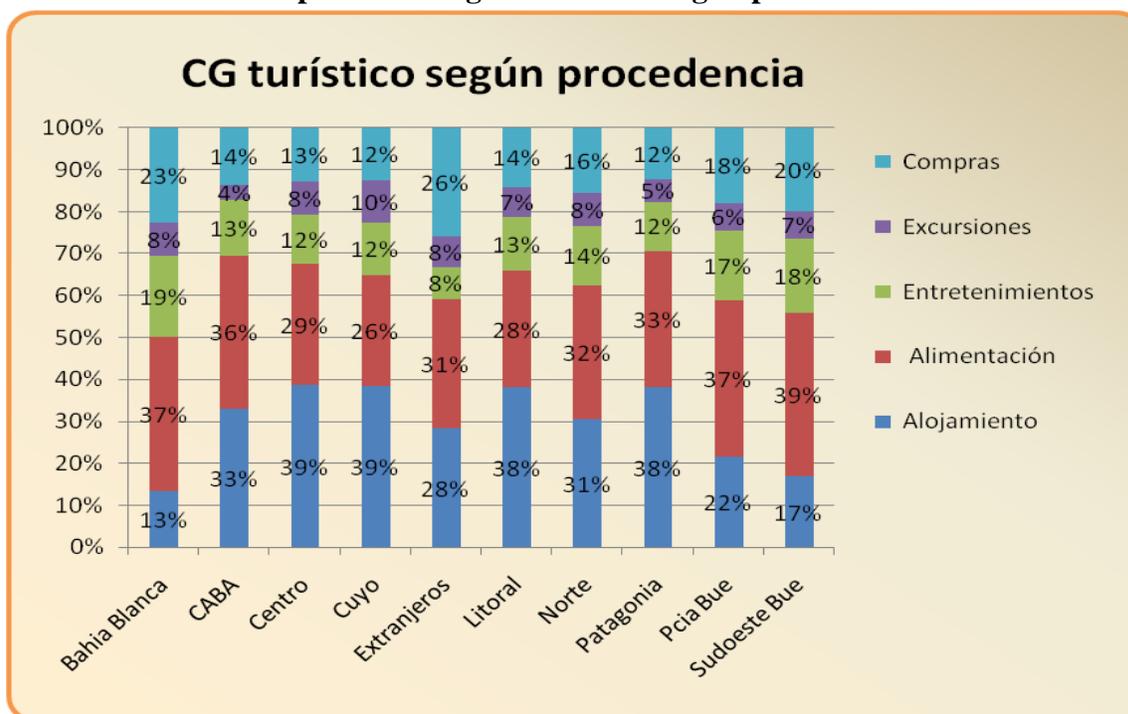
Se observa que en todos los sectores existe una mayor propensión al gasto en los componentes Alimentación y Alojamiento, destacándose un mayor gasto en Alimentación en los sectores *Las Ballenas/Piedrabuena*, *Sauce Grande* y *Piedrabuena/Costa*, lo que podría estar indicando la presencia de segundos residentes, ya que destinarían mayor dinero a la Alimentación y en menor proporción al Alojamiento. Otra cuestión que se destaca es una menor propensión al gasto en las Excursiones por parte de los recientes sectores nombrados, lo que podría ser otro indicador que permita establecer la existencia de una mayor parte de turistas segundos residentes que acuden a estos sectores de playa; sustentándose en una mayor fidelidad respecto a la elección del destino y por ende un mayor conocimiento de la oferta de los productos turísticos, lo que daría como resultado un menor gasto promedio por parte de esta tipología de turistas (Vaquero *et al.*2006)

⁸ Zona en la que se halla el centro comercial.

Por otra parte los visitantes que acuden al sector Costa/Faro Recalada gastarían de un modo más parejo en cada uno de los componentes, seguidos por aquellos turistas que acuden al sector *Las Dunas*; probablemente los turistas tradicionales realicen un intenso uso de la oferta no reglada (viviendas turísticas) y acudan a estos sectores de playa.

IV.3.2. Composición del gasto turístico según procedencia: Siguiendo la regionalización propuesta por el Ministerio de Turismo de la Nación para el Plan Estratégico de Turismo Sustentable 2016, se tomarán las regiones *Norte* (Catamarca, Santiago del Estero, Tucumán, Salta y Jujuy), *Litoral* (Santa Fé, Formosa, Chaco, Misiones, Corrientes, y Entre Ríos), *Cuyo* (La Rioja, Mendoza, San Juan y San Luis), *Centro* (Córdoba), *Patagonia* (La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego); a la región *Buenos Aires* se la regionaliza de la siguiente manera: partido de *Bahía Blanca*, *Ciudad Autónoma de Buenos Aires* y *Sudoeste de Buenos Aires*. Además se contabilizan los *Extranjeros*. La variable dependiente será la *composición del gasto turístico*.

Figura 11
Composición del gasto turístico según procedencia



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

Es posible dar cuenta que el porcentaje más elevado de Alojamiento proviene de los segmentos *Centro* y *Cuyo* con un 39% respecto del gasto total que realizan durante su estadía, 13 puntos porcentuales más que el gasto promedio de Alojamiento general de la temporada, lo que significaría un incremento del 50% respecto al gasto destinado a este concepto; luego siguen el *Litoral* y la *Patagonia* con un 38%. Por otro lado *Bahía Blanca* es el segmento que menos contribuye a gastar en Alojamiento con un 13%, lo cual representa 13 puntos porcentuales por debajo del gasto promedio de Alojamiento general de la temporada, indicando una disminución del 50% respecto a este concepto.

Respecto al componente Alimentación, *el Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires* es el que gastaría mayor proporción de dinero respecto al gasto total que destinaría para sus vacaciones con un 39%, 4 puntos porcentuales más que el gasto promedio de Alimentación general de la temporada, luego siguen *Bahía Blanca* y la *Provincia de Buenos Aires* con un 37% en gastos de Alimentación. No obstante el segmento que menos afirmaría gastar sería *Cuyo* con un 26%, 9 puntos porcentuales por debajo del gasto promedio de alimentación general de la temporada, lo cual significaría un descenso del 26% de gasto en este concepto.

En cuanto al gasto destinado a los Entretenimientos, se diferencia el segmento *Bahía Blanca* el cual gastaría un 19%, 3 puntos porcentuales más que el gasto promedio de Entretenimientos general de la temporada. Y los *Extranjeros* serían los que menos gastarían con un 8%, lo que significaría 8 puntos porcentuales por debajo del promedio de Entretenimientos general de la temporada (16%), representando un disminución del 50% de gasto en este concepto.

En las Excursiones se igualan los segmento *Bahía Blanca*, *Extranjeros* y el *Norte* con un 8%, 1 punto porcentual más respecto del promedio de Excursiones general de la temporada y se destacan con un menor gasto en este rubro los turistas provenientes de la *Ciudad Autónoma de Buenos Aires*, con un 4%, 3 puntos porcentuales por debajo del gasto promedio de Excursiones general de la temporada, representando un descenso del 43% de gasto en Excursiones.

En lo que a Compras se refiere los *Extranjeros* son los que más le destinan a este concepto con un 26%, 9 puntos porcentuales más que el gasto promedio de Compras general de la temporada, es decir que el gasto en este concepto se ve incrementado en un 53%; de todas formas *Bahía Blanca* se halla muy cercano con un 23%. Los segmentos que menos compras harían serían *Cuyo y Patagonia* con un 12%, 5 puntos porcentuales por debajo del gasto promedio de Compras general de la temporada.

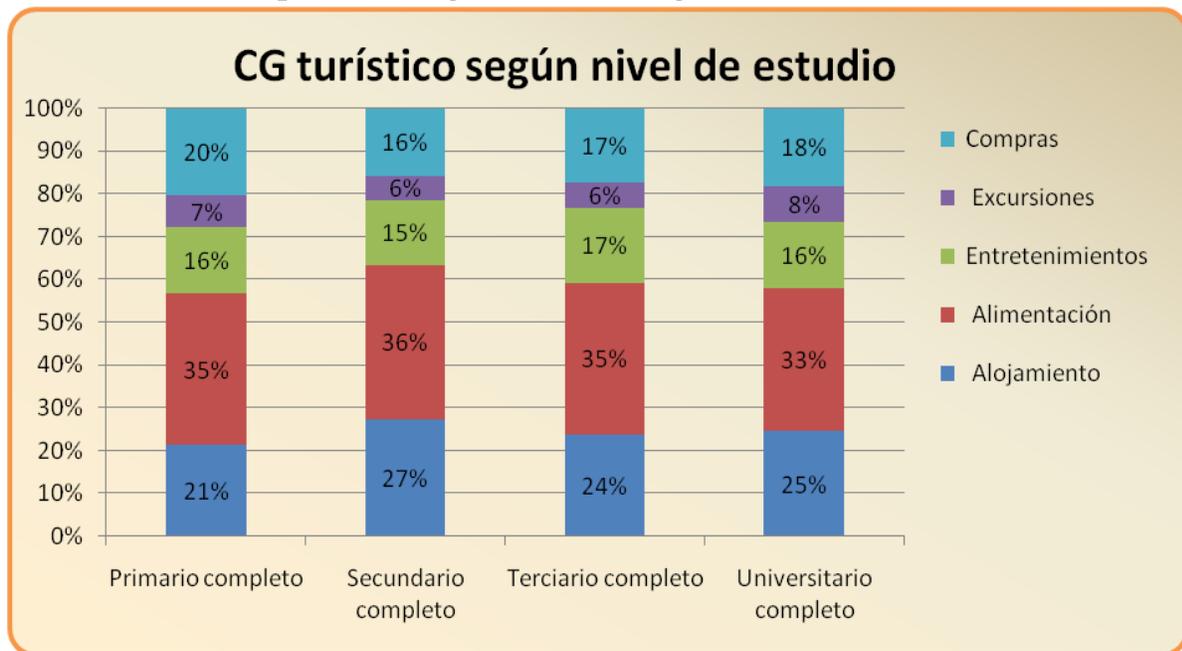
El gráfico permite visualizar un menor gasto en Alojamiento por parte de los turistas provenientes de *Bahía Blanca* (13%), lo cual probablemente estaría relacionado con el predominio de la vivienda en régimen de propiedad (segundos residentes), lo mismo sucedería con parte del flujo turístico proveniente del *Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires* (17%) y de la *Provincia de Buenos Aires* (23%), que se destacan si se los compara con el resto de los segmentos analizados.

Por otro lado se distingue que los Extranjeros destinarían una mayor parte de dinero al componente Compras (26%), esto resulta interesante si se tiene en cuenta los ingresos superiores que puede significar para los oferentes de los servicios turísticos, con la posibilidad de que a su vez esa “inyección inicial” pueda generar otro gasto dentro de la economía local, contribuyendo a un círculo de transacciones que crea un aumento de los ingresos inducidos para los oferentes secundarios, quienes tendrían más para gastar (Bull, 1994).

Los Extranjeros son seguidos por los turistas procedentes de *Bahía Blanca* (23%), *Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires* (20%) y de la *Provincia de Buenos Aires* (18%), comportamiento que podría estar íntimamente relacionado con la regularidad con la que asisten durante su estadía a Super Mercados, Kioscos, Farmacias, Panaderías y afines, y también con una estadía promedio mayor si se lo compara con los turistas tradicionales, generando así un consumo similar al del residente local.

IV.3.3. Composición del gasto turístico según nivel de estudio: La variable independiente será el *nivel de estudio* alcanzado por parte de los turistas como *Primario completo, Secundario completo, Terciario completo, Universitario completo*. Cabe destacar que para la variable *sin estudios* no se recabaron muestras suficientes como para asegurar la *composición del gasto promedio* (que será la variable dependiente).

