

ANALISIS DE LA DEMANDA TURISTICA DE LA PLAYA DE PEHUEN CO (ARGENTINA) ANALYSES OF SUN AND BEACH TOURISTIC DEMAND IN PEHUEN CO CITY (ARGENTINA)

Dra. María Luján Bustos

Profesora ayudante del Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur

RESUMEN

En los últimos años, la demanda turística comenzó a ampliar diversificar sus actividades, especialmente, en los destinos litorales. Pero estos, pocas veces diversificaron su oferta, lo que sería importante para favorecer el desarrollo de sus economías locales. Ante esto se planteó como objetivo caracterizar cuantitativa y cualitativamente a los visitantes que arriban a la localidad costera de Pehuen Co (Argentina). De este modo, se aportará información útil para que, entre otros, los profesionales del sector turístico, público y privado, establezcan líneas estratégicas que ayuden a mejorar el servicio. Para ello, se realizaron encuestas de elaboración propia y se analizaron junto a otras pertenecientes a la Dirección de Turismo del municipio al cual pertenece Pehuen Co. Se obtuvo que la demanda está satisfecha con el producto ofrecido pero requiere más diversidad de actividades recreativas fuera de la temporada estival y/o en días de mal tiempo

PALABRAS CLAVE: Turismo de Sol y Playa; Demanda turística; Diversificación turística; Pehuen Co (Argentina).

ABSTRACT

In recent years, tourism activities are more diverse, particularly, in coastal destinations. Local towns need to expand their supplies in order to improve their local economies. For this reason, the aim of this work was to characterize quantitatively and qualitatively the tourism demand in the coastal town of Pehuen Co (Argentina). Thus, useful information provided for tourism professionals (from public and private sectors) allowed to establish strategic lines oriented to improve the service. To do this, surveys were conducted and analyzed (it was also included others from Department of Tourism of the county). It was obtained that demand is satisfied with the product offered but requires more variety of recreational activities during the summer season and / or days with bad weather.

KEY WORDS: Sun and beach tourism; Tourism demand; Tourism diversification; Pehuen Co (Argentina).

INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en los últimos años en una de las actividades más dinámicas en las economías actuales debido, entre otros factores, a los cambios del consumidor turístico (Molina Collado *et al.*, 2007). La Organización Mundial de Turismo (OMT) define al turismo como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros (OMT, 1998). El turismo es una actividad que se relaciona con el bienestar económico al ser un detonador del desarrollo local que fomenta fuentes de empleo (OMT, 2015).

La OMT divide a la actividad turística en cuatro elementos que se interrelacionan entre sí. Estos elementos son: demanda turística, oferta turística, espacio geográfico y operadores del mercado. La demanda es el total de turistas anuales que llegan a un lugar determinado donde se localiza la oferta turística. Este concepto se puede completar con lo expresado por Montaner Montejano (1996) cuando la define como el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados al desplazamiento por una serie de productos y servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento o cultura en su período de tiempo libre o vacacional. La oferta turística incluye el conjunto de productos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo (OMT, 1998). El espacio geográfico es el tercer elemento y se refiere a la base física donde se pueden organizar y desarrollar los diversos recursos turísticos para atraer a los turistas (De Carlos Villamarín *et al.*, 2016). En este tiene lugar el encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que si bien, no es en sí misma un elemento turístico, es un factor importante de cohesión o disgregación según se la considere a la hora de la planificación turística (OMT, 1998; Pearce, 2014). Por último, los operadores del mercado son los agentes que actúan como intermediarios entre la oferta y la demanda (agencias de viaje, compañías de transporte, organismos públicos, etc.) (OMT, 1998).

A partir de la finalización de la Segunda Guerra Mundial y la consolidación económica de los países de Europa Occidental, el turismo en el espacio litoral se convierte en la modalidad más difundida en todo el mundo. Sus recursos más valiosos (arena y mar) parecían no desaparecer. Con el tiempo, las desventajas de esta actividad han señalado a los cuatro elementos de la actividad turística. En los últimos años, el turista comenzó a buscar, en el destino seleccionado, una distracción más activa y participativa que suele no encontrar en los destinos de playa (Swarbrooke, 2015). Las zonas costeras pocas veces han complementado su oferta con otras actividades que permitan una diversificación del producto (Cànoves *et al.*, 2016). El entorno natural, se ha desequilibrado debido a que, generalmente, se ha desbastado el médano frontal, generando tendencias de erosión de sedimento y perdiendo atractivo para el visitante (Bustos, 2012). Además, su desventaja más significativa para la población local es la estacionalidad. Esto hace que su movimiento económico se centre solo en unos pocos meses de calor. De esta forma, la estrategia de diversificación de la oferta turística se configura como esencial para mejorar la competitividad de un destino turístico de playa (Albuquerque y García, 2003). Como señala Butler (2012), en los destinos maduros existe una tensión constante entre la inercia de las actividades ya incorporadas por los agentes locales y el dinamismo que se atribuye a la necesidad de adaptarse a factores externos.

De manera particular, en Argentina, el turismo de sol y playa se localiza en la costa marítima de la provincia de Buenos Aires, donde el espacio litoral experimenta diversas fragmentaciones y transformaciones, producto del surgimiento de nuevos desarrollos urbano-turísticos (Padilla y Benseny, 2016). En el sudoeste de la provincia de Buenos Aires, en el municipio de Coronel de Marina Leonardo Rosales, se encuentra la localidad costera de Pehuen Co (Fig. 1). En ella, la principal actividad es la del turismo de sol y playa. Debido a esto, cuenta con los problemas derivados de esta modalidad a nivel ambiental, social y económico. Por lo cual, conocer las características de los visitantes del lugar es de fundamental importancia para conocer las necesidades y requerimientos de los demandantes y así tener una guía para trazar las estrategias a seguir. De esta forma se delinea como objetivo presentar las características cuantitativas y cualitativas de los turistas que arriban a la localidad, trazar el perfil del mismo e identificar aspectos de la demanda que posibiliten orientar las acciones del sector privado y público en relación con la comercialización más efectiva del producto y al delineamiento de políticas turísticas.

