



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

**TESINA DE LICENCIATURA EN TURISMO**

**“Evaluación de la potencialidad turística local.**

**Caso de estudio: General Acha, La Pampa”**

**Tesista: María Valentina Pérez**

**Director/a: Lic. Luisina Zuccarini**

**Co-Director/a: Lic. María Ángeles Speake**

**BAHÍA BLANCA**

**2021**

*A mis padres por ser mi sostén y apoyo incondicional.*

*A mi familia que siempre está acompañándome.*

*A mis amigos por sus palabras de aliento.*

*A mi directora y co-directora, Luisina y María Ángeles por su esfuerzo y dedicación.*

*A la comunidad achense por su colaboración en el aporte de información para la  
realización de esta tesina.*

*A mi querida General Acha, mi cuna.*

*¡A todos muchas gracias!*

|   |    |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN.....   | 7  |
| CAPITULO 1: ABORDAJE METODOLÓGICO .....   | 8  |
| 1.1 Planteamiento del problema.....   | 8  |
| 1.1.1 Objetivo general .....  | 10 |
| 1.1.2 Objetivos específicos.....  | 10 |
| 1.1. Hipótesis de la investigación .....  | 10 |
| 1.2. Metodología.....   | 10 |
| 1.3.1. Metodología Integral de Evaluación .....   | 12 |
| CAPITULO 2: MARCO DE REFERENCIA.....  | 18 |
| 2.1 Marco conceptual.....   | 18 |
| 2.1.1. Los recursos turísticos: precisiones conceptuales .....  | 18 |
| 2.1.2 La planificación turística como estrategia de desarrollo local .....  | 19 |
| 2.1.3. Evaluación de la potencialidad turística como instrumento de planificación .....                               | 22 |
| 2.1.4. La percepción turística de la población local como factor determinante para el desarrollo de la actividad..... | 23 |
| 2.2 Marco normativo.....  | 25 |
| 2.2.1 Plan de Ordenamiento territorial de General Acha. ....  | 25 |
| CAPITULO 3: DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO .....   | 26 |
| 3.1 Localización de General Acha.....   | 29 |
| 3.2 Caracterización socio-económica .....   | 29 |
| 3.3 Caracterización geofísica .....   | 31 |
| 3.4. Caracterización de la oferta turística.....  | 32 |
| 3.4.1 Recursos turísticos.....  | 32 |
| 3.4.2 Equipamiento turístico .....  | 40 |
| 3.4.3 Infraestructura turística .....   | 46 |
| CAPITULO 4: EL PERFIL DEL VISITANTE DE LA CIUDAD DE GENERAL ACHA  | 48 |
| 4.1 Caracterización del perfil del visitante .....  | 48 |
| CAPITULO 5: EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO .....  | 54 |
| 5.1 Evaluación de la Potencialidad Turística de General Acha .....  | 54 |

|   |    |
|---|----|
| 5.1.1 Resultados de los cuestionarios.....                                    | 54 |
| 5.1.2 Índice de potencialidad turística de la localidad de General Acha ..... | 66 |
| 5.1.3 Mapa de potencialidad turística.....                                    | 67 |
| CAPITULO 6: PERCEPCIÓN TURÍSTICA DE LOS RESIDENTES DE GENERAL ACHA.....       | 69 |
| 6.1 Análisis de la percepción turística de la comunidad local .....           | 69 |
| CAPÍTULO 7: DIAGNÓSTICO Y RECOMENDACIONES .....                               | 76 |
| 7.1. Matriz FODA.....   | 76 |
| 7.2. Directrices para el desarrollo de la actividad turística. ....           | 78 |
| CONSIDERACIONES FINALES .....   | 81 |
| BIBLIOGRAFÍA.....   | 83 |

### **ÍNDICE DE FIGURAS**

|  |    |
|--|----|
| Figura 1: Localización de los puntos de muestreo .....                     | 12 |
| Figura 2: Criterios de evaluación del potencial turístico.....             | 14 |
| Figura 3: Pasos de ponderación de la oferta turística.....                 | 15 |
| Figura 4: Peso en el promedio de la demanda turística .....                | 16 |
| Figura 5: Mapa de potencialidad turística .....                            | 17 |
| Figura 6: Ubicación geográfica de General Acha en el marco provincial..... | 29 |
| Figura 7: Vista del sector medio del Valle Argentino .....                 | 31 |
| Figura 8: Nivel de educación de los visitantes encuestados.....            | 48 |
| Figura 9: Ocupación de los visitantes encuestados .....                    | 49 |
| Figura 10: Lugar de procedencia de los visitantes encuestados .....        | 50 |
| Figura 11: Lugar de destino de los visitantes encuestados.....             | 50 |
| Figura 12: Segmento de la demanda.....                                     | 51 |
| Figura 13: Motivo de visita de los encuestados.....                        | 51 |

|   |    |
|---|----|
| Figura 14: Alojamiento utilizado por las personas encuestadas.....                      | 52 |
| Figura 15: Calificación promedio total de los recursos turísticos .....                 | 56 |
| Figura 16: Calificación promedio total del equipamiento y servicios turísticos .....    | 59 |
| Figura 17: Calificación promedio total de las instalaciones y servicios turísticos..... | 61 |
| Figura 18: Calificación promedio total de la infraestructura turística.....             | 64 |
| Figura 19: Calificación promedio total de la demanda por servicios turísticos .....     | 66 |
| Figura 20: Calificación promedio por componente de la oferta turística .....            | 66 |
| Figura 21: Calificación de la oferta .....  | 67 |
| Figura 22: Calificación promedio por componente de la demanda turística .....           | 67 |
| Figura 23: Calificación de la demanda.....  | 67 |
| Figura 24: Localización de General Acha en el mapa de potencialidad turística.....      | 68 |
| Figura 25: Edad de los residentes encuestados.....                                      | 69 |
| Figura 26: Nivel de educación de los residentes encuestados .....                       | 70 |
| Figura 27: Ocupación de los residentes encuestados.....                                 | 70 |