Figura 12
Composición del gasto turístico según el nivel del estudio



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a "Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013"

Interpretación de resultados:

El mayor gasto en Alojamiento se ve reflejado por el segmento *Secundario completo* con un 27%, 1 punto porcentual más que el gasto promedio de Alojamiento general de la temporada (26%), mientras el que menos asumiría gastar corresponde al segmento *Primario completo* con un 21%, lo cual indicaría 5 puntos porcentuales por debajo del gasto promedio de Alojamiento general de la temporada, significando un disminución del 19% de gasto en este concepto.

Respecto a la Alimentación el segmento *Secundario completo* continúa siendo el que asumiría destinar más dinero en este componente de la canasta turística, con un 36%, 1 punto porcentual más que el gasto promedio de Alimentación general de la temporada (35%). Y el segmento que menos dinero destinaría a este componente sería el de *Universitarios* con un 33%.

En cuanto al gasto en Entretenimientos, se observa que aquellos que adjudicarían mayor cantidad de dinero en este componente serían los turistas comprendidos en el segmento

Terciario completo con un 17%, diferencia sensible respecto al gasto promedio en Entretenimientos de la temporada (16%).

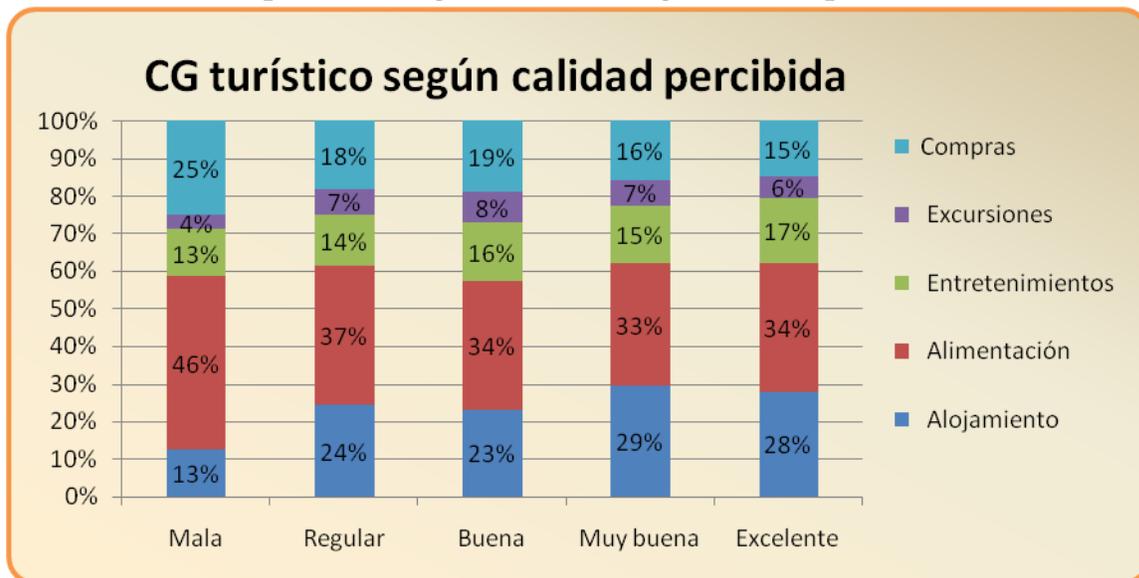
En las Excursiones todos los segmentos estarían teniendo una propensión al gasto próxima al gasto promedio de Excursiones general de la temporada (7%), siendo el segmento *Universitario completo* el que efectuaría un gasto mayor en este componente con un 8%, siendo los que menos gastarían los segmentos *Secundario completo* y *Terciario completo* ambos con un 6%.

Con las Compras el comportamiento es similar, todos los segmentos demuestran estar cercanos al promedio de Compras general de la temporada (17%), siendo los que realizarían un gasto mayor los turistas que tienen el *Primario completo* con un 20%, 3 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de Compras general de la temporada, y los que afirmarían tener un menor gasto en Compras los que tienen el *Secundario completo* con un 16%.

Debido a que se observa un consumo equitativo, se podría inferir que la variable nivel de estudio no sería un factor condicionante al momento de consumir cualquiera de los componentes de la canasta turística.

IV.3.4. Composición del gasto turístico según calidad percibida: Se tendrá en cuenta la variable independiente referida a la *calidad percibida de los servicios privados* (transporte local y turístico, alojamiento, gastronomía, prestadores de servicios turísticos, centros de compras) éstas serán valoraciones de calidad tales como *Mala, Regular, Buena, Muy Buena y Excelente* para establecer relaciones con la variable dependiente de *composición de gasto turístico*.

Figura 13
Composición del gasto turístico según calidad percibida



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013

Interpretación de resultados:

En este caso el segmento que afirmaría que la calidad de los servicios privados es *Muy Buena* sería el que otorgaría un gasto mayor al Alojamiento respecto del gasto total que destinaría a sus vacaciones, con un 29% ,3 puntos porcentuales por encima del gasto promedio general de Alojamiento de la temporada, es decir un incremento del 12% respecto al gasto que realizarían en este componente. El segmento que concluye que la calidad es *Mala*, sería el que menos gasta en este componente con un 13% (13 puntos porcentuales menos que el gasto promedio de Alojamiento general de la temporada), significando una disminución del 50% de acuerdo al gasto que destinarían a este concepto.

En Alimentación el segmento que opina que la calidad es *Mala*, sería el que mayor porcentaje le otorga a este componente con un 46%, respecto del gasto total que haría durante sus vacaciones, 11 puntos porcentuales por encima del promedio general de Alimentación de la temporada, es decir un aumento del 31% de gasto en este componente. El resto de los segmentos se encuentran más estables en cuanto al gasto en Alimentación, siendo los que tendrían una menor propensión al gasto aquellos turistas que considerarían que la calidad de servicios privados es *Muy Buena* con un 33% , 2 puntos porcentuales menos que el promedio de general de Alimentación de la temporada.

Considerando el gasto en Entretenimientos todas las cualificaciones de calidad estarían arribando a un resultado muy parecido y muy cercano al promedio de Entretenimientos general de la temporada (16%). El segmento que afirmaría un mayor gasto en este componente sería el que comprende a los turistas que opinan que la calidad de los servicios privados es *Excelente* con un 17%, mientras que el segmento que menos gastaría sería el que opina que la calidad de servicios privados es *Mala* con un 13%, 3 puntos porcentuales por debajo del gasto promedio general de Entretenimientos de la temporada, es decir que el gasto se vería disminuido en un 19%.

En el componente Excursiones puede notarse que quienes menos destinarían dinero serían los visitantes que consideran que la calidad de los servicios privados es *Mala* con un 4%, 3 puntos porcentuales menos que el gasto promedio general de Excursiones (7%). Y podrían ser quienes más gastarían en Excursiones quienes consideran que la calidad de servicios privados es *Buena* con un 8%.

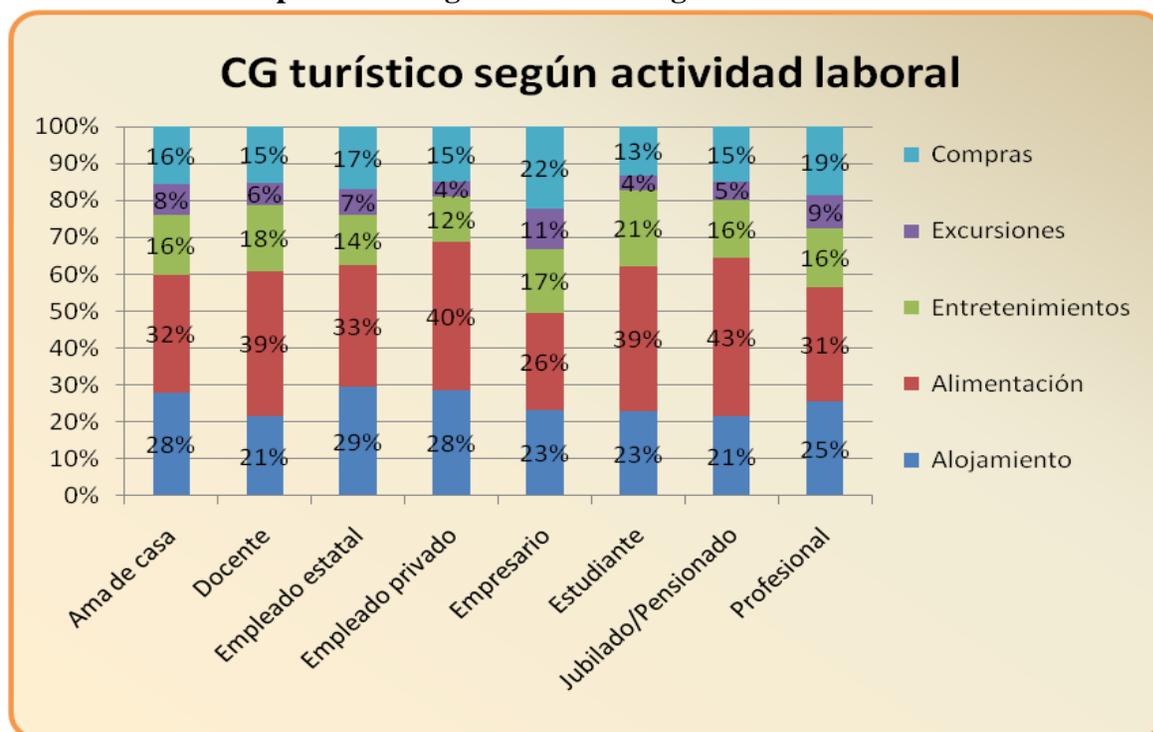
Y por último respecto a las Compras, los turistas que percibirían la calidad de servicios privados como *Mala* serían los que más gastarían destinándole un 25% a este rubro, 8 puntos porcentuales por encima del gasto promedio general de Compras de la temporada, significando un incremento del 47% en el gasto de este concepto.

Del análisis se podría concluir que, existiría un mayor gasto en los distintos componentes que integran la canasta turística cuando la calidad de los servicios privados es percibida como *Mala*, gasto que tendería a distribuirse de manera más equitativa cuando la calidad mejora. Esto se podría explicar, al considerar que gran parte de los turistas no han concebido la calidad como óptima en distintos rubros como Alojamiento, Restaurantes, Confiterías, servicios turísticos varios, Super Mercados, etc., pudiendo haber reflejado su disconformidad y esto repercutir en una mala inversión de dinero para los mismos, que se representa en los resultados analizados.

IV.3.5. Composición del gasto turístico según actividad laboral: La *actividad laboral* será la variable independiente a analizar, se contemplarán las subvariables *Ama de Casa, Docente, Empleado Estatal, Empleado Privado, Empresario, Estudiante, Jubilado/Pensionado,*

Profesional, mientras que la variable dependiente continúa siendo la *composición del gasto turístico*.

Figura 14
Composición del gasto turístico según actividad laboral



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

Del gráfico se desprende que el segmento de *Empleados Estatales* es el que contribuiría a un mayor gasto en el componente Alojamiento con un 29%, 3 puntos porcentuales por encima del gasto promedio general de Alojamiento de la temporada (26%), mientras que serían los que menos afirmarían gastar en este segmento los *Docentes* y los *Jubilados/Pensionados* con un 21%, 5 puntos porcentuales por debajo del gasto promedio general de Alojamiento de la temporada, significando una disminución del 19% de gasto en este componente.