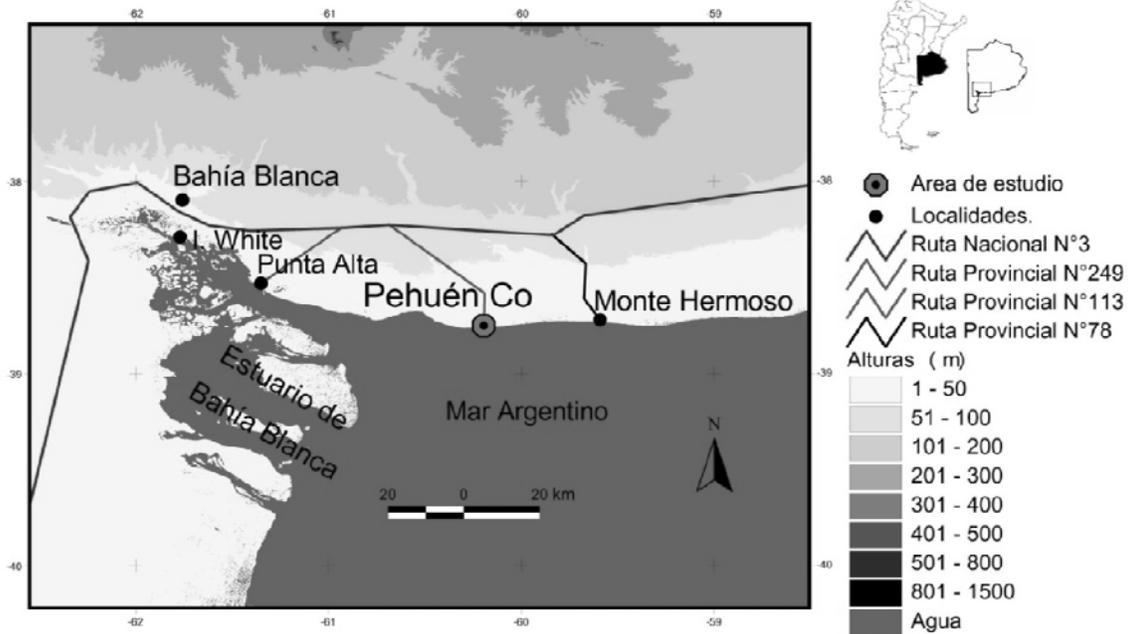


Figura 1. Localización del área de estudio.

Área de estudio

La playa de Pehuen Co ($38^{\circ} 59' 51''$ Sur y $61^{\circ} 33' 16''$ Oeste) se caracteriza por tener una costa baja y arenosa con un ancho promedio de 143 m, enmarcada por una línea de médanos frontales. En las proximidades de la costa alcanzan una altura de 10 m aproximadamente con médanos sin vegetar, médanos cubiertos por tamariscos (*Tamarix gallica*), acantilados artificiales y afloramientos de arena cementada (Bustos, 2012).

En la playa frontal de toda el área se encuentran, en las capas arcillo-limosas que se hallan cubiertas parcialmente por las altas mareas, restos fósiles e icnitas de carnívoros, litopternos, équidos, artiodáctilos y humanos de 16.000 a 6.000 años de antigüedad (Aramayo y Manera, 1989) (Fig. 2). Estas fueron declaradas Reserva Natural Provincial Pehuen Co-Monte Hermoso en 2005 y se encuentra en la etapa final de selección para ser declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO (Perillo *et al.*, 2014). Es la primera y única de este tipo al poseer como objetivo el cuidado de los recursos paleontológicos, arqueológicos y geológicos. Se divide en 3 áreas:

Area 1: A 16 km al oeste de Pehuen Co (Fig. 3), incluye el yacimiento "Las Rocas" o "Barranca Monte Hermoso" (Fig. 3) que son acantilados de hasta 9 m de altura y una antigüedad de 3 a 5 millones de años. A mil metros al oeste del balneario se encuentra el yacimiento "Playa del Barco" compuesto por afloramientos de rocas sedimentarias con material paleontológico de 16.000 años de antigüedad.

Area 2: A 2,5 km al este de Pehuen Co (Fig. 3), comprende el yacimiento de Paleoicnitas, donde se encuentran huellas fósiles de mamíferos y aves con una antigüedad de 12.000 años (Fig. 3).

Area 3: Se ubica en la localidad de Monte Hermoso (Fig. 1), a 14 km al este del Balneario Pehuen Co, se encuentran los sitios arqueológicos "La Olla 1" y "La Olla 2", también denominados como "El Pisadero", presentan huellas fósiles humanas y también de aves y mamíferos, distribuidos a lo largo de 1.100 m de playa.



Figura 2. Yacimiento de Paleocicnitas en el área 2 de la Reserva Natural Provincial Pehuen Co-Monte Hermoso. Archivo personal de Gerardo Perillo.

Pehuen Co se localiza dentro de los climas templados con una temperatura media anual de 14,3 °C. Los veranos e inviernos están bien diferenciados térmicamente. Los meses más fríos tiene una temperatura media de 10 °C (abril a agosto). En el verano, la temperatura media es de 19 °C (septiembre a marzo). Es una región de períodos húmedos y secos alternativos. Normalmente las lluvias se concentran en primavera-verano, siendo mínimas en invierno (Bustos *et al.*, 2011). Al analizar la cantidad de horas de confort climático para las personas en la playa, Pehuen Co proporciona una ventaja comparativa con mayor cantidad de horas confortables respecto de las localidades vecinas del área costera del sudoeste de la provincia de Buenos Aires (Bustos y Piccolo, 2011).

El desarrollo de la villa es paralela a la costa la cual tiene una orientación este – oeste y se encuentra rodeada por una zona agropecuaria. No posee edificaciones en altura superiores a tres pisos y conserva todas sus calles sin asfalto sobre un plano irregular. La mayor parte de las calles se encuentran muy forestadas con diferentes especies arbóreas, predominando pinos y eucaliptos (Fig. 4). No posee zonas de actividad industrial y el área comercial es muy reducida y arbolada (Bustos, 2012). Los atractivos turísticos, con excepción de la playa, se concentran en su mayoría en el área centro-este de la urbanización (Fig. 3 y 5). La villa es un núcleo urbano, netamente balneario, que fue fundado en 1948 y en 2012 tenía 900 habitantes permanentes (Delegación Municipal de Pehuen Co, 2012), incrementándose a 2700 visitantes los fines de semana. Durante la época estival se estima que visitan Pehuen Co más de 600.000 turistas (Dirección de Turismo de Coronel Rosales, 2012). De diciembre a marzo se genera la mayor actividad llegando a superar los 20.000 visitantes diarios.