### **ÍNDICE DE TABLAS**

|  |    |
|--|----|
| Tabla I: Ejes del Plan Estratégico de General Acha.....                              | 26 |
| Tabla II Inventario y clasificación de los recursos turísticos de General Acha ..... | 32 |
| Tabla III Alojamiento hotelero en General Acha .....                                 | 41 |
| Tabla IV Alojamiento extra-hotelero en General Acha.....                             | 43 |
| Tabla V Establecimientos gastronomicos en General Acha.....                          | 44 |
| Tabla VI Evaluación de los recursos turísticos naturales .....                       | 54 |
| Tabla VII Evaluación de los recursos turísticos culturales .....                     | 55 |
| Tabla VIII Evaluación de equipmaiento y servicios turísticos.....                    | 57 |
| Tabla IX Evualuación de instalaciones y servicios turísticos.....                    | 60 |

|  |    |
|--|----|
| Tabla X Evaluación de infraestructura general y turística .....                                      | 61 |
| Tabla XI Evaluación del mercado turístico .....  | 64 |
| Tabla XII Percepción del desarrollo de la actividad turística de los residentes de General Acha..... | 71 |
| Tabla XIII Percepción de los efectos del turismo en General Acha.....                                | 74 |
| Tabla XIV Matriz FODA .....  | 76 |

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo local es un proceso que promueve el crecimiento de la actividad económica de un destino como también de otros factores como, por ejemplo, el protagonismo que asumen los actores locales en cuanto al poder de decisión y gestión de sus propios recursos y las capacidades locales en formas de organización, conocimientos, entre otros (Toselli, 2015). En los últimos años, el turismo ha favorecido al desarrollo local constituyéndose como un instrumento de inclusión y dinamización social y económica de un territorio, logrando promover la creación de empleos y nuevas actividades productivas, y en el caso de los países en desarrollo colabora en la atenuación de la pobreza (Toselli, 2015).

Esta investigación selecciona como unidad de análisis a la ciudad de General Acha, dado que, si bien la ciudad cuenta con recursos que posibilitan el desarrollo turístico, son inexistentes las investigaciones que aborden el estudio de la actividad en la localidad. Acha es elegida por los turistas como lugar de descanso y de abastecimiento para continuar viaje hacia el sur del país, visto que se encuentra emplazada en la porción central de la provincia de La Pampa a 28 km del inicio de la ruta nacional 152. Esta condición sentó las bases para el establecimiento de diversos tipos de alojamiento en el sector de ingreso a la ciudad destinados a satisfacer la demanda turística local y generó a su vez que se instalaran otros establecimientos del sector gastronómico y de entretenimiento. Por otro lado, en la zona se evidencian desplazamientos de turistas que se dirigen hacia la Laguna de Utracán para llevar a cabo actividades como avistaje de fauna y flora, destacándose la gran variedad de especies de aves, senderismo y para realizar la práctica de deportes náuticos. Además, cabe destacar también la existencia de diversos recursos que conforman el patrimonio cultural de la ciudad.

Por lo tanto, en el presente trabajo se realiza un estudio de potencialidad turística de la ciudad como condición previa necesaria para la planificación turística y, a su vez, se analiza cual es la percepción de la localidad frente a la actividad turística local. Como resultado, se espera realizar un aporte de información valiosa tanto para los gestores municipales como para los prestadores de servicios, a través de estrategias y propuestas que faciliten la toma de decisiones y contribuyan al crecimiento turístico de General Acha.

## **CAPITULO 1: ABORDAJE METODOLÓGICO**

### **1.1 Planteamiento del problema**

El turismo es considerado un impulsor del crecimiento socioeconómico al brindar la posibilidad de fomentar las inversiones en un destino, generando empleo, desarrollando infraestructura, equipamiento e instalaciones, servicios de hotelería, gastronomía y creación de empresas (OMT, 2013). Para que se produzcan los flujos turísticos, los visitantes deben contar con una motivación que los impulse a trasladarse y la causa primaria para que esto tenga lugar normalmente está vinculada a la presencia de recursos turísticos. En este sentido, Navarro (2015) los define como aquellos bienes con características relevantes que pueden ser de carácter natural o cultural, tangibles e intangibles, muebles e inmuebles; elementos clave del sistema turístico que conforman con la oferta de servicios, la base sobre la cual se diseñan los productos turísticos y sobre la cual se genera la demanda (Leno Cerro, 1991).

Linares y Morales (2014) sostienen que la actividad turística puede posicionarse como una oportunidad estratégica para el desarrollo de una localidad, ya que, a partir del aprovechamiento sostenible de sus recursos, los agentes locales pueden lograr una mejora en la calidad de vida, tanto en términos socio-económicos como ambientales. Por otro lado, los autores consideran que el turismo pone en valor la historia, las costumbres y las potencialidades naturales de una región, lo cual ayudará tanto a reforzar la identidad de las localidades como a estimular su economía, al proporcionar bienes y servicios que son utilizados por los turistas (Linares y Morales, 2014). Por su parte, Torres Cadena (2019) agrega que, por medio de la participación de los residentes al recibir a los visitantes y prestar los servicios, se comparte el conocimiento y los valores locales de una manera más informal, generando una relación visitante-residente que es identificada y altamente valorada por los turistas, lo cual puede favorecer la preservación de las costumbres y la cultura local.