En el componente *Alimentación los Jubilados/ Pensionados* serían los que afirman tener un gasto mayor con un 43%, 8 puntos porcentuales más que el gasto promedio general de Alimentación de la temporada (35%), es decir, que el gasto en este concepto se vería incrementado en un 23%; mientras que los que menos alegarían gastar serían los turistas

comprendidos en el segmento *Empresarios*, con un 26%, 9 puntos porcentuales por debajo del gasto promedio general de Alimentación de la temporada, una disminución de gasto en este concepto del 26%.

En Entretenimientos quienes manifiestan gastar más serían los *Estudiantes* con un 21%, lo cual indica 5 puntos porcentuales más que el gasto promedio de Entretenimientos general de la temporada (16%), es decir un aumento en el gasto de Entretenimientos del 31%. Y los que menos gastarían en este componente serían los *Empleados Privados* con un 12%.

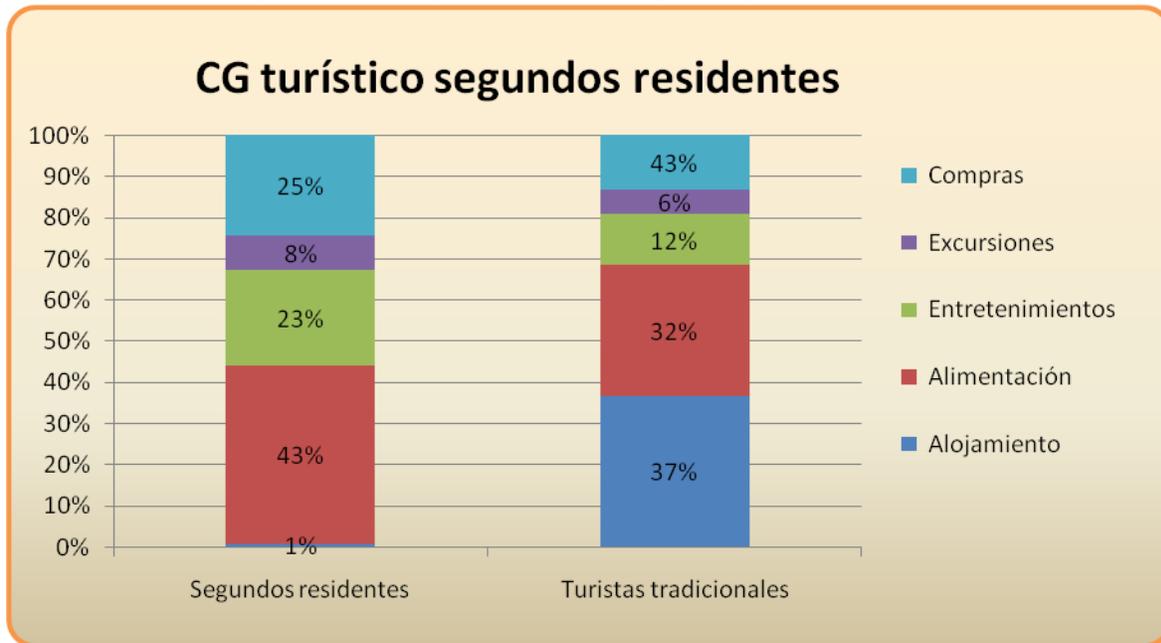
Respecto a las Excursiones se observa que el segmento de *Empresarios* sería el que le dedicaría mayor porcentaje a este componente con un 11%, 4 puntos porcentuales más que el gasto promedio general de Excursiones de la temporada (7%), mientras los que menos gastarían en Excursiones serían los *Empleados Privados* y los *Estudiantes* con un 4%.

En el componente Compras se puede ver que quienes gastarían más pertenecen al segmento de *Empresarios* con un 22%, 5 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de Compras general de la temporada (17%), es decir que el gasto en compras se vería incrementado en un 29% y los que menos gastarían en Compras corresponde al segmento de *Estudiantes* con un 13%.

Se destacan aquellos turistas *Empresarios*, seguidos por los Profesionales, que tendrían un gasto que resultaría ser equitativo entre los distintos componentes que conforman la canasta turística, si se lo compara con el resto de los segmentos analizados.

IV.3.6. Composición del gasto turístico según segundos residentes: La *segunda residencia* es la variable independiente; dando como resultado dos subvariables, *Segundos residentes* (que poseen vivienda propia) y *Turismo tradicional* (efectúan un gasto de alquiler en Hotel, Casa/Depto. Alquiler, Cabañas/Bungalow, Appart Hotel, Camping, Tiempo Compartido, etc), sobre las que se analizará el consumo. La *composición del gasto turístico* es la variable dependiente.

Figura 15
Composición del gasto turístico según segundos residentes



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

A partir de los resultados, se observa que los *Segundos residentes* casi no destinan gastos al Alojamiento (1%), dado que cuentan con vivienda propia para pasar sus vacaciones, por lo que el 1% resultante probablemente comprenda las respuestas del importe de algunos impuestos. Sin embargo en el segmento de *Turistas tradicionales* el gasto en este rubro se vería aumentado en un 37%, 11 puntos porcentuales por encima del gasto promedio general de Alojamiento de la temporada (26%), es decir un 42% más. Esto se debería al gasto que les implicaría alquilar cualquier tipo de Alojamiento.

En cuanto a la Alimentación, los turistas *Segundos residentes* destinan un mayor gasto con un 43% respecto del gasto total que realizaría durante su estadía, 8 puntos porcentuales por encima del gasto promedio general de Alimentación de la temporada (35%), lo cual implica un 23% más; cuando los *Turistas tradicionales* destinan un 32%, 3 puntos porcentuales por debajo del gasto promedio general de Alojamiento de la temporada.

En el gasto en Entretenimiento también la diferencia es notoria, debido a que mientras los *Segundo residentes* destinan un 23% a este componente, 7 puntos porcentuales por encima

del gasto promedio general de Entretenimientos de la temporada (16%), los *Turistas tradicionales* realizarían una ponderación del 12% en el gasto de este componente, 4 puntos porcentuales por debajo del gasto promedio general del Entretenimientos de la temporada.

Respecto al componente Excursiones se observa una menor diferencia, dado que los turistas *Segundos residentes* le destinarían un 8% al gasto de Excursiones, 1 punto porcentual por encima del gasto promedio general de Excursiones general de la temporada (7%) y los *Turistas tradicionales* un 6%.

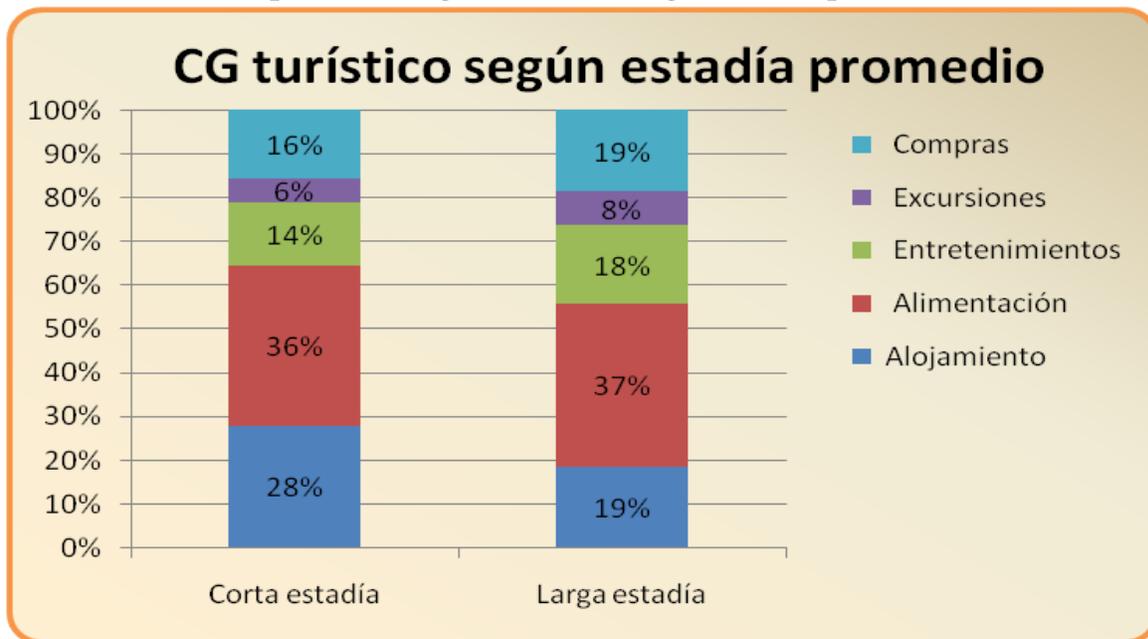
En cuanto a las Compras los resultados reflejan que los *Turistas tradicionales* realizarían un mayor gasto en este componente con un 43%, 26 puntos porcentuales por encima del gasto promedio general de Compras de la temporada (17%), es decir un 153% más; cuando los turistas *Segundos residentes* destinarían un 25%, 8 puntos porcentuales por encima del gasto promedio general de Compras de la temporada.

A partir del análisis se podría inferir que, si bien se visualiza que los turistas *Segundos residentes* efectuarían un mayor gasto en el componente Alimentación, Compras y Entretenimientos, esto podría corresponderse con que pasarían una mayor cantidad de días. En otro sentido el *Turista tradicional* destinaría un mayor gasto al Alojamiento, Alimentación y Compras, en una menor cantidad de días.

Es decir, que el turista tradicional efectuaría un impacto económico positivo para la economía local en un menor tiempo, por lo tanto, a mayor rotación de turistas tradicionales, mayores recursos económicos en el destino.

IV.3.7.Composición del gasto turístico según estadía promedio: La variable independiente será la *estadía promedio*, la cual ha sido previamente calculada y ha dado como resultado 10 días, determinada la misma, se ha realizado un corte estableciendo que, los turistas que pasan más de 10 días serán contemplados en la subvariable *Larga Estadía*, mientras que los que pasen menos de 10 días serán tenidos en cuenta para la *Corta Estadía*. La variable independiente es la *composición del gasto turístico*.

Figura 16
Composición del gasto turístico según estadía promedio



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

Para este caso se refleja que, los visitantes que pasan una *Corta estadía* dedicarían un gasto mayor al componente Alojamiento, un 28% respecto del gasto total que realizaría durante su estadía, es decir, 2 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de Alojamiento general de la temporada.

En el componente Alimentación se puede observar que los que pasan una *Larga estadía* asumirían gastar más con un 37%, 2 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de alimentación general de la temporada; de todas maneras la diferencia con aquellos que pasan una *Corta estadía* es muy sensible, dado que sólo son superados con un 1 punto porcentual más.

Respecto al gasto atribuido a los Entretenimientos, los turistas que pasan una *Larga estadía* atribuyen un mayor gasto a este componente con un 18%, superando al gasto promedio general de Entretenimientos en 2 puntos porcentuales más. Este segmento es el que también asumiría gastar más en Excursiones con un 8% (promedio de Excursiones general de

la temporada es 7%) y en Compras con un 19% (promedio de Compras general de la temporada es 17%).

Estos resultados reflejarían el comportamiento de turistas que acuden a *centros típicamente de estadía* (Boullón, 1986) en los cuales existe una desarrollada planta turística junto al atractivo principal (la playa), que resulta de vital importancia para consolidarse como tal. En términos de Boullón el centro de estadía debe contar con diversidad de actividades y recursos complementarios al atractivo principal que permitan al turista mayores opciones en su larga estadía.