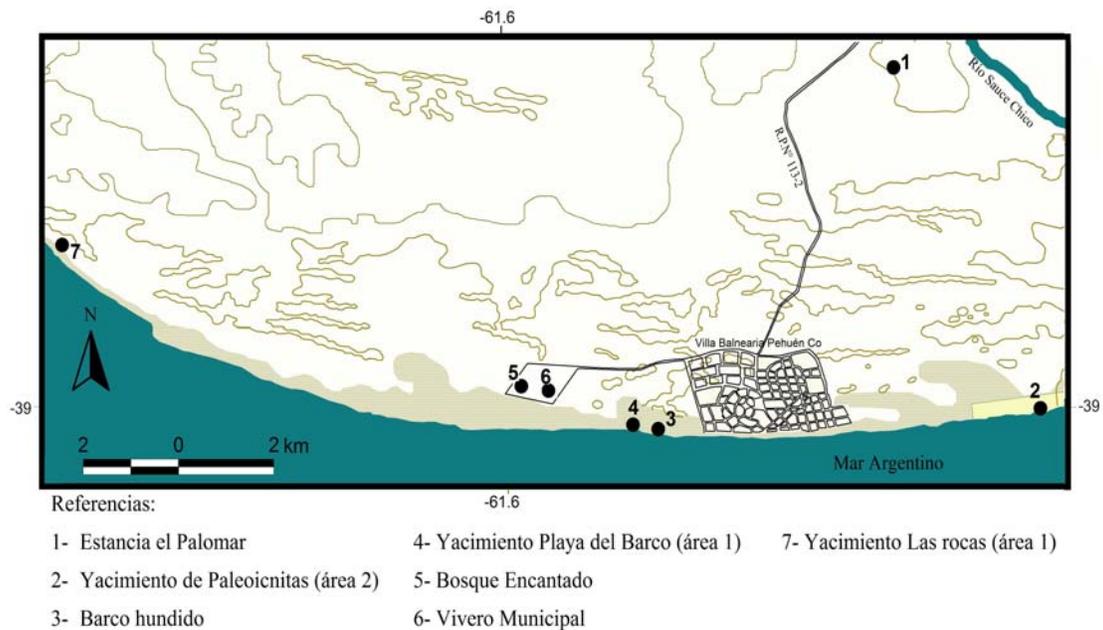
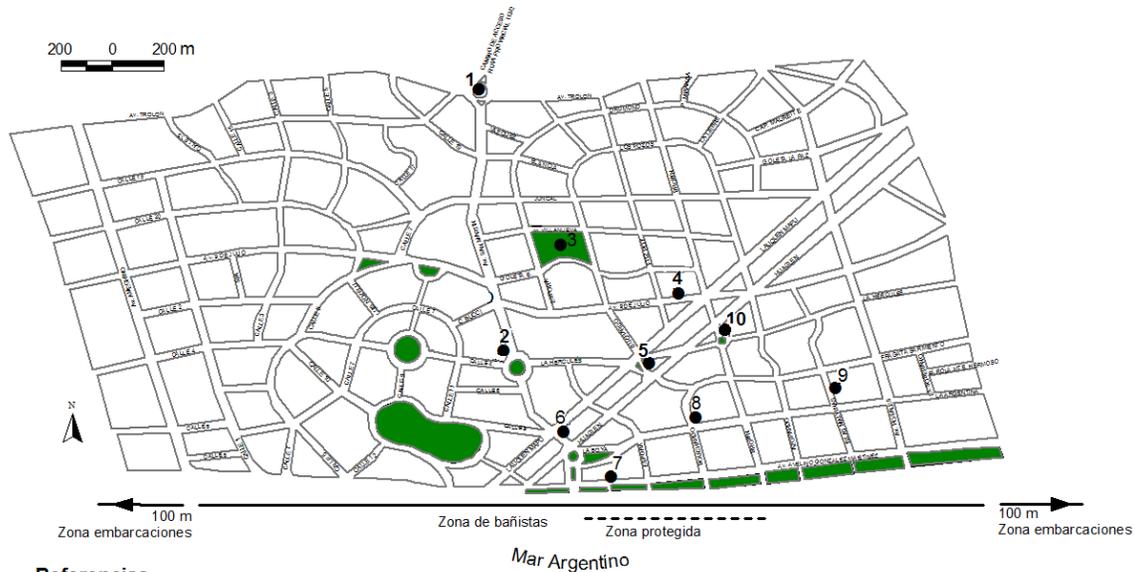


Figura 3. Recursos turísticos en la zona de Pehuen Co. Elaboración propia.



Figura 4. A la izquierda vista panorámica de la vegetación de Pehuen Co. A la derecha vista de una típica calle de la villa balnearia. Archivo personal de M. Luján Bustos.



Referencias

- 1- Oficina de Informes Turísticos
- 2- Sala de interpretación "Florentino Ameghino"
- 3- Plaza "Benito Carrasco"
- 4- Casa Molino
- 5- La Boya
- 6- Capilla "La Sagrada Familia"
- 7- Hotel "Cumelcan"
- 8- Primera casa de Pehuén Co
- 9- Casa Barco
- 10- Feria de Artesanos

Figura 5. Atractivos turísticos en Pehuén Co. Elaboración propia.

MATERIALES Y METODOS

En la zona de estudio actualmente no existen registros de la entrada o salida de turistas. Solo entre 2005 y 2007 se instaló un contador de automóviles en el acceso principal al balneario. La Dirección de Turismo de la Municipalidad de Coronel Rosales (DTCR) tomó los datos de cantidad de vehículos que ingresaron entre el 21 de diciembre y el 31 de enero y multiplicó el valor por 4 (referido a los integrantes de una familia tipo) para estimar la cantidad de personas que ingresaron a la villa balnearia. Estos valores no incluyeron visitantes de febrero, un mes importante de la temporada estival de playa. De esta forma obtuvieron los siguientes ingresos de visitantes:

Año	2005	2006	2007
Visitantes	205.603	555.508	638.075

Debido a la falta de información de cantidad de visitantes se resolvió, para poder cuantificar y cualificar estos datos, utilizar el método de encuestas. Para evaluar la demanda real se utilizaron los resultados de encuestas elaboradas por la DTCR, realizadas en las temporadas 2005/06 a 2010/11 y encuestas de elaboración propia realizadas en la temporada 2010/11. Tanto las encuestas de la DTCR como las de elaboración propia se realizaron en los meses de enero y febrero. La cantidad de encuestas realizadas por temporada, según datos de esa Dirección, fueron:

Temporada	Cantidad de encuestas
2005/06	1600
2006/07	1800
2007/08	1815
2008/09	908
2009/10	800
2010/11	800