Por otra parte, diversos autores (Godfrey y Clarke, 2000; Osorio García, 2006) afirman que para que las propuestas turísticas tengan éxito es necesario planificar la actividad. En este sentido, la planificación cumple un rol significativo en términos de estrategia para alcanzar



el desarrollo turístico (Godfrey y Clarke, 2000). De acuerdo con ello, la Secretaría de Turismo de México (2010) plantea que cualquier proceso de planificación turística debe comenzar con un diagnóstico que permita identificar el potencial turístico de un territorio. Además, es necesario analizar la percepción y la valoración de los residentes respecto a la actividad turística, visto que identificar cual es la percepción en torno al turismo es un requisito indispensable para fomentar el crecimiento de un destino. En este sentido, algunos autores (Tavares, 2010; Linares y Morales 2014; Torres Cadena 2019) sostienen que, si los residentes están a favor del desarrollo turístico, serán proclives a compartir información precisa sobre la oferta turística de la región y de los servicios prestados, generando de esta manera una comunicación fluida con los visitantes que se acerquen a la ciudad, favoreciendo la imagen de la misma. Es de gran importancia para un municipio contar con información precisa y comparable a la hora de tomar decisiones sobre políticas turísticas, ya que poseer dicha información permite realizar una planificación exitosa que promueva el desarrollo turístico local.

Si bien la localidad de General Acha cuenta con una acotada e incipiente oferta turística, en ella se demuestra una gran cantidad de recursos que pueden ser aprovechados turísticamente en conjunto con la ubicación estratégica que posee la localidad. Sin embargo, se detecta la inexistencia de estudios y evaluaciones en materia turística que determinen la vocación del área de estudio, lo que conlleva a la ausencia de estrategias o herramientas adecuadas para el manejo de la actividad, dificultando la toma de decisiones por parte de los organismos involucrados en el sector.

Actualmente la ciudad dispone de un Plan de Ordenamiento Territorial (POT) elaborado en 2006. Si bien el mismo constituye un instrumento de planificación, se puede afirmar que no existe planificación estratégica en la localidad, dado que dicho plan se presenta en formato “plan libro” debido a que este no tuvo continuidad en el tiempo, logrando que los objetivos, programas y proyectos planteados no se lleven a cabo. Por otro lado, la elaboración del eje que integra la actividad turística no se realizó en base a ningún diagnóstico previo que integre y valore los recursos que tiene la localidad y permita adaptar la oferta turística en relación al perfil de los visitantes que recibe. Finalmente, las acciones específicas definidas

para materializar los proyectos plasmados en el POT no lograron efectivizarse.

En este sentido, y considerando que no existen investigaciones previas en el área de estudio, el presente trabajo tiene como finalidad realizar un diagnóstico que permita evaluar la potencialidad turística de la localidad y la percepción que los residentes tienen respecto a la actividad; a fin de generar propuestas que faciliten la toma de decisiones de los gestores y permitan ampliar y diversificar la oferta turística de la ciudad.

### **1.1.1 Objetivo general**

- Evaluar la potencialidad turística de la ciudad de General Acha y la percepción de los residentes respecto a la actividad, como factores determinantes para promover el desarrollo turístico.

### **1.1.2 Objetivos específicos**

- Estudiar los componentes de la oferta turística de General Acha.
- Conocer y caracterizar el perfil del visitante de General Acha.
- Medir la potencialidad turística de la localidad.
- Conocer la percepción de los residentes respecto al desarrollo de la actividad turística local.
- Formular directrices orientadas a favorecer el desarrollo de la actividad turística.

### **1.1. Hipótesis de la investigación**

La ciudad de General Acha posee potencialidades turísticas y una percepción positiva de los residentes respecto al desarrollo de la actividad turística en la localidad.

### **1.2. Metodología**

La investigación se enmarca a través del uso de lo que Hernández Sampieri *et al.* (1997) denominan “enfoque integrado multimodal”, el cual combina el enfoque cualitativo con el cuantitativo. La elección de este tipo de abordaje del problema, también llamado “enfoque mixto”, se fundamenta en que permite utilizar de manera enriquecedora ambos paradigmas en los procesos de investigación. A su vez, la investigación presenta un alcance

exploratorio, definido como aquellos que “el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Hernández Sampieri *et. al.*, 2006:100), debido a que el tema de estudio no ha sido trabajado con anterioridad en el área de estudio.

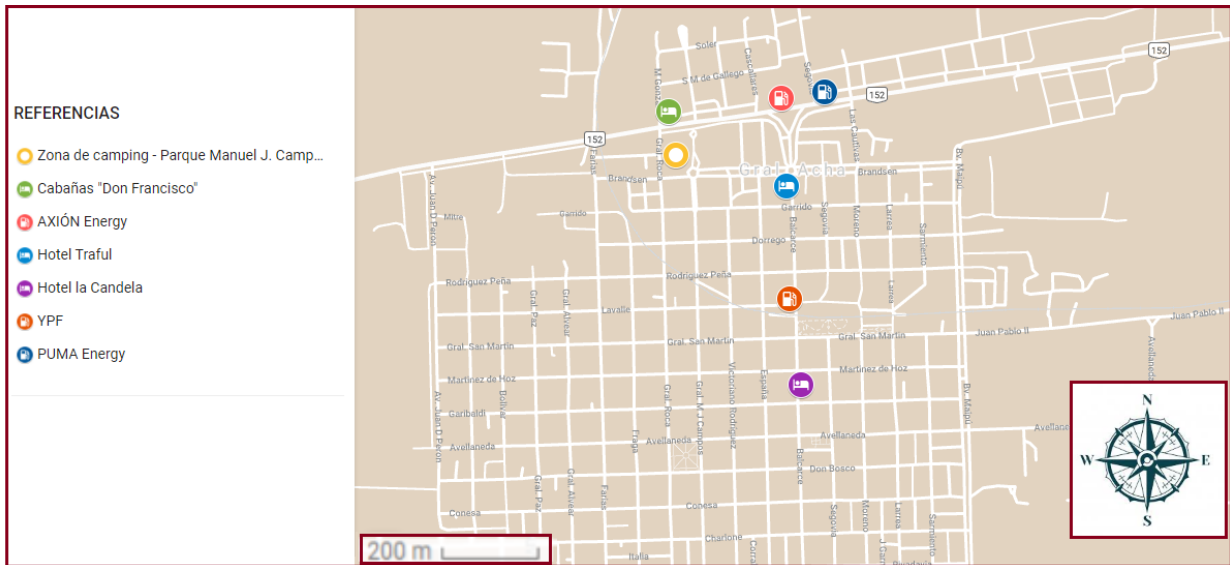
Para llevar adelante la investigación se realizaron las siguientes actividades. En una primera instancia, la búsqueda de información mediante la recolección, selección y análisis del material bibliográfico general y específico. Luego, se realizó el trabajo de campo con el objeto de relevar cada uno de los recursos y analizar la planta turística del área de estudio.