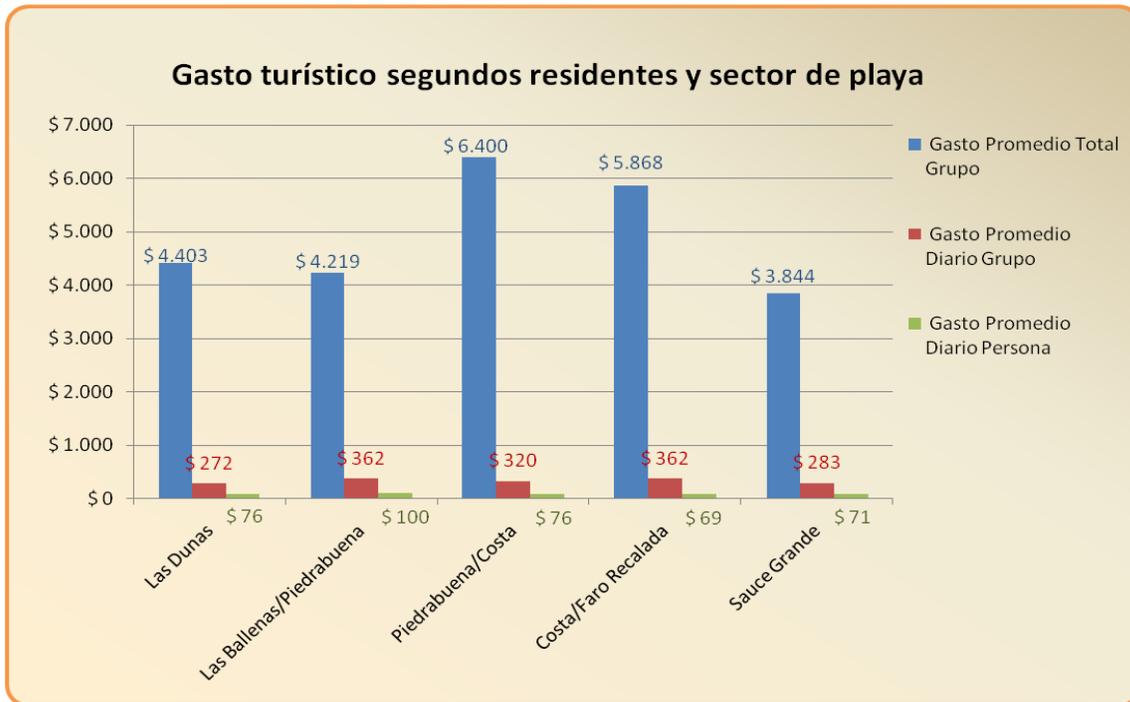
IV.4. Comportamiento del Gasto turístico en Monte Hermoso. Evaluación de tres variables.

La variable *Gasto turístico* continúa siendo la variable dependiente, la cual se procederá a relacionar con dos variables independientes para cada caso a desarrollar en los siguientes escenarios.

IV.4.1. Gasto turístico según segundos residentes y sector de playa: Teniendo en consideración aquellos turistas que poseen *segunda residencia* de acuerdo al *sector de playa* al cual concurren: *Las Dunas, Las Ballenas/Piedrabuena, Piedrabuena/Costa, Costa/Faro Recalada* y *Sauce Grande*, se relacionarán las variables independientes recientemente mencionadas, con la variable dependiente de *gasto turístico* para conocer el comportamiento del turista.

Figura 17

Gasto turístico según segundos residentes y sector de playa



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

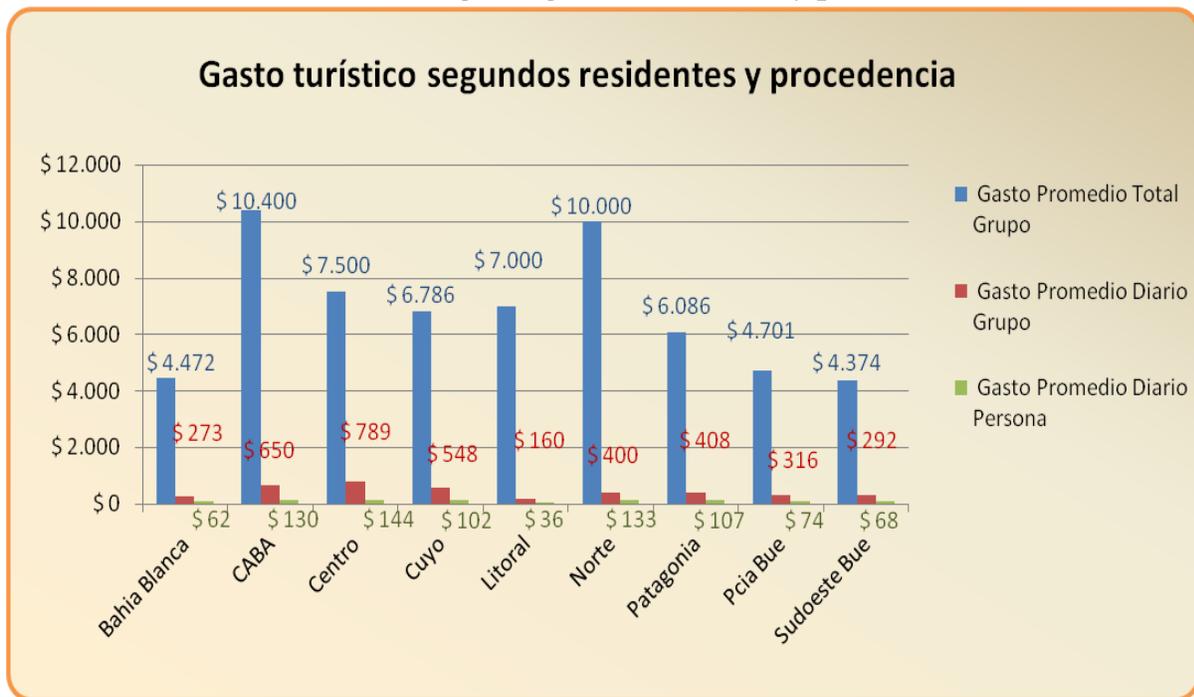
Es posible establecer que los turistas residenciados que acuden al sector de playa *Piedrabuena /Costa*, son aquellos que concretarían un gasto promedio grupal (columnas en azul) mayor que el resto de los sectores, con un total de \$6400, lo cual indica un 13% por debajo del gasto promedio general de la temporada (\$7366). Respecto al **gasto promedio diario por persona** (columnas en verde), en el sector de *Las Ballenas /Piedrabuena*, se encuentran los turistas que manifestarían realizar un mayor gasto de dinero (\$100), un 45% por debajo del gasto promedio diario por persona de la temporada⁹ (\$181); por otra parte se observa que los visitantes residenciados que concurren al sector *Costa/Faro Recalada*, afirmarían concretar un gasto menor totalizando \$69 diarios por persona, lo cual indica un 62% por debajo del gasto promedio diario por persona de la temporada, totalizando una estadía promedio de 16 días y un grupo promedio de 5 integrantes.

⁹ Considerando que la estadía promedio es de 12 días y en número promedio de integrantes del grupo familiar es 4.

IV.4.2. Gasto turístico según segundos residentes y procedencia: Siguiendo la regionalización propuesta por el Ministerio de Turismo de la Nación para el Plan Estratégico de Turismo Sustentable 2016, se tomarán las regiones *Norte* (Catamarca, Santiago del Estero, Tucumán, Salta y Jujuy), *Litoral* (Santa Fé, Formosa, Chaco, Misiones, Corrientes, y Entre Ríos), *Cuyo* (La Rioja, Mendoza, San Juan y San Luis), *Centro* (Córdoba), *Patagonia* (La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego); a la región *Buenos Aires* se la regionaliza de la siguiente manera: partido de *Bahía Blanca*, *Ciudad Autónoma de Buenos Aires* y *Sudoeste de Buenos Aires*. Además se contabilizan los *Extranjeros*¹⁰. La variable dependiente es el *gasto turístico*.

Figura 18

Gasto turístico según segundos residentes y procedencia



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013.”

Interpretación de resultados:

Para el mayor gasto promedio grupal es posible dar cuenta que los turistas residenciados provenientes de la *Ciudad Autónoma de Buenos Aires* son los que más

¹⁰ Si bien han sido analizados, la muestra no ha sido suficiente como para representar el comportamiento en el consumo turístico de los mismos (sólo 1 persona encuestada era extranjera y segundo residente).

aportarían a la economía local con una suma de \$10.400, lo cual supera al promedio grupal general de la temporada en un 41%. En otro sentido, de acuerdo al **gasto promedio diario por persona**, los turistas de la región *Centro*¹¹ serían los que asumirían el mayor gasto promedio por persona diario con \$144, un 20% por debajo del gasto promedio diario por persona de la temporada (\$181), seguidos por los turistas provenientes de la región del *Norte* los cuales estimarían efectuar un gasto promedio por persona diario de \$133, resultado que se halla cercano a los \$130 (gasto promedio diario por persona) que afirmarían gastar aquellos visitantes residenciados provenientes de la *CABA*; mientras que los turistas residenciados provenientes del *Litoral*¹² asumirían contraer el menor gasto con \$36 por persona diarios, seguidos por los turistas que poseen segunda residencia provenientes de *Bahía Blanca* y que revelarían gastar \$62 por día por persona, un 66% por debajo del gasto promedio diario por persona de la temporada.

Para este caso se observa que los turistas residenciados provenientes del interior del país tendrían un mayor gasto durante sus vacaciones (*Centro, Norte y CABA*), mientras que los centros emisores más cercanos (*Bahía Blanca, Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires y del resto de la Provincia de Buenos Aires*) representan los menores valores de acuerdo al gasto que estimarían realizar durante su estadía, lo cual parecería tener relación con las características de esta tipología de turismo residenciado en donde el nivel de precios del destino no es factor condicionante (Vaquero *et al.*,2006), sino que la proximidad, conectividad y tranquilidad serían los atributos mayormente ponderados para que este flujo de turistas elija a Monte Hermoso.

Por otro lado, los resultados manifiestan una bajo gasto promedio diario por persona, estando por debajo del gasto promedio diario por persona de la temporada.

IV.4.3.Gasto turístico según segundos residentes y calidad percibida: Las variables independientes que se seleccionan son, *segundos residentes* y la *calidad que perciben de los*

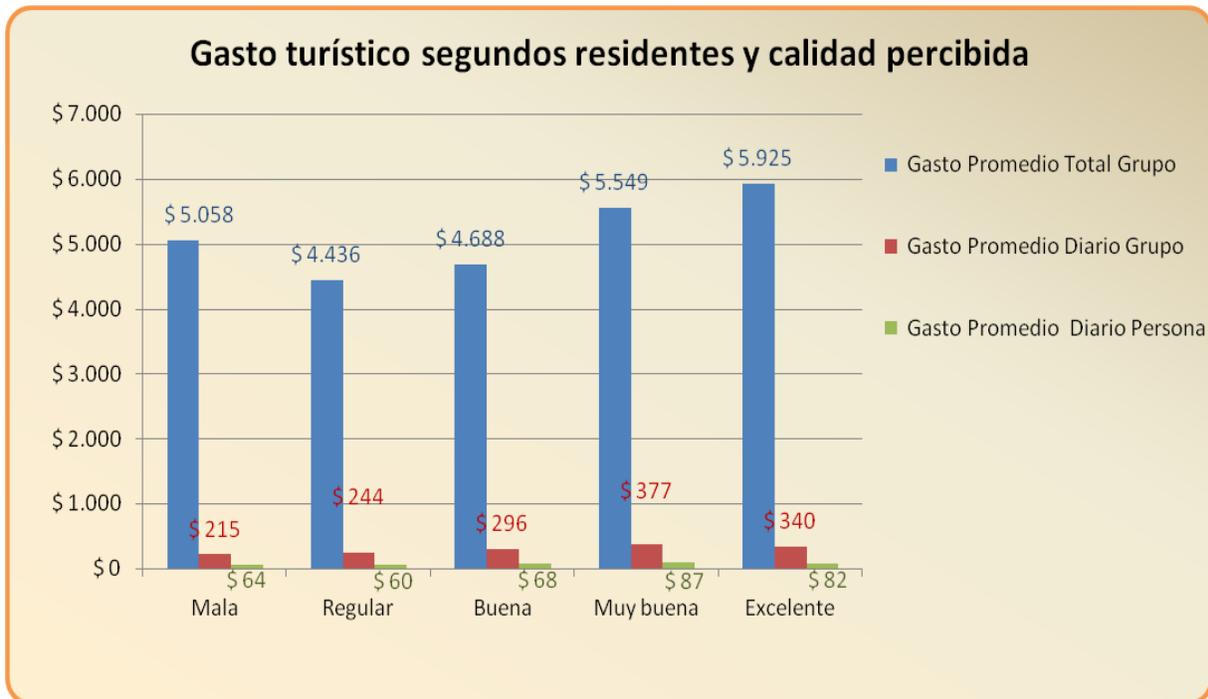
¹¹ Los turistas residenciados provenientes de la región Centro (Córdoba), resultan ser dos, manifestándose la muestra limitada, corresponde describir y analizar la siguiente región que preceda a la misma.