El público objetivo fueron excursionistas y turistas. Para determinar los espacios donde se encontraba el mayor número de visitantes durante el período seleccionado, se consideraron los relevamientos realizados en los Informes 2005/06 y 2006/07 por la DTGR. Las encuestas se llevaron a cabo en los sectores que a continuación se detallan (Fig. 6):

1. Bajada Punta Mingo
2. Bajada Calle N° 5
3. Bajada calle San Martín
4. Bajada calle Espora
5. Bajada calle Brown
6. Bajada del Arbolito
7. Centro
8. Campings

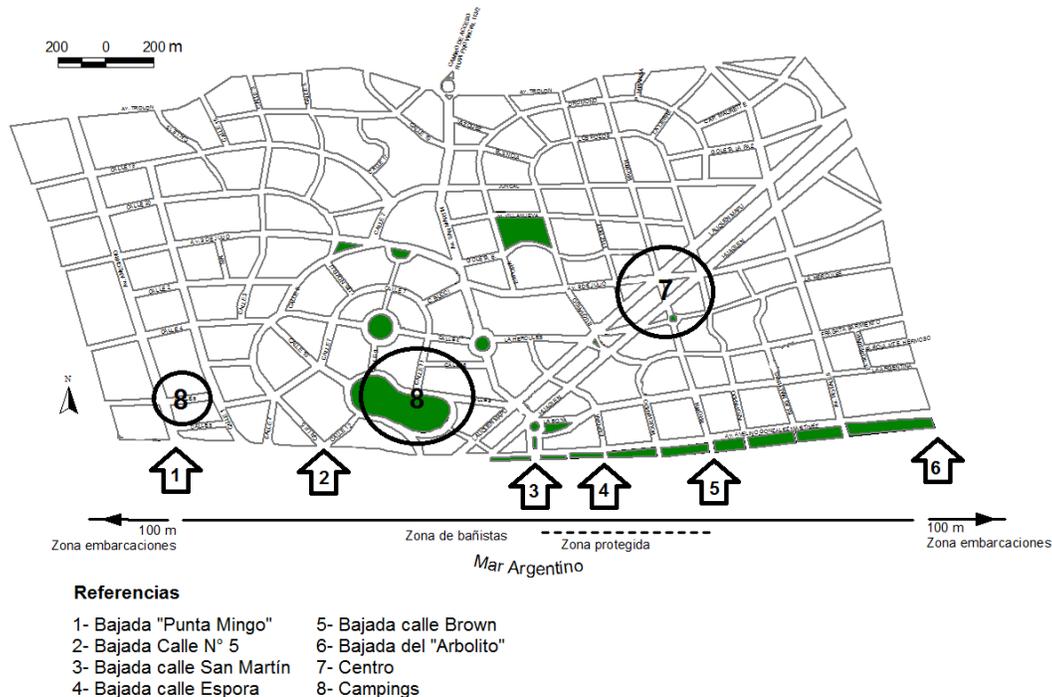


Figura 6. Sectores donde la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Coronel Rosales realizó sus encuestas. Elaboración propia.

El modelo de encuesta aplicado por la DTGR fue elaborado en conjunto por esta Dirección y la Universidad Nacional del Sur (UNS). Se tomó como base aquellas elaboradas por la Secretaría de Turismo y Deporte de la provincia de Buenos Aires (2001 y 2004), las realizadas por la UNS en la ciudad de Monte Hermoso y la propia elaborada por la DTGR para el año 2005 en la villa de Pehuén Co. También, se consideró la elaborada por el equipo del Centro de Investigaciones Turísticas de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata que se aplicó a los centros turísticos del litoral atlántico.

En cuanto a las encuestas de elaboración propia se efectuaron con el objetivo de complementar las ya realizadas por la DTGR. Se llevaron a cabo 200 encuestas entre enero y febrero de 2011. El mayor porcentaje se realizó los fines de semana donde el arribo de visitantes fue mayor. También se concretaron encuestas los días miércoles con el fin de detectar personas que pernoctan más de 3 noches. El público objetivo fueron todas las personas que se encontraban en la playa en tres momentos del día: mañana, mediodía y tarde. Por ello, se realizaron encuestas a lo largo de toda la playa desde el punto 1 a 6 que pueden observarse en la Figura 2.

El método de muestreo seleccionado fue no probabilístico casual, el criterio de selección dependía de la posibilidad de acceder a ellos. La unidad de la muestra es el turista que se encontraba en la playa. Ambas encuestas (las de la DTCR y las de elaboración propia) se realizaron en forma anónima. En primer lugar se buscó caracterizar básicamente al visitante mediante las siguientes preguntas:

- Sexo y edad
- Estado civil y grupo con el que concurrió
- Nivel de educación y ocupación
- Lugar de procedencia.

El lugar de procedencia marcó el rol del balneario como recurso provincial y/o nacional. Esto resultó en la composición por origen de los turistas e incidió de alguna forma en la magnitud de los efectos multiplicadores sobre la economía local. Luego se prosiguió con las preguntas sobre el destino en sí mismo y el uso de los servicios turísticos:

- Tiempo de estadía
- Frecuencia de visita.
- Servicios utilizados (transporte, alojamiento, gastronomía y recreación)
- Opinión sobre la calidad de los servicios de información y playa.
- Aspectos generales (seguridad, condiciones de la playa, espacios verdes, limpieza, espacios públicos)
- Fortalezas y Debilidades del destino.

No se consultó a los encuestados sobre los gastos en dinero debido a los sesgos inherentes a la privacidad del dato por parte del encuestado. Preguntas de ésta índole, de ser contestadas, pueden generar una variable poco fiable que no recoja el verdadero volumen del gasto de los turistas (Frechtling, 1987). Varios autores recomiendan el empleo de la variable pernoctas como el mejor elemento para caracterizar la demanda turística (Garín-Muñoz, 2009). Su justificación es que existen datos fiables ya que esta variable suele construirse en base a los registros de hoteles y está muy relacionada con el gasto turístico. En el caso de este estudio se les consultó directamente a los encuestados sobre el pernocte (duración y tipo).

RESULTADOS

Del análisis de las encuestas de elaboración propia y del DTCR se obtuvo la siguiente información:

Rango etario y composición del grupo: El grupo predominante fue el de 26 a 40 años, superando el 20 % y llegando hasta 40 % del total de encuestados. El segundo lugar varió con los años, en las primeras encuestas realizadas (2005/06), el grupo de 19 a 25 años fue el de mayor porcentaje. En las últimas dos temporadas, la mayor cantidad fue la franja etaria entre 41 y 55 años. Los informes de las encuestas de las temporadas 2005/06 y 2006/07 solo registraron datos de edad de los encuestados. La cantidad de hombres y mujeres fue similar (50 % aproximadamente). Otro dato importante fue la composición del grupo encuestado. Siempre el mayor porcentaje correspondió a las familias con hijos, seguidas por las parejas solas y luego por grupos de amigos. Aunque se pudo observar una tendencia a la disminución de la concurrencia de grupos familiares y un aumento de las parejas sin hijos a través de los años (Fig. 7). Esto puede representar el comienzo de un cambio en la demanda.