Para el estudio de los componentes de la oferta turística, se analizó por un lado la planta turística e infraestructura a través de fichas con su clasificación, los servicios que ofrecen y ubicación. Luego, se utilizó la propuesta de la Organización de los Estados Americanos (O.E.A) para clasificar y fichar los recursos turísticos que se encuentran en el área de estudio (OEA, 1978). Se realizó un sondeo de opinión aleatorio para el cual se diseñaron y aplicaron cuestionarios, destinados a recabar datos sobre el perfil del visitante y la percepción turística de la comunidad local. En primer lugar, durante el mes de diciembre de 2019, a través de formularios Google, se aplicaron 319 cuestionarios compuestos por preguntas cerradas y preguntas abiertas a los habitantes de la ciudad de General Acha. Posteriormente, en el mes de enero y febrero del año 2020, para conseguir información sobre los visitantes, se aplicaron 60 cuestionarios de forma presencial en diversos puntos de muestreo definidos previamente (Fig.1).

Para determinar el potencial turístico de Acha, se aplicó la Metodología Integral de Evaluación de la Secretaría de Turismo de México (2010), cuyo objetivo consiste en establecer un índice de potencialidad turística. Por último, se analizaron e interpretaron los resultados obtenidos, tanto de la metodología como del sondeo aleatorio.

Figura 1

### Localización de los puntos de muestreo



Fuente: Pérez, M. sobre la base de Google My Maps (2021)

#### 1.3.1. Metodología Integral de Evaluación

Esta metodología está integrada por dos fases y una conclusión intermedia para la toma de decisiones: la Fase I valida la existencia del potencial turístico de una región, a partir de ello, en la Fase II se establecen cuáles serán los pasos a seguir dentro de un proceso de planeación para determinar la visión, estrategias que formarán parte del producto turístico. Cabe destacar que en este trabajo de investigación se desarrollará la primera fase de la metodología propuesta.

La fase I se encuentra integrada por cuatro instancias de análisis; en las dos primeras denominadas *descripción y diagnóstico del sitio*, se evalúan los componentes del producto turístico; la tercera actividad *evaluación del potencial*, incorpora las tendencias del mercado y, por último, en las *potencialidades turísticas*, se determina la vocación turística de la región o municipio. Esta metodología se basa en cuatro instrumentos para su evaluación: 1) cuestionarios, 2) criterios de evaluación, 3) sistema de medición y 4) mapa de potencialidad turística.

### **1.3.1.1 Cuestionarios**

Estos permiten recopilar información del área de estudio de una manera práctica y ordenada, teniendo en cuenta los componentes de la oferta (de acuerdo con la definición integral de producto turístico) y de la demanda (considerado con los componentes principales del mercado). Este instrumento se encuentra integrado por seis secciones (SECTUR, 2010):

I.A. Esta primera sección del cuestionario corresponde a los recursos naturales que posee una región o municipio.

II.A La segunda sección corresponde a los recursos culturales, comprende los sitios y expresiones de valor histórico.

II.A La tercera sección corresponde al equipamiento y servicios considerando los elementos de la planta turística. Esto incluye todos los establecimientos administrados por el sector público y privado que se dedican a prestar servicios turísticos.

III. La cuarta sección corresponde a las instalaciones, todas aquellas construcciones dedicadas a la prestación de servicios turísticos y que son empleadas en los servicios que ofrece el equipamiento

IV. Quinta sección corresponde a las infraestructuras que se clasifican en dos grandes categorías: la general donde se incorpora todas las construcciones que sirven en las actividades productivas sin pertenecer especialmente a alguna de ellas; la segunda categoría es la especializada para el turismo (infraestructura turística) aquella que se beneficia directamente de la actividad.

V. Sexta sección corresponde al mercado turístico y se encuentra subdividida en dos categorías: una presenta las características de la llegada de turistas al área de estudio y la segunda evalúa las acciones de promoción y comercialización por parte de los agentes participantes en esta actividad.

### **1.3.1.2 Criterios de evaluación**

El sistema de medición se basa en la evaluación que realiza el planificador, en este caso,

Pérez, M. V. Consiste en examinar el destino asignando un valor a cada rubro de las seis secciones. En un primer paso, confirma si hay existencia de recursos, equipamientos, instalaciones, infraestructura y la llegada de turistas y como segundo paso, en caso de confirmar la existencia, se califica el estado actual de cada componente para desarrollar la actividad turística.

Para calificar de una manera estandarizada los componentes del producto turístico se han establecido criterios de evaluación (Fig. 2). El fin de los criterios es generar la base de una escala de medición acotada que especifique rangos de calificación fácilmente identificables por todos los participantes en la actividad turística de un municipio o región (SECTUR, 2010).

Figura 2

### Criterios de evaluación del potencial turístico

| ROJO: 0  | AMARILLO: 1  | VERDE:2   |
|--|--|---|
| Esta calificación significa la ausencia de un recurso natural o cultural, como también de equipamiento, instalaciones, infraestructuras de apoyo en la localidad o visitas turísticas. | Implica un notable deterioro, descuido, pérdida o contaminación, así como también una alta fragilidad y riesgo en los recursos naturales y culturales; o bien, fuertes carencias y deficiencias en los servicios del equipamiento, las instalaciones y la infraestructura, que obstaculizan el crecimiento del turismo, así mismo llegadas de turistas ocasionales o de paso | Representa el recurso natural o cultural, el equipamiento, la instalación o bien la infraestructura de apoyo se encuentran en condiciones de ser aprovechadas para el desarrollo de la actividad turística en forma específica al sitio en evaluación |

Fuente: SECTUR, 2010

#### 1.3.1.3 Sistema de medición

Utilizando el criterio de evaluación que asigna un valor número a cada uno de ellos, se logra transformar el sistema de calificación cualitativo y cuantitativo, lo que permite realizar una comparación entre componentes y elementos que conforman un producto

turístico.