¹² Los turistas residenciados provenientes del Litoral resultan ser cuatro, con lo cual la muestra se manifiesta acotada, corresponde describir y analizar la siguiente región que precede a la misma.

servicios privados, (transporte local y turístico, alojamiento, gastronomía, prestadores de servicios turísticos y centros de compras) la valoración otorgada por los visitantes podrá ser: **Mala, Regular, Buena, Muy Buena y Excelente**, para establecer el grado de correlación con la variable dependiente de *gasto turístico*.

Figura 19

Gasto turístico según segundos residentes y calidad percibida



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

Para este caso se manifiesta que aquellos turistas que consideran que la calidad percibida de los servicios privados es *Excelente* y poseen segundas residencias, concretarían un mayor gasto promedio grupal con \$5925, lo cual indica que se encuentra un 20% por debajo del promedio general grupal de la temporada (\$7366); sin embargo quienes consideran que la calidad es *Muy Buena*, indicarían concretar el mayor **gasto promedio diario por persona** señalando un total de \$87 por persona por día, lo cual significa un 52% por debajo del gasto promedio diario por persona de la temporada (\$181), mientras que los visitantes residenciados que opinan que la calidad es *Regular* serían los que ejecutarían un menor gasto de dinero totalizando \$60 por día por persona.

Luego de establecer los correlatos entre variables, podría identificarse que respecto a la calidad percibida de los servicios privados existiría un lineamiento casi perfecto¹³ en cuanto a la tendencia: A mayor calidad percibida, mayor propensión al gasto por parte de los turistas residenciados. Esto podría ser parte del éxito del desarrollo del destino, si se tiene en cuenta que una amplia variedad de rubros turísticos son propiedad o emplean a gran cantidad de residentes locales y que la eficacia e imagen personal como la amabilidad por parte de los mismos están directamente asociadas a la calidad percibida del destino (Osorio Acosta, Estefanía (2005) en Rodríguez, C. (2008).

Así mismo, la estadía promedio también podría estar interfiriendo en los distintos resultados de gasto promedio diario por persona, dado que quienes consideran que la calidad es *Muy Buena* y asumirían tener un gasto mayor, pasarían 15 días promedio durante su estadía, mientras que aquellos que consideran que la calidad es *Regular* y realizarían un menor gasto, tendrían una estadía promedio de 18 días, por lo tanto una mayor cantidad de días en los cuales distribuir su dinero.

IV.4.4. Gasto turístico según segundos residentes y actividad laboral: Se tendrán en cuenta las variables independientes *segundos residentes* y *actividad laboral*, esta última incluirá las subvariables *Ama de Casa*, *Docente*, *Empleado Estatal*, *Empleado Privado*, *Empresario*, *Estudiante*, *Jubilado/Pensionado*, *Profesional*, las cuales se procederá a relacionar con la variable dependiente *gasto turístico*.

¹³ Referido a que existen algunas variabilidades mínimas entre subvariables.

Figura 20

Gasto turístico según segundos residentes y actividad laboral



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

Los turistas que poseen segunda residencia y que además son *Profesionales*, serían los que concretarían un gasto promedio grupal mayor respecto de los demás segmentos de actividad laboral con \$6.803, lo cual representa un 11% por debajo del promedio grupal general de la temporada. En cuanto al **gasto promedio diario por persona** se observa que el segmento de *Ama de Casa* es el que asumiría contraer un mayor gasto, estableciendo gastar \$103 por persona y por día, lo cual indica un 43% por debajo del gasto promedio diario por persona de la temporada (\$181), seguido por los segmentos pertenecientes a *Empleados Privados* (\$101) y los *Empleados Estatales* (\$100), mientras que en sentido opuesto los turistas *Estudiantes*, revelarían un menor gasto con \$47 por día por persona, lo cual se halla por debajo del gasto promedio diario por persona de la temporada en un 74%.

Para este caso se podría inferir que los mayores gastos promedio se reflejan en los segmento de *Amas de Casa*, *Empleados Privados* y *Públicos* y *Profesionales* que poseen segunda residencia. En un sentido opuesto se destacan los *Estudiantes*, quienes concluirían en menores valores de gasto turístico, pasando una mayor cantidad de días (16) que aquellos

turistas *Empleados Privados* (10), *Amas de Casa* (13), y *Empleado Estatal* (13), *Profesionales* (13).

IV.4.5. Gasto turístico según segundos residentes y estadía promedio: Las variables independientes serán *segundos residentes* y la *estadía promedio*, la cual ha sido previamente calculada y ha dado como resultado 10 días, determinada la misma, se ha realizado un corte estableciendo que, los turistas que pasan más de 10 días serán contemplados en la subvariable *Larga Estadía*, mientras que los que pasen menos de 10 días serán tenidos en cuenta para la *Corta Estadía*. La variable dependiente es el *gasto turístico*.

Figura 21

Gasto turístico según segundo residentes y estadía promedio



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

Se puede establecer que el mayor gasto promedio grupal sería el efectuado por aquellos visitantes residienciados que pasan una *Larga Estadía*, totalizando \$6.859, un 7% menos que el promedio grupal general de la temporada. Ahora bien, el segmento de turistas que pasan una *Corta Estadía* es el que realizaría un mayor gasto de dinero respecto al **gasto promedio diario por persona** con \$145, lo cual significa un 20% por debajo del gasto promedio diario por

persona de la temporada (\$181); cuando los visitantes que pasan una *Larga Estadía* estimarían realizar un gasto de \$60 por día por persona.

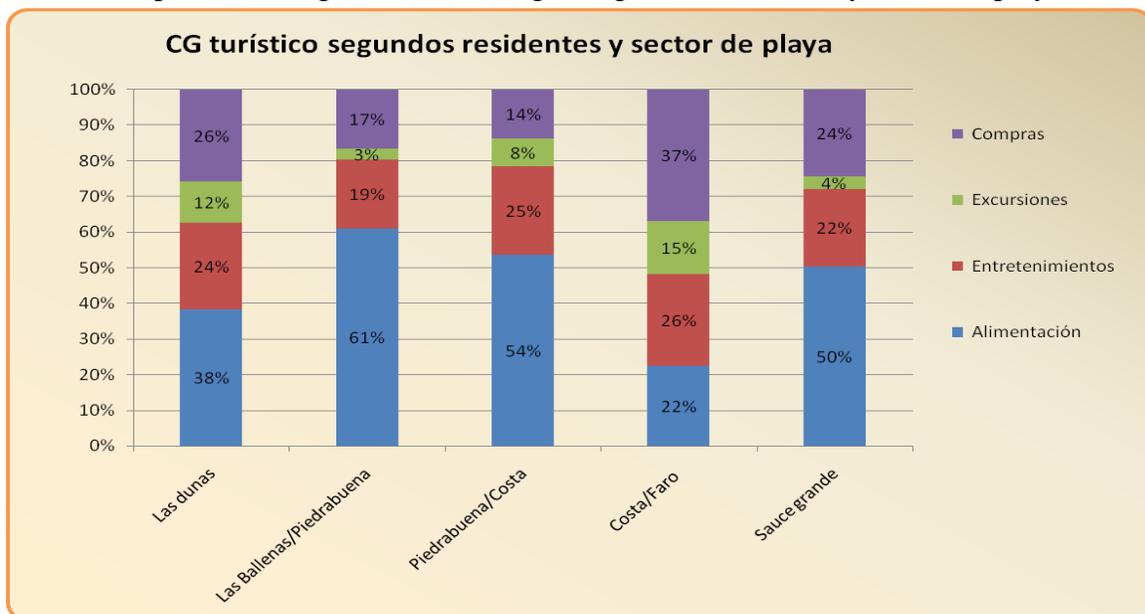
IV.5. Comportamiento de la Composición del Gasto turístico en Monte Hermoso. Evaluación de tres variables.

Respetando el procedimiento del segundo apartado, en el cual se ha analizado la composición del gasto turístico, se analizará de la misma manera cada uno de los componentes de la canasta turística, Alimentación, Entretenimientos, Excursiones y Compras para establecer una correlación de tres variables. Cabe destacar que el componente Alojamiento se verá relegado, debido a que la variable independiente segundos residentes estaría determinando la situación de propietarios de una parte de los turistas que llegan a destino.

IV.5.1. Composición del gasto turístico según segundos residentes y sector de playa Se tendrá en consideración las variables independientes *segundos residentes* y *sectores de playa*, esta última incluye las bajadas de: *Las Dunas*, *Las Ballenas/Piedrabuena*, *Piedrabuena/Costa*, *Costa/Faro Recalada* y *Sauce Grande*. Y la variable dependiente será la *composición del gasto turístico*.

Figura 22

Composición del gasto turístico según segundos residentes y sector de playa



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

En el componente Alimentación, se destaca el grupo de turistas entrevistados del sector *Las Ballenas/Piedrabuena*, atribuyéndole el mayor gasto en comida con un 61% respecto del gasto total que realizan durante sus vacaciones, 25 puntos porcentuales más que el gasto promedio de Alimentación general de toda la temporada (35%), significando un incremento del 74% de gasto destinado a este componente.

En cuanto al gasto en Entretenimientos se observa una situación muy pareja de gasto en todos los sectores de playa, siendo el que más significativo con un 26% sería el sector *Costa/Faro Recalada*, 10 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de Entretenimientos general de la temporada (16%).

En la Excursiones se puede notar una variabilidad más importante, siendo los turistas encuestados en el sector *Costa/Faro Recalada* los que más asumirían gastar en este componente con un 15%, 8 puntos porcentuales más que el gasto promedio de Excursiones general de la temporada (7%), lo cual indicaría un incremento de 114% de gasto en este concepto. El sector que menos asumiría gastar en Excursiones es el de *Las Ballenas/Piedrabuena*, en donde los turistas manifestarían dedicarle el 3%.

Respecto al componente Compras, el sector entre *Costa/Faro Recalada* es el que consideraría gastar más con un 37%, 20 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de Compras general de la temporada (17%), es decir, un aumento de gasto en este componente de 117%.

El gráfico demuestra altos valores en el componente Alimentación para los segmentos *Las Ballenas/Piedrabuena* (61%), *Piedrabuena/Costa* (54%) y *Sauce Grande* (50%), siendo los dos primeros correspondientes a los sectores en donde se hallan mayor cantidad de segundas residencias y donde posiblemente el mayor gasto sea destinado a la Alimentación debido a que no tendrían que destinar sus recursos económicos en el Alojamiento.