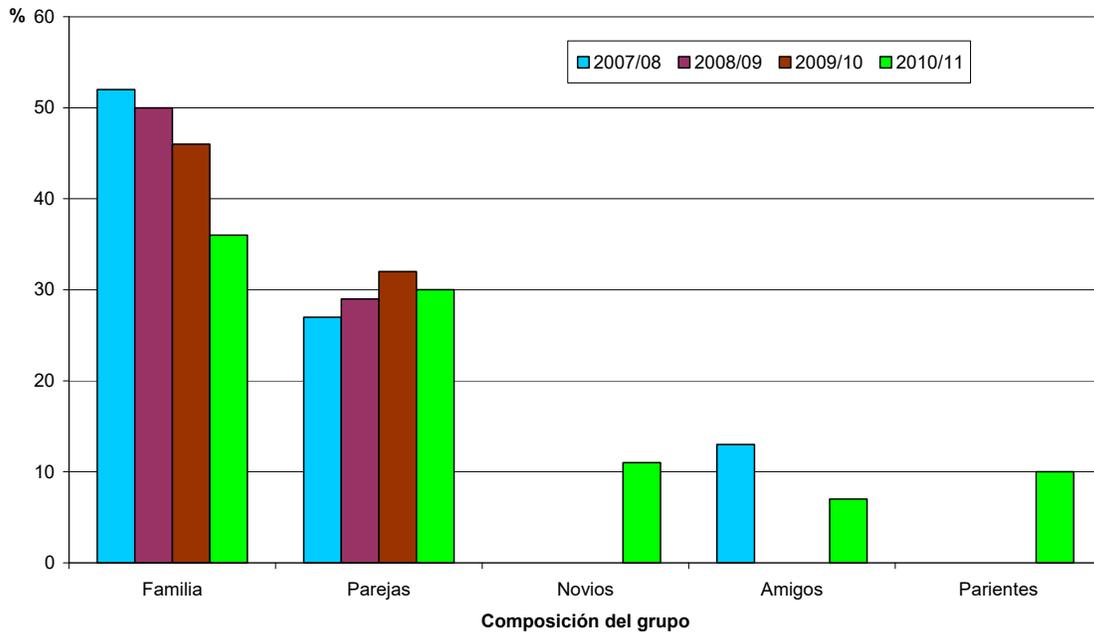


Figura 7. Composición del grupo encuestado por temporadas de verano en Pehuen Co. Elaboración propia.

Nivel de educación: La mayoría de los encuestados tuvo una educación secundaria completa, esta variable fue la de mayor peso en todas las temporadas. En segundo lugar se encontraron las personas con nivel terciario completo. Excepto en la temporada 2007/08, donde, en segundo lugar, estuvieron las personas con nivel universitario completo. En la última temporada evaluada (2010/11), el segundo lugar fue de las personas con nivel universitario incompleto, es decir, aumentó significativamente la cantidad de estudiantes universitarios que visitaron el balneario.

Lugar de procedencia: La mayor cantidad de encuestados siempre fue procedente de Bahía Blanca (ciudad cabecera del municipio homónimo; es la localidad de mayor tamaño e importancia de la región) (Fig. 1) y con una tendencia al aumento (Fig. 8). El segundo lugar varió año a año, en la temporada 2007/08 lo ocuparon personas procedentes de Punta Alta (18 %) (Fig. 1) seguido por los procedentes de la región Patagónica (según la DTCR esta región cubría La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut y Santa Cruz) con el 15 %. En la temporada 2008/09 el segundo lugar lo ocuparon los visitantes procedentes de la Patagonia. En período siguiente (2009/10) este lugar fue ocupado por personas procedentes de la Patagonia, Punta Alta y Gran Buenos Aires en el mismo porcentaje (13 %). En la última temporada (2010/11) el segundo lugar fue de los que procedían de la provincia de Buenos Aires (exceptuando Bahía Blanca y Punta Alta). También se puede observar una tendencia al aumento de las personas provenientes del Gran Buenos Aires y un pequeño aumento de personas extranjeras.

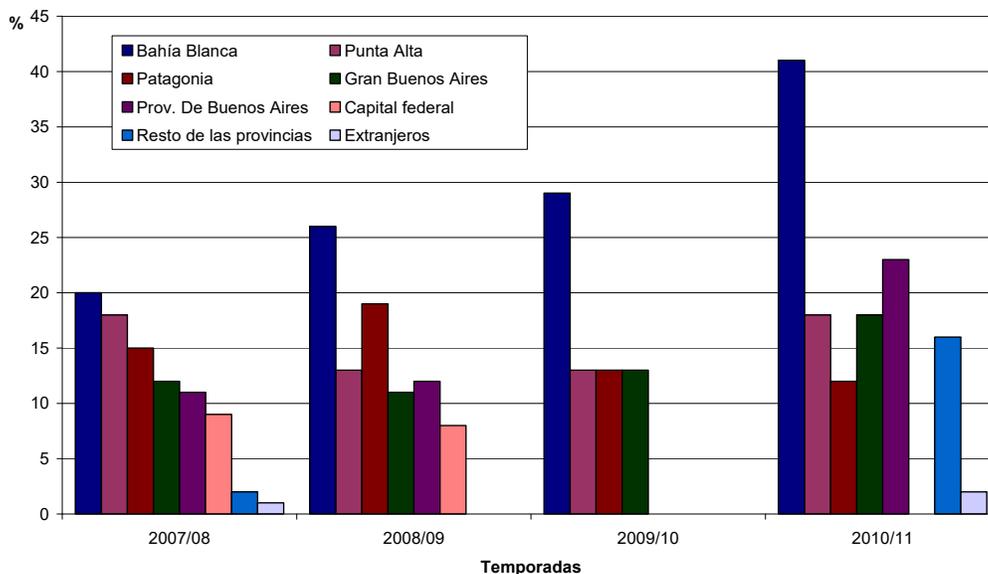


Figura 8. Lugar de procedencia de la persona encuestada por temporadas de verano en Pehuen Co. Elaboración propia.