Con este sistema se facilita la medición del potencial turístico, ya que es posible con la suma de los valores asignados para cada componente promediar las clasificaciones obtenidas en rubros y secciones. Pudiendo así evaluar la situación de cada una de las partes de un producto turístico con un sistema homogéneo aplicable a todo tipo de turismo.

Se pueden expresar los valores de las calificaciones totales promedio de cada sección del cuestionario de la siguiente manera:

RT  $\in$  [0 a 2]; calificación promedio total de los recursos turísticos.

EST  $\in$  [0 a 2]; calificación promedio total del equipamiento y servicios turísticos.

IST  $\in$  [0 a 2]; calificación promedio total de las instalaciones y servicios turísticos.

IT  $\in$  [0 a 2]; calificación promedio total de la infraestructura turística.

D  $\in$  [0 a 2]; calificación promedio total de la demanda por servicios turísticos.

Finalmente, para determinar el valor promedio total de la oferta turística, se han supuesto pasos específicos con el fin de obtener un promedio ponderado (Fig. 3), en el cual se da mayor importancia a la existencia de recursos turísticos (naturales y culturales) en cualquier región o municipio.

Figura 3

### Pasos de ponderación de la oferta turística

| COMPONENTES                                | VALOR | CALIFICACION DE LA OFERTA |
|--|-------|---------------------------|
| Recursos turísticos (RT)                   | 40%   | 0,4 RT                    |
| Equipamientos y servicios turísticos (EST) | 20%   | 0,2 EST                   |
| Instalaciones y servicios turísticos (IST) | 20%   | 0,2 IST                   |
| Infraestructura (IS)                       | 20%   | 0,2 IS                    |

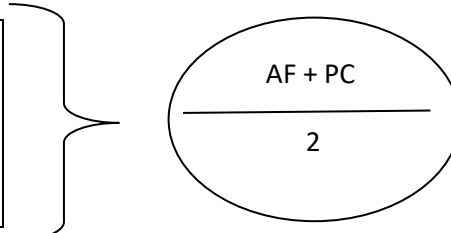
Fuente: SECTUR, 2010

Por su parte, la calificación total de la demanda turística es el valor promedio de todos los conceptos que conforman la sección V del cuadro mercado turístico; por lo que cada componente de la demanda tiene el mismo peso en el promedio (Fig. 4), dado que es necesario que la región o municipio en evaluación cuente con afluencia turística y en consecuencia los visitantes deben registrar una estadía y un gasto en esa localidad; y la magnitud de la afluencia debe ser el resultado de las actividades de publicidad y comercialización.

Figura 4

#### Peso en el promedio de la demanda turística

| COMPONENTE                           | VALOR |
|--------------------------------------|-------|
| • Afluencia turística (AF)           | • 0,5 |
| • Publicidad y Comercialización (PC) | • 0,5 |



Fuente: SECTUR, 2010

#### 1.3.1.4 Mapa de potencialidad turística

Es un sistema de medición cuantitativo para calificar los componentes de un producto turístico y de su demanda que permite tener un marco de referencia estandarizado para evaluar la potencialidad turística de una región o municipio. El marco de referencia se puede reflejar en un mapa cartesiano que represente los resultados de la valoración de la oferta y de la demanda en el cual se observan cuatro cuadrantes (Fig. 5).

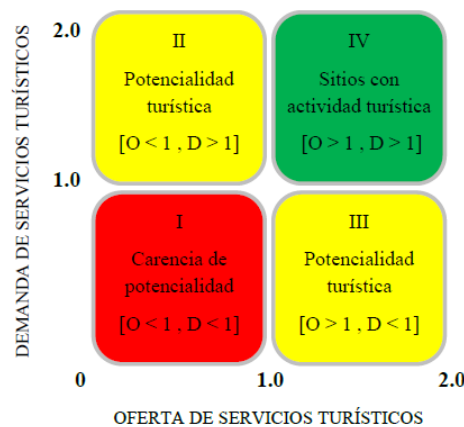
El área de estudio puede enfrentar diferentes condiciones en su potencialidad turística, esto depende del cuadrante en donde lo ubiquen las coordenadas de las calificaciones totales de la oferta y demanda. En el cuadrante I (color rojo) se ubicarán todos aquellos municipios cuyo valor promedio de la oferta y demanda sea menor a 1. En los cuadrantes II y III (color amarillo) se encuentran los municipios que se caracterizan por tener potencialidad turística, pero enfrentan una problemática específica. En el cuadrante II la demanda presenta una puntuación más alta a la de la oferta, esto quiere decir que se observa la llegada de turistas a esas regiones o municipios; por lo cual es necesario implantar estrategias y acciones para fortalecer los productos turísticos, lo que lleva a que se realice un análisis de cada uno de



sus componentes. El cuadrante III las limitaciones se presentan por el lado de la demanda, por lo que es necesario profundizar en el conocimiento de las preferencias y necesidades de los visitantes, con el fin de adecuar los productos turísticos a los requerimientos de la demanda. Para finalizar, en el cuadrante IV (color verde) se ubican las regiones y municipios que actualmente se encuentran realizando actividades turísticas, donde sus calificaciones promedio de oferta y demanda superan el 1.

Figura 5

### Mapa de potencialidad turística



Fuente: SECTUR, 2010

Para finalizar la investigación se aplicó la Matriz FODA, visto que es considerada una herramienta base para la formulación de estrategias competitivas de cualquier organización, ya que permite detectar y evaluar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que establecen los “límites” en el desarrollo exitoso del sector turístico (SECTUR, 2020).