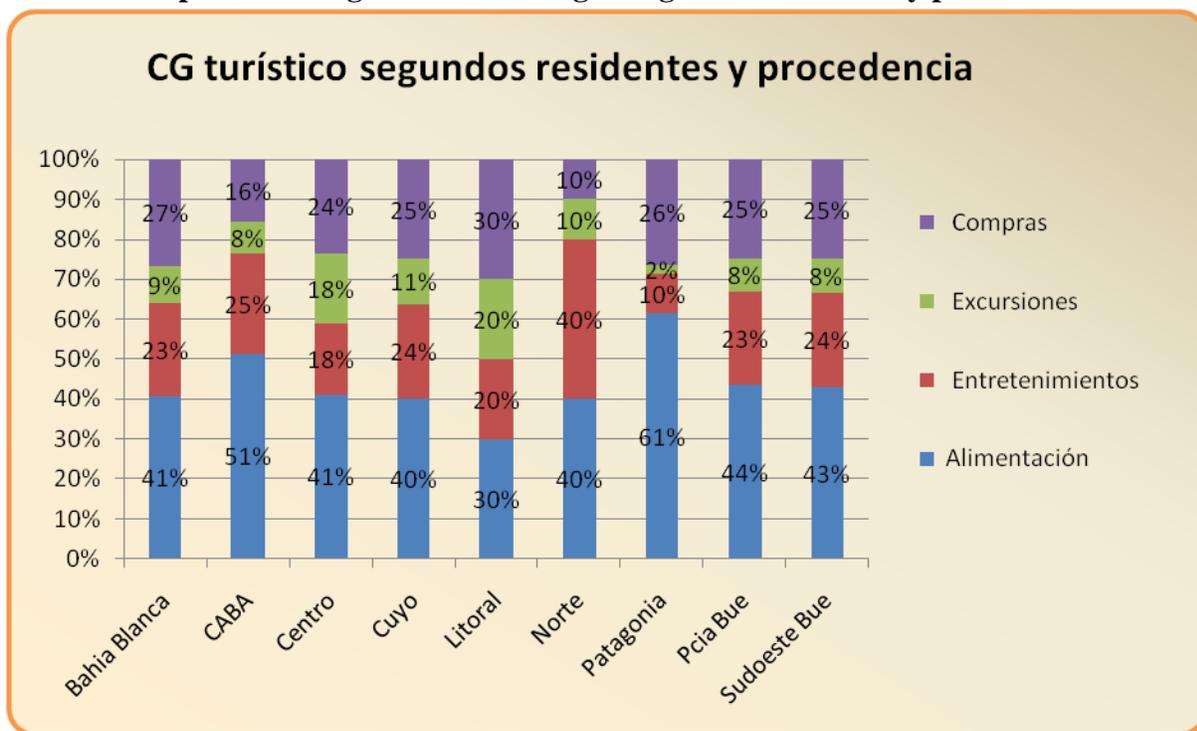
Resulta interesante destacar la importancia de que turistas residenciados gasten por encima de los promedios generales de la temporada, debido a que esto reflejaría un comportamiento regular en la compra de determinados bienes y servicios durante la

temporada, con lo cual empresarios/comerciantes del sector turístico de Monte Hermoso se verían mayormente beneficiados.

IV.5.2.Composición del gasto turístico según segundos residentes y procedencia: De acuerdo a la regionalización propuesta por el Ministerio de Turismo de la Nación para el Plan Estratégico de Turismo Sustentable 2016, se tomarán las regiones *Norte* (Catamarca, Santiago del Estero, Tucumán, Salta y Jujuy), *Litoral* (Santa Fé, Formosa, Chaco, Misiones, Corrientes, y Entre Ríos), *Cuyo* (La Rioja, Mendoza, San Juan y San Luis), *Centro* (Córdoba), *Patagonia* (La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego); a la región *Buenos Aires* se la regionaliza de la siguiente manera: partido de *Bahía Blanca*, *Ciudad Autónoma de Buenos Aires* y *Sudoeste de Buenos Aires*. Además se contabilizan los *Extranjeros*. La variable dependiente será la *Composición del Gasto turístico*.

Figura 23

Composición del gasto turístico según segundos residentes y procedencia



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

Del gráfico realizado se deduce que los turistas residenciados provenientes de la *Patagonia* son los que asumirán tener un mayor gasto en el componente Alimentación,

teniendo en cuenta que ponderan este gasto con un 61% respecto del gasto total durante su estadía, 26 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de Alimentación general de la temporada (35%), dando como resultado un incremento del gasto en este componente del 74%.

Respecto al gasto en Entretenimientos, los turistas que llegan desde el *Norte* argentino, asumirían gastar un 40%, siendo estos los que realizarían un gasto mayor en este componente, 24 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de Entretenimientos general de la temporada (16%), notando un aumento del gasto destinado a este componente del 150%.

Es posible dar cuenta que quienes afirmarían realizar mayor cantidad de Excursiones, es decir, un mayor gasto de dinero en comparación con los demás segmentos, resultarían ser aquellos visitantes provenientes del *Litoral* del país con un 20%,13 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de Excursiones general de la temporada, significando un incremento de 185% respecto al gasto realizado en este componente.

Y por último en el componente Compras, se observa un mayor gasto por parte de los turistas que provienen de *Bahía Blanca* con un 27%, 10 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de Compras general de la temporada (17%), es decir un aumento del gasto en Compras del 59%. En este componente se observaría un gasto de dinero similar para todos los segmentos, destacándose el *Norte* argentino que sería el que menos gastaría en este componente destinándole un 10%, 7 puntos porcentuales por debajo del gasto promedio de Compras general de la temporada.

Es posible inferir que al no poseer gastos en Alojamiento, se ve representado un mayor gasto en el resto de los componentes si se lo compara con la composición del gasto realizado por los turistas tradicionales, que ven recortado presupuesto (en algunos casos) debido a la existencia de un gran porcentaje de gasto destinado al rubro Alojamiento. Se destacan los rubros de Entretenimientos, Excursiones y Compras que adquieren mayor significancia.

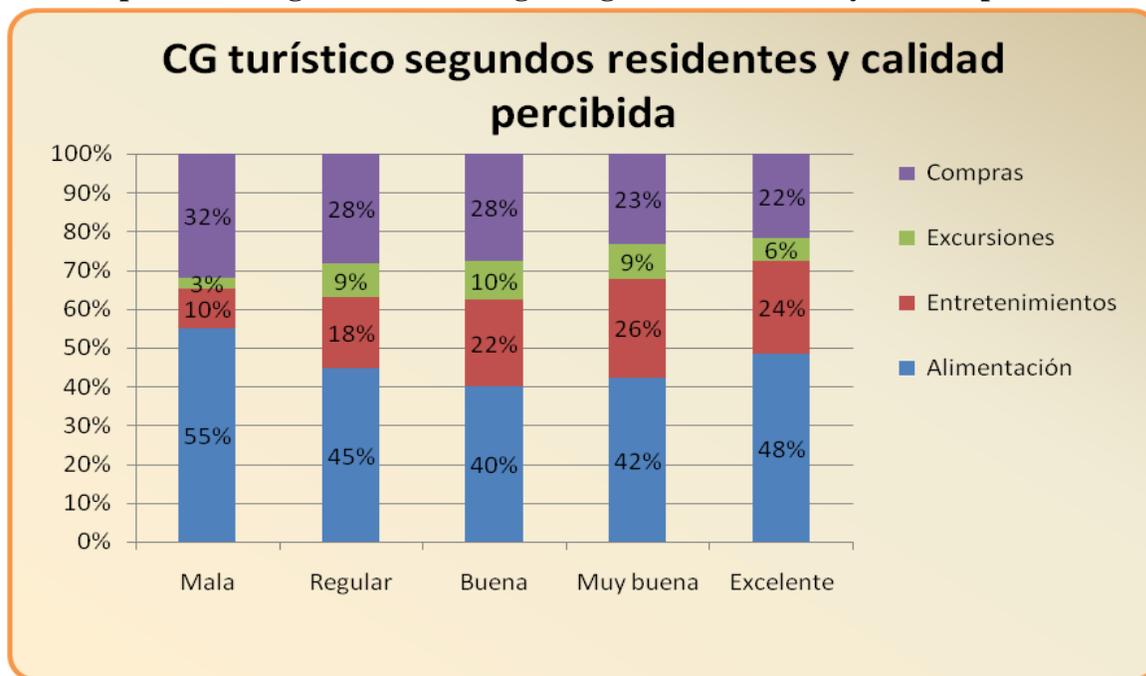
IV.5.3.Composición del gasto turístico según segundos residentes y calidad percibida:

Las variables independientes serán *segundos residentes* y *calidad percibida* de los servicios privados (transporte local y turístico, alojamiento, gastronomía, prestadores de servicios turísticos, centros de compras), dentro de esta las valoraciones serán *Mala, Regular, Buena,*

Muy Buena y Excelente, para establecer el grado de relación con la variable dependiente de *composición del gasto turístico*.

Figura 24

Composición del gasto turístico según segundos residentes y calidad percibida



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

Se puede observar que los segundos residentes que consideran que la calidad es *Mala*, son los que asumirían dedicar un mayor gasto en Alimentación, otorgándole a este componente un 55%, respecto del gasto total que haría durante su estadía, 20 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de Alimentación general de la temporada, es decir un aumento de gasto en este componente del 57%.

En Entretenimientos realizarían un gasto mayor, aquellos turistas que consideran que la calidad es *Muy Buena*, con un 26%, 10 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de Entretenimientos general de la temporada, lo que significaría un incremento del 63% en el gasto en Entretenimientos; siendo el segmento que menos gastaría, aquel que opina que la calidad es *Mala* otorgándole a este segmento un 10%.

Respecto a las Excursiones se puede ver que los turistas residenciados que afirman que la calidad es *Buena* gastarían un 10%, 3 puntos porcentuales más que el gasto promedio de Excursiones general de la temporada. Los turistas que manifestarían realizar un gasto menor, serían los que consideran que la calidad es *Mala* con un 3%, 4 puntos porcentuales menos que el gasto promedio de Excursiones general de la temporada.