Tiempo de estadía: En las temporadas 2007/08 a 2009/10 (esta última sin datos) la mayor parte de los visitantes permanecieron en el balneario entre 2 y 9 días. En segundo lugar estuvieron los recreacionistas, es decir, los que no pernoctaron en la villa balnearia. Los turistas que permanecieron de 10 a 19 días estuvieron en tercer lugar. En la última temporada (2010/11), los mayores valores correspondieron a los recreacionistas (41 %), seguidos por los segmentos de 2 a 9 días, luego de 10 a 19 días y finalmente, con el menor porcentaje, de 20 a 30 días (Fig. 9).

En las encuestas de elaboración propia los valores variaron dependiendo del día de la semana en que se realizó la encuesta. Los recreacionistas ocuparon el primer lugar cuando la encuesta se realizó el fin de semana, pero de los encuestados los días miércoles sólo un 4 % permanecía solo por el día. La mayoría estuvo de 2 a 6 días, seguidos por los que lo hicieron de 10 a 19 días y luego de 20 a 30 días (Fig. 10).

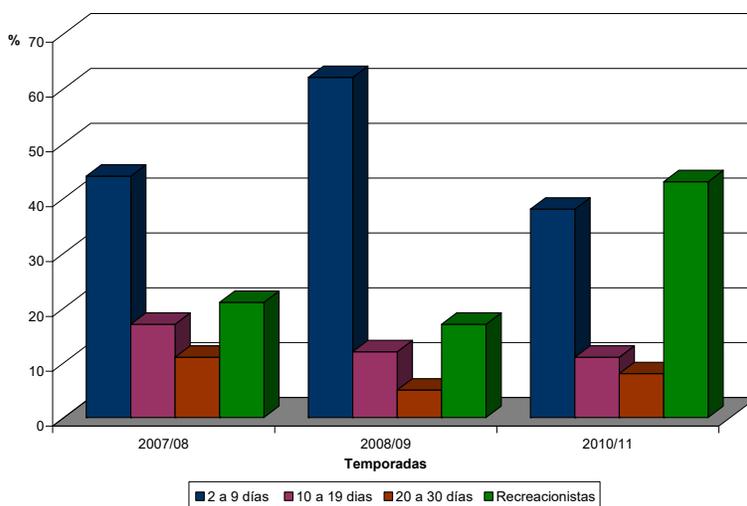


Figura 9. Tiempo de estadía del grupo encuestado por temporadas de verano en Pehuen Co. Elaboración propia.

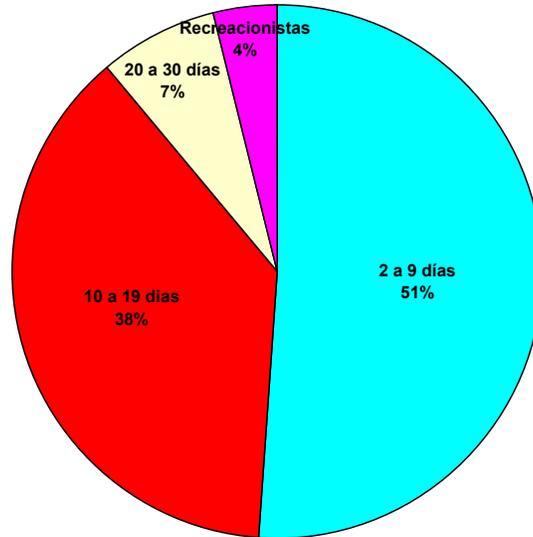


Figura 10. Tiempo de estadía del grupo encuestado los días miércoles de la temporada 2010/11 en Pehuen Co. Elaboración propia.

Frecuencia de la visita: En la temporada 2007/08 un 43 % de los encuestados visitaban la villa por primera vez, mientras que un 25 % lo habían hecho varias veces. Las temporadas siguientes predominaron las personas que visitaban Pehuen Co desde hacía muchos años, seguidas por las que era la primera vez que lo visitaban. En la última temporada, se destacaron las personas que concurrían por primera vez. A estas le siguieron las personas que lo hacían habitualmente al balneario. Cabe destacar la importancia de la repavimentación del camino de acceso (finalizada en enero de 2010). Este hecho generó un incremento del flujo de turistas hacia la villa (Sánchez, 2010).

Obtención de la información del destino: Este dato sólo se obtuvo en la última temporada. Los mayores valores correspondieron a las personas que se informaron por comentarios de otras (28 %) y por Internet (22 %). Las personas que no buscaron información porque ya conocían el destino representaron el 22 % en las encuestas de la DTCR y el 54 % en las de elaboración propia.

Servicios utilizados: Todos los servicios por los que se consultó se calificaron como buenos, incluyendo alojamiento, gastronomía, transporte y oficina de información turística. Solo la recreación se calificó como regular (en una escala de: muy bueno, bueno, regular y malo).

Las variables más importantes dentro de los servicios para evaluar el perfil del turista fueron el alojamiento y el transporte. Se destacaron dos formas de alojamiento: los campings y las casas de alquiler. El tercer lugar lo ocupan las segundas residencias y casas en préstamo (pertenecientes a amigos o familiares de los encuestados). Los hoteles, aparts y cabañas no tienen demasiado desarrollo y por ello sus porcentajes fueron bajos.

Respecto al transporte durante todas las temporadas una mayoría muy significativa concurrió en auto particular. Solo pequeños porcentajes fueron en servicios de colectivos y en la última temporada se incrementó el porcentaje de personas que concurrieron en moto.

Reincidencia de la visita en Semana Santa, feriados largos o vacaciones de invierno: Pehuen Co no es muy visitado en Semana Santa, feriados, o vacaciones de invierno. Esto se confirma con las respuestas a esta pregunta. Hasta la temporada 2008/09 las respuestas negativas (no concurren al balneario en las fechas indicadas) alcanzaron el 70 %. Pero en los dos últimos períodos, fueron menores al 60 %. Cabe aclarar que en la encuesta de elaboración propia se consultó también sobre si volverían la temporada estival siguiente y las respuestas positivas fueron de un 87 %.