## **CAPITULO 2: MARCO DE REFERENCIA**

### **2.1 Marco conceptual**

#### **2.1.1. Los recursos turísticos: precisiones conceptuales**

El turismo es el resultado de un fenómeno social, el cual tiene como punto de partida la existencia del tiempo libre. Debido a los viajes que se realizan para aprovechar este lapso de tiempo, las iniciativas privadas y el poder público se vieron enfrentados a cumplir las necesidades de los viajeros, lo que los llevó a incorporar cada vez un mayor número de servicios y oportunidades de diversión para aumentar su confort. Esto ha logrado que alrededor de la actividad turística se establezca una trama de relaciones entre los distintos componentes que caracterizan su funcionamiento, dando origen a un sistema (Boullón, 2006).

En este sentido, Debreczeni (2003) sostiene que el turismo es un sistema que está integrado por componentes que se interrelacionan, éstos son: los recursos turísticos, la infraestructura y servicios públicos y la infraestructura y los servicios turísticos. Teniendo en cuenta todos ellos se logra obtener una oferta turística en un espacio específico, la cual debe materializarse en productos turísticos que sean capaces de ingresar en el mercado de consumo de viajes. Este producto turístico se basa en el conjunto de recursos naturales y humanos que poseen una capacidad de atracción que el destino turístico a planificar puede ofrecer, siendo completado por un equipamiento de apoyo e impulsado por el mercado turístico (Leno Cerro, 1991)

De esta manera, los recursos turísticos representan la materia prima del turismo, siendo esenciales para la oferta de un destino, por lo cual, su clasificación y valoración es necesaria en primera instancia para definir la vocación turística de un lugar (Leno Cerro, 1991). Navarro (2015) retoma definiciones de diferentes autores para explicar los puntos fuertes y débiles de los recursos turísticos y a raíz de dicho análisis presenta una conceptualización superadora, la cual define los recursos turísticos como aquellos bienes tanto naturales, culturales y humanos, que pueden ser tangibles o intangibles, muebles e inmuebles que presentan características relevantes y que, por medio de la actividad del

hombre, hacen posible la actividad turística y satisfacen la actividad de la demanda.

Con respecto a los términos de recurso y atractivo turístico, diversos autores los plantean como sinónimos mientras que otros consideran que existen diferencias conceptuales. En contraposición a los primeros, la Secretaría de Turismo de México (SECTUR, 2010) sostiene que es incorrecto el uso indistinto de ambos términos, dado que, el recurso constituye la base del producto turístico, en cambio el atractivo le agrega un valor al mismo. En este sentido, podría afirmarse que cuando el hombre se involucra con el recurso, incorporando instalaciones, equipamientos y servicios que facilitan la experiencia turística, genera la transformación de éste a un atractivo turístico (Navarro, 2015).

En cuanto a la jerarquización de los recursos turísticos, el autor Álvarez Cuervo (1987) a su criterio, destaca que el intento más serio y elaborado lo realizó la O.E.A debido a que, jerarquiza los recursos después de un anticipado registro y clasificación en categorías, tipos y subtipos en función de su naturaleza, respecto a la probable atracción de visitantes internacionales o nacionales al lugar, ya sea por si solo o en agrupación con otros recursos. Este no es el único método que existe, debido a que no hay una clasificación universalmente aceptada.

Como se mencionó anteriormente, para determinar la vocación turística de una localidad, un municipio o una región es necesario en principio clasificar y valorar los recursos. De esta forma, teniendo en cuenta las características del recurso turístico se define el tipo de vínculo posible con el visitante. En suma, para que los recursos turísticos devengan en atractivos turísticos es necesario que exista un proceso de transformación, llevado a cabo con acciones de reconocimiento y valoración. Lograr la promoción del recurso implica realizar una provisión de instalaciones y equipamientos desde el ámbito público o del privado, pudiendo facilitar la experiencia turística de los visitantes en el destino.

### **2.1.2 La planificación turística como estrategia de desarrollo local**

El desarrollo local es un proceso de concertación entre actores que interactúan en un territorio determinado, para impulsar un proyecto de desarrollo donde se concilie el crecimiento económico, equidad, cambio social y cultural, sustentabilidad ecológica,

enfoque de género, calidad y equilibrio espacial y territorial, con la finalidad de aumentar la calidad de vida de los habitantes de ese territorio. Esto contribuye al desarrollo del país y a una mejor inserción de éste en la economía internacional, como también en las dimensiones sociales, políticas, ambientales y culturales (Enríquez Villacorta, 2005). Es de suma importancia la participación conjunta de diferentes actores locales, tanto públicos como privados (gobierno local, la sociedad, las empresas y el gobierno central) para crear un entorno que promueva el uso eficiente de recursos endógenos, fomente las actividades productivas y pueda sacar provecho del dinamismo de las actividades empresariales (Enríquez Villacorta, 2005). Este tipo de proceso tuvo origen en los países pobres y de desarrollo tardío, para contrarrestar los efectos negativos de la globalización con el fin de favorecer el progreso económico y social de un territorio, reduciendo la pobreza y creando empleos (Vázquez Barquero, 2009).

En relación con ello, la actividad turística representa una de las alternativas para promover el desarrollo local en un territorio. Con el paso de los años, a nivel mundial, ha permitido dinamizar las actividades económicas y valorizar particularidades culturales y sociales. Así pues, desde el punto de vista económico la población se ve beneficiada, con la generación de ingresos debido a los gastos que los visitantes realizan en el destino. Por otro lado, esto conlleva a la inversión en infraestructuras, equipamientos, servicios de alojamiento, entre otros, (Varisco, 2007 en Linares y Morales 2014). Además, se pueden obtener otras ventajas, como nuevos empleos, oportunidades para diversificar la economía local, nuevas técnicas de gestión más modernas como también nuevas tecnologías, la posibilidad de surgimiento de pequeñas y medianas empresas y la promoción de igualdad social a través de repartos equitativos de empleos (Orgaz Agüera, 2013).