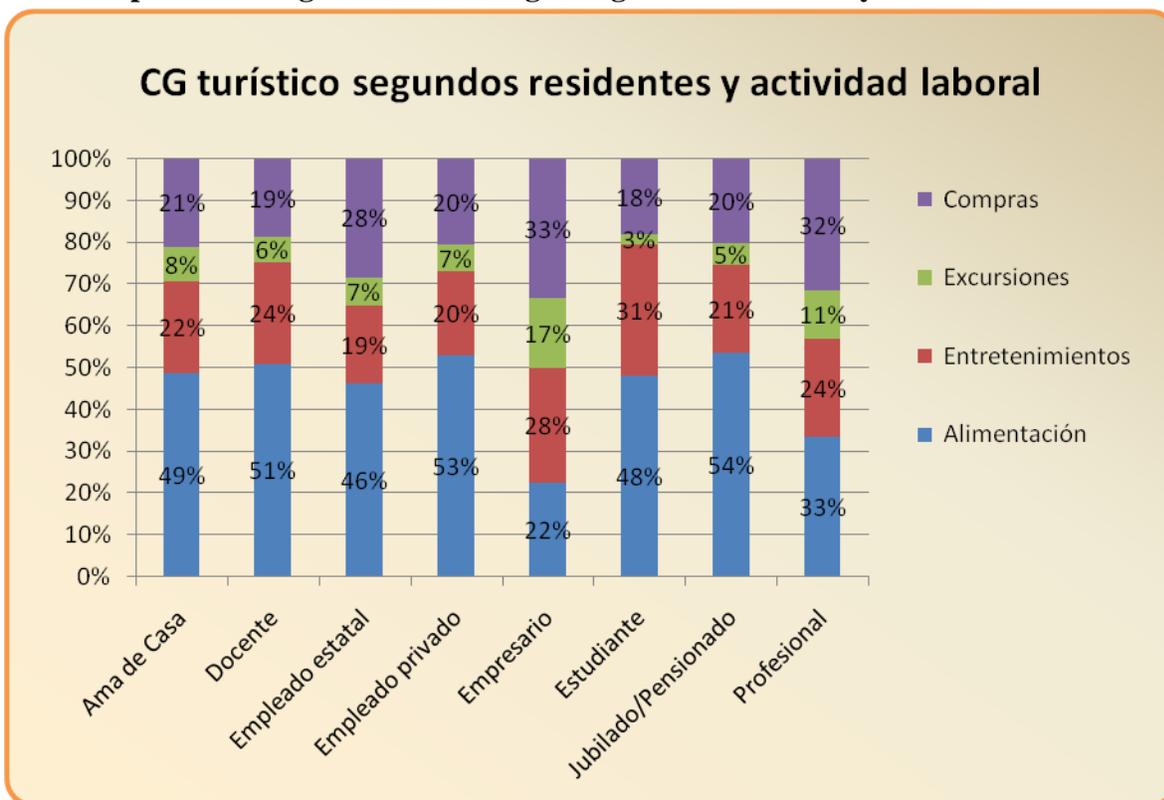
Los turistas que opinan que la calidad es *Mala*, serían los que mayor cantidad de Compras harían, atribuyéndole un gasto de 32% respecto del gasto total que harían durante la toda la temporada; es decir, 15 puntos porcentuales por encima del gasto promedio general de Compras de la temporada (17%), dando como resultado un aumento del gasto en este componente del 88%.

Se observa la misma característica del apartado IV.3.4 que incorpora a los turistas tradicionales, a medida que la calidad percibida mejora, el gasto tiende a distribuirse de manera más equitativa; cuando la calidad es percibida como *Mala* el gasto en Alimentación y Compras aumenta, dando cuenta que probablemente se le otorgue la cualidad de Mala, a la calidad de ciertos comercios gastronómicos, centros de compras, de obsequios y souvenirs de acuerdo a una mala experiencia que podría haber tenido lo que se traduce en una posible mala inversión de dinero. En ambos casos de composición de gasto se refleja la misma característica.

IV.5.4. Composición del gasto según segundos residentes y actividad laboral: Se procederá a analizar las variables independientes *segundos residentes* y la *actividad laboral* de los mismos, tales como, *Ama de Casa, Docente, Empleado Estatal, Empleado Privado, Empresario, Estudiante, Jubilado/Pensionado, Profesional*, para establecer una relación con la variable dependiente *composición del gasto turístico*.

Figura 25

Composición del gasto turístico según segundos residentes y actividad laboral



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

En primera instancia es posible dar cuenta que quienes afirmarían realizar un mayor gasto en el componente Alimentación sería el segmento perteneciente a los turistas *Jubilados/Pensionados* con un 54% respecto del gasto total durante su estadía, 19 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de Alimentación general de la temporada (35%), es decir, un aumento del gasto en este concepto del 54%. Mientras que el segmento que menos gastaría en Alimentación sería el de los turistas *Empresarios*, con un 22%, 13 puntos por debajo del gasto promedio de Alimentación general de la temporada, es decir que se vería disminuido el gasto en este componente en un 37%.

Respecto al gasto en Entretenimientos, se puede ver que aquellos turistas residenciados que son *Estudiantes* asumirían gastar un 31% respecto del gasto total durante sus vacaciones, 15 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de Entretenimientos general de la

temporada (16%), dando como resultado un aumento en el gasto realizado en este concepto del 94%.

En las Excursiones se observa un mayor gasto de dinero por parte de turistas que además de contar con segunda residencia son *Empresarios*, los cuales le atribuirían a este componente un 17%, 10 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de Excursiones general de la temporada (7%), es decir que este componente se vería afectado por un aumento en el gasto del 143%. Por el contrario los *Estudiantes* serían quienes menos le dedicarían recursos económicos a ese componente con un 3%.

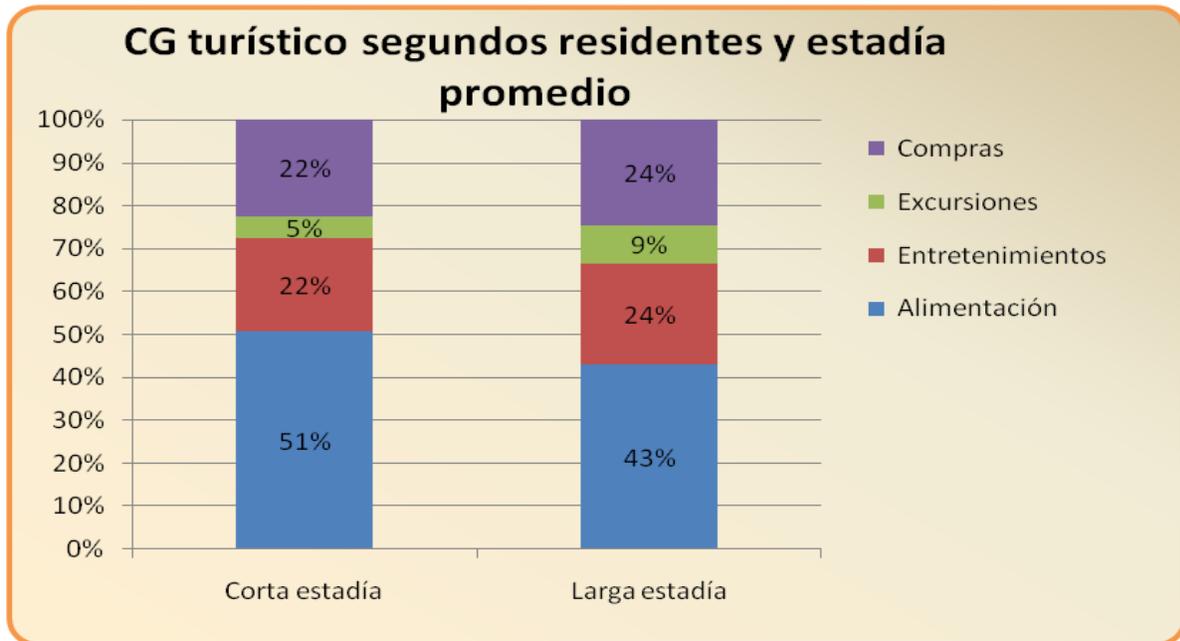
En el componente Compras se puede ver una diferencia importante en el segmento *Empresarios* quienes asumirían dedicarle un 17% a este componente, que resulta ser igual al gasto promedio de Compras general de la temporada. Y nuevamente los que menos comprarían serían los *Estudiantes* con un 3%, 14 puntos porcentuales por debajo del gasto promedio de Compras general de la temporada, lo que significaría una disminución del gasto en este componente del 82%

Se distinguen los *Empresarios* que realizan un gasto mayormente equitativo en los componentes de la canasta turística, en relación al resto de los segmentos analizados; seguidos por los *Profesionales*. Esto podría permitir interpretar que estos dos segmentos estarían compuestos por una mayor cantidad de turistas tradicionales, es decir, le destinarían una proporción similar a la de Alimentación al rubro Alojamiento.

IV.5.5. Composición del gasto turístico según segundos residentes y estadía promedio: Las variables independientes serán *segundos residentes* y la *estadía promedio*, la cual ha sido previamente calculada y ha dado como resultado 10 días, determinada la misma, se ha realizado un corte estableciendo que, los turistas que pasan más de 10 días serán contemplados en la subvariable *Larga Estadía*, mientras que los que pasen menos de 10 días serán tenidos en cuenta para la *Corta Estadía*. La variable dependiente es la *composición del gasto turístico*.

Figura 26

Composición del gasto turístico según segundos residentes y estadía promedio



Fuente: Regalado, M., 2013. En base a “Análisis de la demanda Monte Hermoso temporada 2013”

Interpretación de resultados:

Se puede observar que aquellos turistas residenciados que pasan una *Corta Estadía* realizarían un gasto de dinero mayor en Alimentación, con un 51% respecto del gasto total durante su estadía, 16 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de Alimentación general de la temporada, dando como resultado un incremento del 46% en este concepto, respecto al gasto promedio de Alimentación general de la temporada. Así mismo, puede notarse una sensible diferencia con aquellos turistas que pasan una *Larga Estadía*, dado que asumirían realizar un gasto del 43% en Alimentación.

En cuanto al componente Entretenimientos, ambos segmentos realizarían un gasto similar, ya que los turistas de *Larga Estadía* afirmarían gastar un 24%, 8 puntos porcentuales por encima del promedio de Entretenimientos general, mientras que los que pasan una *Corta Estadía* estarían gastando un 22% en Entretenimientos, respecto del gasto total durante su estadía.

En las Excursiones, aquellos que pasan una *Larga Estadía* asumirían tener un gasto mayor en este componente con un 9%, 2 puntos porcentuales por encima del gasto promedio de Excursiones general de la temporada.

Por último en el componente Compras se puede ver la misma situación que se observa en el segmento Entretenimientos, dado que los segmentos poseen los mismos porcentajes.

CONCLUSIONES

En los últimos años ha podido observarse un crecimiento vertiginoso de la ciudad de Monte Hermoso, el cual se ve reflejado en el despliegue de eventos a lo largo del año, el mejoramiento de servicios complementarios, la concreción de proyectos residenciales, hechos que han sido los causantes no sólo de un mayor flujo de visitantes, sino también de una mayor asiduidad por parte de los mismos durante todo el año (desestacionalización del destino).

El turismo es una actividad que cambia continuamente y se adapta situaciones fluctuantes como son las económicas, sociales, y tecnológicas; contar con estudios que establezcan la tendencia del consumo de quienes visitan el destino permite estar un paso adelante respecto a servicios, infraestructura e instalaciones, lo cual proporciona un manejo consciente de la actividad que posibilite mantener la cuota de mercado y mejorar ventajas competitivas.

De acuerdo a lo expresado hasta aquí, según el análisis de correlación entre variables en la investigación realizada, se procede a refutar parcialmente la primera hipótesis propuesta:

H₁: La ciudad de Monte Hermoso no posee análisis de resultados a partir de estudios de demanda referidos al consumo turístico, que permitan inducir políticas turísticas para el destino.

Las encuestas realizadas durante la temporada han sido tomadas como base para el presente estudio en profundidad, dando como resultado una investigación del consumo turístico con la que se podrá contar para consulta, permitiendo intervenir en la realidad para modificarla u orientar la situación actual si se cree necesario, contando así con una herramienta importante en lo que hace a la planificación turística que pueda incrementar los beneficios sociales, económicos y ambientales del proceso de desarrollo, teniendo en cuenta los cambios que presenta la demanda de esta actividad.

Además esta investigación resulta interesante desde el punto de vista de la metodología utilizada, de acuerdo a que considerando la correlación de variables se puede abordar un espectro más amplio de las mismas, realizar una combinación que comprenda otras cualificaciones o bien prolongar este estudio en el tiempo, de modo que se puedan establecer tendencias o proyecciones futuras.

Por otra parte se corrobora la segunda hipótesis planteada determinando que el *análisis del gasto y su composición, en referencia a variables de la demanda, permite conocer algunas características de su perfil e inferir conclusiones sobre comportamientos (H₂).*

Se sustenta en primera instancia que resulta condicionante el nivel socio económico, dado que de acuerdo a esta característica los turistas se asentarían en determinados sectores de playa, esto se refleja en el sector de las Dunas, en donde probablemente intervenga un mayor poder adquisitivo por parte de los grupos familiares de turistas que allí acuden, como así también una cantidad promedio de integrantes menor que sería la causa de un menor gasto.