Lugares de recreación utilizados: Las respuestas para todo el período analizado se detallan a continuación, en orden decreciente (Fig. 5):

1. Casa barco
2. Bosque Encantado y Vivero Municipal
3. Sala de interpretación Florentino Ameghino
4. Reserva paleontológica
5. Peatonal
6. Feria de artesanos
7. Capilla Sagrada Familia
8. Restos del barco La Soberana

Factores determinantes de la elección de este destino: Los factores fueron cambiando a lo largo del tiempo (Fig. 11). A continuación se enumeran en orden decreciente las razones para elegir este balneario:

1. Tranquilidad
2. Playa
3. Ambiente familiar
4. Forestación
5. Proximidad al lugar de procedencia

Fortalezas: De acuerdo con los encuestados se enumeran las siguientes fortalezas:

1. Tranquilidad y descanso
2. Ruta de acceso (sólo en las 2 últimas temporadas)
3. Playa
4. Forestación
5. Belleza del lugar
6. Seguridad
7. Ambiente familiar

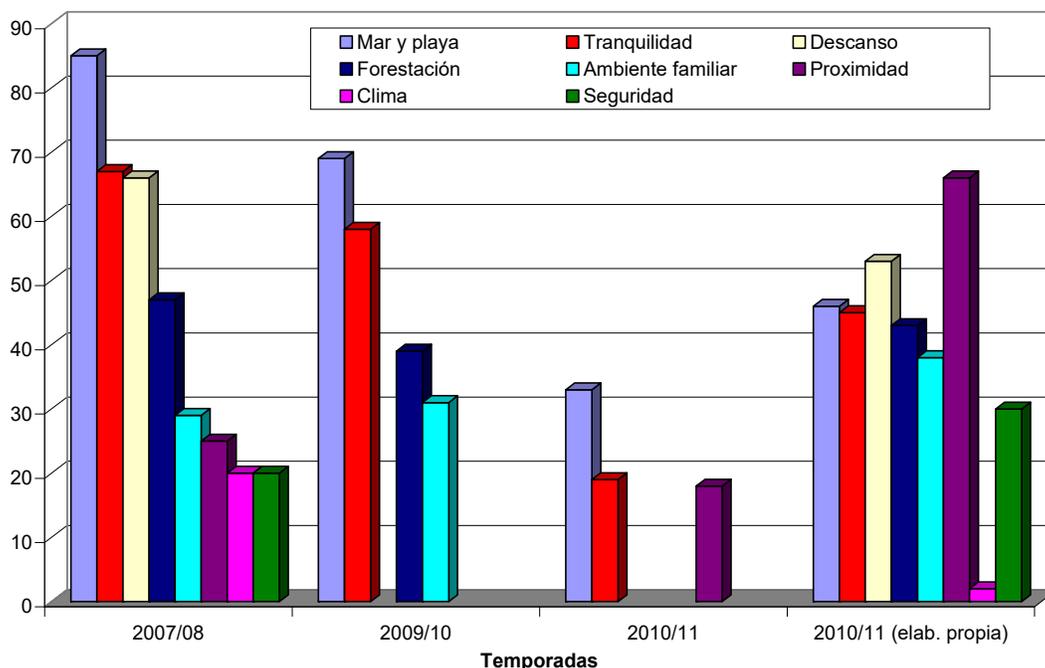


Figura 11. Factores determinantes para la elección de Pehuén Co como destino turístico. Elaboración propia.

Debilidades: A continuación se detallan según el orden de importancia:

1. Intransitabilidad de la ruta de acceso (hasta la temporada 2008/09)
2. Falta de limpieza y mantenimiento general del balneario
3. Mal estado de las calles de la villa y bajadas a la playa
4. Falta de iluminación en las calles
5. Presencia de medusas en las aguas marinas
6. Costos muy onerosos de alojamiento y estadía
7. Falta de actividades de recreación

En la encuesta de elaboración propia se consultó también sobre las actividades del encuestado y su grupo en caso de mal tiempo o demasiada presencia de medusas. Un 73 % respondió que se volvían a su lugar de procedencia o visitaban Monte Hermoso o Punta Alta (Fig. 1).

Calificación final del balneario: un amplio porcentaje respondió con calificaciones superiores a 8 puntos, es decir, que sus expectativas del balneario quedaron satisfechas.

PERFIL DEL VISITANTE

Con estos resultados se concluye que las personas que eligieron Pehuen Co como destino para su descanso fueron en su mayoría recreacionistas, es decir, que solo concurren por el día, generalmente sábados o domingos. En su mayoría los encuestados tenían entre 26 a 40 años con nivel de educación medio a alto. Generalmente eran grupos familiares (4 y 8 personas) o parejas y utilizaron vehículos particulares.

El lugar de procedencia principal correspondió a Bahía Blanca y el nivel de permanencia fue alto, variando entre una y dos semanas. Las personas que en la última temporada concurren por primera vez argumentaron que fue por motivos del mejoramiento del camino de acceso al balneario. La motivación de esta playa fue claramente la búsqueda de tranquilidad y naturaleza, lejos del ruido y el cemento, según lo expresaron los encuestados.

En las temporadas analizadas se ha visto un cambio en el perfil del turista que visitó la playa de Pehuen Co. Esto se observó porque, si bien la cantidad de visitantes aumentó, según estimaciones de la DTCR, se redujo la cantidad de familias y se incrementó la cantidad de parejas sin hijos que visitaron el balneario. A su vez, también aumentó la cantidad de estudiantes universitarios, las personas procedentes de Bahía Blanca y las personas que visitaron por primera vez el balneario. Estos datos marcaron un cambio en el tipo de demanda que visita la villa. Una posible explicación es el aumento en la cantidad de visitantes que accedieron en moto, el cual es un vehículo particular para no más de dos personas, lo que refuerza el motivo del aumento de parejas sin hijos.

El 87 % de los encuestados respondió que volverían la siguiente temporada estival, a esto se sumó la disminución de respuestas negativas ante la consulta sobre si volverían en Semana Santa, feriados largos o vacaciones de invierno. Estos resultados mostraron un cambio positivo en la demanda.

CONCLUSIONES

Es necesario realizar un análisis de las características y evolución de la demanda turística de un destino para poder planificar la política turística centrada en la diversificación de productos turísticos (Molina Collado *et al.*, 2007). Del análisis de las encuestas se concluye que los grupos de mayor demanda que concurren a Pehuen Co son las familias con hijos, que, por lo general, optan por quedarse al menos una semana en el destino. Continúan las parejas de jóvenes que en su mayoría son recreacionistas y en ocasiones permanecen algunos días y por último los grupos de amigos que rara vez pernoctan en el destino.