Considerando las transformaciones tanto positivas como negativas que puede sufrir un territorio frente a la incorporación de la actividad turística, se enfatiza la importancia de una planificación previa a la hora de tomar decisiones. La planificación turística, implica un proceso estructurado de medidas que permitan alcanzar diversos objetivos turísticos. En este sentido, la misma debe ser comprendida como una política del Estado para lograr un desarrollo turístico sostenible (López Palomeque, 2007).

La planificación resulta esencial para corregir y prevenir conflictos, esto siempre y cuando se encuentre orientada a los principios básicos de no planificar sin recursos o atractivos suficientes, buscar ámbitos de carácter regional, diseñar un plan global que permita brindar un resultado a largo plazo, trabajar desde un inicio con objetivos definidos, contar con una coordinación de estrategias entre el ámbito público y privado y sobre todo no omitir a los turistas que al estar cada día más informados demandan experiencias de calidad (Díez Santos, 2011). De acuerdo con ello, la Secretaría de Turismo de México (2010), destaca que:

“El primer paso en todo proceso de planeación turística es la detección y comprobación objetiva del potencial que tiene esta actividad en una determinada localidad, municipio o región; una vez identificada esta oportunidad, los actores locales que participan en el sector tendrán mayores posibilidades de planear y lograr un desarrollo turístico exitoso en el sitio” (SECTUR, 2010: 21).

Por su parte, Vera Rebollo (1992) afirma que el origen de diversas problemáticas inicia con la ausencia de la planificación, sumado a la falta de una definición previa de un modelo que, desde la política económica regional, permita una inserción correcta del turismo en el destino. La falta de planificación turística puede generar impactos sociales, culturales, económicos y ecológicos de carácter irreversible en los destinos (Monterrubio Cordero, 2009); por este motivo, las intervenciones que se realizan en un territorio deben contar con un análisis y estudio previo, que proporcione un conocimiento real y detallado sobre los recursos existentes a efecto de establecer su valor potencial e intrínseco (Rodríguez, 2005).

Por otro lado, retomando la idea de que la planificación turística debe ser comprendida como una política de Estado, Schulte (2003) recalca el rol fundamental que el mismo ejerce en todo proceso de planificación. El Estado es el responsable de generar las bases para el desarrollo y regulación del turismo en las respectivas escalas nacionales, regionales y locales. Su rol no solo se encuentra determinado por la definición de las políticas de turismo, sino también por la promoción de los productos turísticos, la elaboración de planes generales que contribuyan con la calidad y cantidad de la oferta, el financiamiento y la coordinación, entre otros.

### **2.1.3. Evaluación de la potencialidad turística como instrumento de planificación**

El término *potencial*, vinculado al territorio, hace referencia a la capacidad o aptitud que tiene el mismo para desarrollar actividades dadas las cualidades que éste posee en distintas dimensiones: ambiental, sociocultural, económica, político-institucional. Estas cualidades determinarán las posibilidades de aprovechamiento del territorio (Mikery Gutiérrez y Pérez Vázquez, 2014).

Para determinar si un territorio posee potencial de desarrollo turístico que justifique inversiones es necesario realizar una evaluación que tenga en cuenta la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado, para identificar obstáculos y evitar errores (Zimmer y Grassmann, 1996). En este sentido, la Secretaría de Turismo de México (2010) considera que la potencialidad turística es la forma en que la oferta de productos y servicios turísticos de una localidad se adaptan para satisfacer las necesidades de los turistas, en pocas palabras, el potencial turístico de una región o municipio se encuentra determinado por la capacidad que tienen sus productos turísticos para satisfacer los gustos y preferencias de los visitantes. Covarrubias Ramírez y Durán López (2015) afirman que evaluar el potencial turístico conlleva realizar un análisis para definir si un destino tiene la capacidad de ser desarrollado turísticamente. De esta manera, teniendo una visión clara de cuáles son los recursos potencialmente turísticos, se define una oferta turística que permita diferenciarse de los demás productos. Una de las ventajas de la evaluación del potencial turístico se encuentra representada por la innovación, esto se debe a que identificando la existencia del potencial se puede analizar y definir nuevas formas de aprovechamiento turístico para el beneficio de una localidad, ofreciendo productos turísticos que tomen en cuenta las tendencias actuales del mercado, representando una ventaja frente a la competencia (Covarrubias Ramírez y Durán López, 2015). Por su parte Toselli (2019) recalca la importancia de emplear instrumentos para realizar un relevamiento, evaluación y diagnóstico que permita determinar si una localidad posee verdaderamente potencial para el desarrollo turístico, que justifique la realización de acciones de gestión. Todo municipio o región que tenga la intención de fortalecer la actividad turística debe evaluar tanto la oferta, como también el perfil de la demanda.

Por otro lado, Zimmer y Grassmann (1996) comparten que una visión errónea del potencial turístico puede provocar un sobredimensionamiento en los proyectos, generando efectos negativos en el ambiente, la cultura y la actividad económica del municipio. También destacan que una mala percepción de las características del territorio hace que sea inadecuada la oferta turística local, generando dificultad para diferenciarse de los competidores del mismo nivel y, en cuanto a la demanda, si se desconoce sus características y tendencias en el mercado, se perjudica el diseño de productos turísticos que respondan al perfil de la misma.

En resumen, se puede afirmar que la evaluación de potencialidad resulta ser una herramienta útil para definir la capacidad que tiene un territorio frente a diversas posibilidades de desarrollo. Una evaluación precisa del potencial turístico en un territorio constituye una base para la toma de decisiones, permitiendo a los gestores minimizar los riesgos de implicarse en inversiones mal asignadas.