Conforme a la procedencia, el gasto difiere, esto se evidencia en aquellos visitantes que provienen del interior del país, que coincidentemente manifestarían la práctica de turismo tradicional, en la cual el turista gasta por encima de sus posibilidades. Sin embargo aquellos turistas que llegan a destino desde centros emisores más cercanos (Bahía Blanca, Sudoeste de la provincia de Buenos Aires, provincia de Buenos Aires) efectuarían un menor gasto durante sus vacaciones, lo que podría condecirse con la lógica del turismo residencial, considerando que este tipo de turista gasta menos en traslado, alojamiento, manutención, ocio y diversión que los turistas tradicionales; así mismo residen en destino por estancias más prolongadas que el turista tradicional, muestran un comportamiento similar al del residente local, realizando un consumo constante de los componentes de la canasta turística, destacándose los rubros Alimentación, Entretenimientos y Compras.

El nivel de estudio alcanzado por los turistas no parecería ser una variable de gran importancia al evaluar el gasto turístico, si bien la variable de gasto grupal parecería indicar lo contrario, el gasto sustancial se identifica a través del gasto por persona diario el cual demostraría no ser un condicionante al momento de concretar el gasto; caso contrario sucede con la calidad percibida, que sí parecería definir el gasto, dando cuenta que a mayor calidad, mayor gasto realizarían los turistas.

La situación laboral interviene en el comportamiento del turista frente al consumo, lo cual coincide con una lógica del ciclo de vida o *paradoja del ocio* en términos turísticos, la

cual establece que cuando se es joven se tiene tiempo para viajar pero no dinero y cuando se es adulto se tiene dinero pero no tiempo.

La cantidad de días que el turista decida pasar en el destino también definiría el consumo por parte de los mismos, dando cuenta que a mayor estadía, menor gasto diario erogado durante sus vacaciones y viceversa; lo cual estaría íntimamente relacionado con el turista residencial, quien pasa una estadía más prolongada (22 días promedio). De esta forma, resultaría atractivo en términos del impacto económico del gasto turístico en el destino, las mayores rotaciones de turistas de baja estadía.

Por último se corrobora también que el *consumo turístico en Monte Hermoso determina distintas tipologías de turismo, que permite orientar políticas turísticas para el destino (H₃)* sean estas políticas de tipo promocionales del destino o aquellas que tengan que ver con el planeamiento estratégico de la localidad.

Quedan reflejadas dos tipologías importantes: el turismo tradicional, el cual refleja movimientos turísticos que provienen de todo el país, con una gran incidencia por parte de flujos del *Norte, Cuyo y Litoral* argentino que realizarían un impacto económico más importante de acuerdo a que tendrían una tendencia de estadía más acotada, gastando por encima de sus posibilidades y por otro lado la fuerte presencia del turismo residenciado en el destino, que a simple lectura se interpretaría que realizaría un menor gasto durante la temporada; sin embargo se evidencia un consumo regular en lo que respecta a los rubros de Alimentación y en menor medida a Compras, que se representa en un beneficio para los comerciantes locales.

Si bien es sabido de la gran complejidad que conlleva el tratamiento de políticas turísticas por la gran variedad de subsectores (alojamiento, restauración, agencias de viaje, etc.) que conforman el sector turístico y que cada subsector tiene sus problemáticas, sólo la acción pública es capaz de asegurar la coordinación entre los distintos agentes implicados, a fin de responder a las necesidades de los consumidores.

Por último y considerando los aportes significativos de los estudios de demanda turística, se recomienda fuertemente la continuidad de estos, tendiendo a conformar un observatorio turístico del destino.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOULLÓN, ROBERTO C. *Los municipios turísticos*. Editorial Trillas, México, p 24, 1990.
- BULL, ADRIÁN; *La economía del sector turístico*. Alianza editorial, Madrid, p 159-161. 1994.
- CASTILLO RODRIGUEZ, Cristina. “La conceptualización de los segmentos turísticos en Andalucía: Una breve aproximación”. *TURyDES* . [En línea] Málaga, España, Universidad de Málaga, 2011, Vol 4, N° 10. [Marzo de 2013] <http://www.eumed.net/rev/турыdes/10/ccr.pdf>
- CELSI, C.; MONSERRAT, A. “Sector costero entre Pehuen-có y Monte Hermoso”. Proyecto de costas bonaerenses. Informe interno. 2005.
- CORBELLA, Virginia I., “Análisis socioeconómico de Monte Hermoso mediante SIG, un destino costero del sureste argentino”. *Trayectorias* [En línea].Universidad Autónoma de Nuevo León, México, Julio2011-Junio2012,pp.148-174,Vol 14, N° 33-34, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60724509008&idp=1&cid=1514439> [15 de Agosto de 2013]
- DE LIMA ANDRADE, José R., “Análisis económico de la demanda del turismo doméstico en Brasil, aspectos teóricos y comprobaciones”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. [En línea] Universidad Nacional de Sergipe, Brasil,2004, Volumen 13, <http://www.estudiosenturismo.com.ar/search/PDF/v13n1y2a09.pdf>
- EUROSTAT; OCDE; OMT; NACIONES UNIDAS DIVISIÓN DE ESTADÍSTICA, “Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual” [En línea]. Luxemburgo, Madrid, Nueva York,París,2001, http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF_80S.pdf [8 de Junio de 2013]
- EUROSTAT, Manual Europeo de Aplicación de las Cuentas Satélites de Turismo. Oficina de las publicaciones de las Comunidades Europeas, Luxemburgo,2002.
- GONZÁLEZ FERNÁNDEZ *et al.* “La incidencia de los estilos de vida en la segmentación del mercado turístico: Aplicación a la población urbana de Catilla y León” [En línea]. Universidad de León. España,1999, dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/202075.pdf [Mayo de 2013]
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. *et al.* *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill, México. Cuarta edición, 2000.

- IVARS, Josep A. “Planificación Turística de los espacios regionales de España”. [En línea] Tesis Doctoral. Departamento de Análisis Geográfico Regional. Instituto Universitario de Geografía. Universidad de Alicante 2001. 423pp. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/3620> [Octubre 2013]
- LALLI, Carmen M. El turismo residencial desde la demanda turística. El caso Monte Hermoso. Tesina (Licenciatura en Turismo). Bahía Blanca, Argentina. Universidad Nacional del Sur, Departamento de Geografía y Turismo, 2012. 108pp.
- LICKORISH Leonard J. y JENKINS Carson L. *Una Introducción al Turismo*, Editorial Síntesis, España, 2000.
- MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN. Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016. Anuario Estadístico de Turismo [En línea] <http://www.cofecyt.mincyt.gov.ar/convocatorias/asetur/PFETS/PLAN%20FEDERAL%20DE%20TURISMO%20-%20ARGENTINA%202016.pdf>
- MORENO PACHECO, Pilar. La segmentación de la demanda de turismo. Aplicación a la provincia de Sevilla [En línea] Tesis (Doctorado en Economía). Sevilla, España, Universidad de Sevilla, Departamento de Economía Aplicada I, 2007. 499pp. http://fondosdigitales.us.es/media/thesis/1091/M_TD-0583.pdf
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. *Introducción al Turismo*, Madrid, España.1998.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Y NACIONES UNIDAS: “Recomendaciones internacionales para estadísticas en turismo 2008”[en línea] Madrid-NuevaYork,2010 http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1s.pdf [27de Mayo de 2013]
- OSORIO ACOSTA, Estefanía (2005) en Rodriguez, Cecilia A. (2008) Apuntes de Cátedra Seminario Planificación de los Recursos Turísticos. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur.
- PASCALE, Juan C. “Los Municipios Turísticos”. Seminario: Planificación de los Recursos Turísticos. Apuntes de cátedra 2008. Inédito.
- PULIDO SAN ROMÁN, A. Introducción al análisis econométrico del turismo. Tesis Doctoral, IET, Madrid.1966.

- RAMOS DOMINGUEZ, A.; “Análisis de las preferencias del turista mediante análisis conjunto: el caso de Tenerife”. [En línea] Tesis Doctoral. Departamento de Economía de las Instituciones. Estadística económica y Econometría. Universidad de la Laguna. 1999. 328pp. <ftp://tesis.bbt.ull.es/ccsyhum/cs75.pdf> [13 de Marzo 2013]
- RODRIGUEZ, Cecilia. “La jerarquización de recursos en áreas turísticas no tradicionales”. *CONDET* Año IV. Vol. 4. Editorial de la Universidad Nacional del Comahue. Agosto de 2005. Neuquén.
- RODRIGUEZ, Cecilia A. “Gestión de Destinos Turísticos” Apuntes de Cátedra Seminario Planificación de los Recursos Turísticos. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. 2008. Bahía Blanca
- SERRANO, Lucía.”Incidencia del nuevo consumidor turístico en la estrategia de Marketing”.http://www.ehu.es/contenidos/informacion/euempss_revista/es_revista/adjuntos/6.pdf *Revista de Dirección y Administración de Empresas*. [en línea] Numero 10. Diciembre de 2002 [Junio 2013]
- SILKE SCHULTE. “Guía conceptual y metodología para el desarrollo y la planificación del sector turismo”. *Serie Manuales, ILPES, Naciones Unidas, CEPAL*. [En línea] Santiago de Chile, 2003, <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/2/13092/manual25.pdf> [4 de Julio 2013]
- TORRES BERNIER, Enrique (2003) en Rodriguez *et al.* (2006). “El turismo residenciado en Monte Hermoso”. IV Jornadas Interdisciplinarias del Sudoeste Bonaerense. Universidad Nacional del Sur. Editorial EDIUNS. Bahía Blanca. Buenos Aires.
- TRELINI, Mauro. Como un turista elige sus destinos, Un aporte desde la Teoría del Consumidor. Tesis (Licenciatura en Economía). Inédita. Bahía Blanca, Argentina. Universidad Nacional del Sur, Departamento de Economía, 2002. pp38.
- VAQUERO, María del Carmen *et al.* “Propuesta de desarrollo turístico. Estudio de caso: Monte Hermoso”. *Aportes y Transferencias*. [En línea] Universidad nacional de Mar del Plata, 2004, Año 8. Vol I. <http://nulan.mdp.edu.ar/284/1/Apo2004a8v1pp75-88.pdf> [Mayo de 2013]
- VAQUERO, María del C., RODRIGUEZ, Cecilia A., TRELINI, Mauro. “El turismo residenciado en Monte Hermoso”. IV Jornadas Interdisciplinarias del Sudoeste

Bonaerense. Universidad Nacional del Sur. Editorial EDIUNS.2006. Bahía Blanca. Buenos Aires.

- VARISCO, Cristina. “Municipios turísticos del litoral instituciones del sector público y privado”. *Aportes y Transferencias*. [En línea]. Universidad Nacional de Mar del Plata, 2000, Año 4, Vol 2, <http://nulan.mdp.edu.ar/265/1/Apo2000a4v2pp63-88.pdf> [2 de Junio de 2013].
- VARISCO, Cristina “¿Qué es una Cuenta Satélite de Turismo?”. *Facultad de Ciencias Económicas y Sociales*. [En línea] Universidad de Mar del Plata, 2005, año11, N°23, http://nulan.mdp.edu.ar/144/1/FACES_n23_67-86.pdf; [en línea], [14 de junio de 2013] .

Páginas Web:

<http://www.montehermoso.gov.ar>

<http://www.montehermoso.com.ar>

<http://www.monteweb.com.ar/>