El 26 % de los encuestados fueron estudiantes universitarios, es decir, con un nivel educacional y cultural medio a alto por lo cual la oferta debe ser acorde a este tipo de demanda. Esto beneficia a Pehuen Co como destino turístico porque con este nuevo segmento de la población es más factible diversificar la oferta de sol y playa. En especial durante los momentos del año en los que no es posible, por razones climatológicas, disfrutar del sol y de la playa durante toda la estancia prevista por el turista (García Sánchez y Albuquerque García, 2003). Con estos datos, algunas actividades

alternativas posibles que se podrían fomentar en la zona de estudio serían el turismo ecológico (Bartelucci, 1994; Del Pozo *et al.*, 2000), cultural (Ausili, 2005) rural y/o científico (Giulietti, 2010; D'Amato, 2011; Bustos *et al.*, 2016).

El estudio y análisis del perfil de la demanda turística de zonas costeras aporta información relevante a los tomadores de decisiones, tanto del ámbito público como privado. Estos datos aportan el conocimiento suficiente para mejorar tanto las políticas como las estrategias orientadas a aumentar las visitas y estadías y diversificar la oferta, lo que favorecería la generación de riqueza y un mayor nivel de bienestar para toda la población.

REFERENCIAS

- Aramayo, S.A. y Manera, T. 1989. **Nuevos hallazgos de mamíferos pleistocenos en el yacimiento de Playa del Barco, provincia de Buenos Aires**. En: Primeras jornadas geológicas bonaerenses. Tandil, Argentina Actas, 701-712.
- Ausili, G. 2005. **Una propuesta de turismo cultural como oferta complementaria al atractivo natural del destino Pehuen Co**. Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca (Argentina), Trabajo Especial de Grado, 116p. Inédito.
- Bartelucci, G. 1994. **El turismo ecológico y las posibilidades de desarrollo en Pehuen Co**. Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca (Argentina), Trabajo Especial de Grado, 98p. Inédito
- Bustos, M L., 2012. Estudio integrado ambiental del balneario Pehuén Co. Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca (Argentina), Trabajo Especial de Doctorado, 231p. Inédito.
- Bustos, M.L. y Piccolo, M.C. 2011. **Desconfort térmico en verano e invierno para la localidad de Pehuén Co, Argentina**, Nimbus. Revista de meteorología, Climatología y Paisaje, 27-28: 63-76.
- Bustos, M.L., Piccolo, M.C., Perillo, G.M.E. 2011. **Efectos geomorfológicos de fuertes vientos sobre playas. El caso de la playa de Pehuén Co, Argentina**, Cuadernos de Investigación Geográfica, 37(1): 121-142.
- Bustos, M L., Ferrelli, F. y Piccolo, M.C. 2016. **Diversificación de la actividad turística de balnearios: el caso de Pehuén Co, Argentina**, Cuadernos de Turismo, 38 (2).
- Butler, R.W. 2012. **Mature tourist destinations: can we recapture and retain the magic**. En: Vera, J. y Rodríguez, I. (Eds.). *Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas Costeras: Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades*: 19-36. Universidad de Valencia. Valencia.
- Cánoves Valiente, G.; Prat Forga, M.J. y Blanco Romero, A. 2016. **Turismo en España, más allá del sol y la playa. Evolución reciente y cambios y cambios en los destinos de litoral hacia un turismo cultural**. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles 71: 431-454.
- D'Amato, S. 2011. **Capacidad de carga turística en el Área 2 de la Reserva Natural Provincial Pehuen Co – Monte Hermoso: Propuesta de un sendero educativo interpretativo**. Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca (Argentina), Trabajo Especial de Grado, 135p. Inédito.
- De Carlos Villamarín, P.; Domínguez Vila, T. y Alén González, E. 2016. **Análisis del desempeño de destinos litorales españoles a través de la evolución de la demanda y la oferta de alojamiento**. Innovar, 26(59): 137-154.
- Del Pozo O., Bazán S. y Rosell M. 2000. **El turismo, la apropiación de los recursos costeros y la preservación del ambiente. Un estudio de caso en el suroeste bonaerense**. En: Vaquero M. del C. (Ed.) *Turismo: Desarrollo local y regional*: 145-160. Ediusns. Bahía Blanca, Argentina.
- Frechtling, D. 1987. **Assessing the impact of travel and tourism – measuring economic benefits**. En: Ritchie, J.B. y Goeldner, C.R. (Eds.), *Travel, Tourism and Hospitality Research Handbook*: 325-331. John Wiley. New York.
- García Sánchez, A. y Alburquerque García, F.J. 2003. **El turismo cultural y el de sol y playa: ¿sustitutivos o complementarios?**, Cuadernos de turismo, 11: 97-105.
- Garín-Muñoz, T. 2009. **Tourism in Galicia: Foreign and domestic demand**, Tourism Economics, 15: 753-769.
- Giulietti, M. 2010. **El turismo científico en Pehuen Co. Propuestas para la implementación de un nuevo producto turístico**. Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca (Argentina), Trabajo Especial de Grado, 84p. Inédito.
- Molina Collado, A.; Consuegra Navarro, D.; Talaya, A. y Díaz Sánchez, E. 2007. **Segmentación de la demanda turística: un análisis aplicado a un destino de turismo cultural**. Revista de Análisis Turístico, 4: 36-48.
- Montaner Montejano, J. 1996. **Psicosociología del turismo**. Síntesis. España. 240 p.
- Sánchez, M. 2010. **Incidencia de la repavimentación del camino de acceso a Pehuen Co en un nuevo perfil turístico para el balneario**. Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca (Argentina), Trabajo Especial de Grado, 49p. Inédito.
- OMT (Organización Mundial de Turismo). 1998. **Introducción al turismo**. OMT. 392 p.

- OMT (Organización Mundial de Turismo). 2015. **Panorama OMT del turismo Internacional, Edición 2015**. Documento PDF: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>
- Padilla, N.A. y Benseny, G. 2016. **Transformaciones litorales asociadas al desarrollo urbano turístico. El caso de Miramar (Argentina)**. Revista Universitaria de Geografía, 25 (1): 93-113.
- Pearce, D. G. 2014. **Toward an integrative conceptual framework of destinations**, Journal of Travel Research, 53(2): 141-153.
- Perillo, G.M.E., Piccolo, M.C., Bustos, M.L., Huamantínco Cisneros, M.A., London, S., Scordo, F., Rojas, M. 2014. **Evolución de los ambientes costeros de la Provincia de Buenos Aires (Argentina): ¿Cambio climático o efectos antrópicos?**, Revista digital REDESMA, Número Especial: Cambio climático y sistema socioecológico, 7: 37-48.
- Swarbrooke, J. 2015. **Nuevos temas y nuevas orientaciones para destinos turísticos tradicionales**. Papers de Turisme, 21: 114-143.