#### **2.1.4. La percepción turística de la población local como factor determinante para el desarrollo de la actividad.**

Nogué I Font (1992) comparte que la percepción no es solamente una captación visual del mundo que rodea a los individuos, sino que es un proceso complejo que se encuentra integrado por tres fases que se relacionan entre sí. Punter (1982, en Nogué I Font, 1992) las define como: la experiencia sensorial, que se refiere al papel de los sentidos en la captación del entorno; la cognición, que implica el proceso de cómo se estructura la información que reciben los sensores; y la percepción, que comprende una fase evolutiva referida a las actitudes y preferencias en relación con lo estructurado previamente y aprehendido. En relación con ello, varias disciplinas de las ciencias sociales han retomado la temática para indagar en sus objetos de estudio, como es el caso del turismo.

Como fue mencionado anteriormente, la actividad turística genera impactos económicos, socioculturales y ambientales que pueden ser favorables o no para la comunidad local. Los residentes son los que determinan en gran manera como son percibidos los efectos del turismo (Castellucci *et al.* 2016). Amer Fernández (2009) advierte que las opiniones y actitudes de los residentes son de suma importancia para el análisis, diseño y definición de

la planificación y formulación de políticas en un destino. La comunidad local puede ser un gran aliado o un elemento capaz de provocar el declive de un destino, por lo que conociendo cuál es su percepción, los agentes locales pueden anticiparse como actuar en un futuro (Brida *et al.*, 2012). En este sentido, Covarrubias Ramírez (2015) plantea una visión de desarrollo turístico en el cual los procesos deben tener en cuenta a los agentes o individuos que forman parte del mismo, siendo de importancia esta asociación para la valoración integral del potencial turístico de un área determinada.

Torres Cadena (2019) agrega que es de gran importancia la participación de los habitantes de la localidad al momento de recibir a los visitantes y prestar un servicio, ya que se comparte el conocimiento y los valores del lugar de una manera más informal, generando una relación visitante-residente que es identificada y altamente valorada por los turistas. De esta forma, se puede favorecer la preservación de las costumbres y la cultura local. Por otra parte, la comunidad local es un elemento imprescindible en el sistema turístico, ya que provee los servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades de la demanda (Monterrubio Cordero, 2009).

Respecto a la percepción turística de los residentes, existen diversos estudios académicos centrados en analizar la relevancia de la comunidad receptora en el desarrollo turístico. No obstante, Monterrubio Cordero (2009) señala que los mismos son escasos en países en vías de desarrollo, especialmente en procesos de planificación y gestión, esto se debe a la percepción económica y empresarial con la que tradicionalmente se ha abordado la actividad turística, donde los intereses gubernamentales y empresariales de aquellos involucrados en el turismo obtienen mayor importancia, desestimando la participación de la comunidad local en los procesos de gestión turística, siendo vista como un recurso a utilizar en vez de un elemento fundamental en la actividad turística. Como comparte Madrigal (1995, en Cacciutto *et al.*, 2013: 4): “Antes que meramente intentar convencer a los residentes de que el turismo es bueno para ellos, los funcionarios locales deben tratar de abordar sus necesidades”, si los residentes están a favor del desarrollo turístico, serán proclives a compartir información precisa sobre la oferta turística de la región y de los servicios prestados, generando de esta manera una comunicación fluida con los visitantes



que se acerquen a la ciudad, favoreciendo así, la imagen del destino (Tavares *et al*, 2010; Linares y Morales 2014; Torres Cadena 2019).

## **2.2 Marco normativo**

### **2.2.1 Plan de Ordenamiento territorial de General Acha.**

El Plan de Ordenamiento Territorial (POT) de General Acha fue creado como un desafío, un intento firme y definido de concertar para el futuro ideas y proyectos que sirviesen para canalizar las inquietudes y las aspiraciones de la comunidad local. Su publicación se llevó a cabo en el año 2006 como resultado de un proceso de planificación que inició en el año 2004, el cual se materializa con un plan estratégico orientado al desarrollo local. El POT fue elaborado participativamente por distintos actores involucrados como, la municipalidad de la ciudad, el equipo técnico de la Universidad Nacional de La Plata, la Mesa de Gestión Local, el Concejo Deliberante, la comunidad de General Acha y sus instituciones. El proceso de elaboración se llevó a cabo en diferentes etapas, iniciando en el año 2004 y finalizando en febrero del 2006 donde se realizó la formulación del Plan Estratégico de General Acha, definiendo la Misión, Visión y el Árbol Estratégico con Ejes temáticos, sus objetivos, los programas, proyectos y las acciones específicas.

El POT se estructura en cinco ejes estratégicos, uno de los cuales abarca la actividad turística (Tabla I). El eje denominado *Gestión de la Identidad para el Desarrollo del Turismo y la Cultura*, aspira a potenciar los recursos tanto tangibles como intangibles que son componentes de la identidad y cultura achense a través de una política municipal de turismo, integrando a los prestadores del sector con el objetivo de identificar y promover los atractivos de la ciudad a partir de la imagen, marca turística y cultural que se logre proyectar de ella. Dicho eje comprende dos programas, el primero de ellos se denomina Programa de Desarrollo Turístico del Departamento de Utracán, el cual está constituido por 5 proyectos; por un lado, uno de ellos estipula la conformación de una Comisión Asesora de Desarrollo Turístico, otro busca redefinir las estrategias turísticas articulando los intereses de los sectores públicos y privados a partir de la Comisión Asesora, otro se centra en la puesta en valor del Parque Manuel J. Campos y del predio de Utracán y el último se centra en la creación de Circuitos Turísticos e Históricos. El segundo programa, titulado

“Programa de promoción de la identidad, el patrimonio histórico y cultural y los productos del territorio local”, se encuentra integrado por dos proyectos; el primero se centra en la promoción de la historia, tradición e identidad, donde se busca relevar el patrimonio histórico, cultural y turístico con el fin de conservar y exhibir la historia de los hechos y lugares; el segundo, aborda la gestión de la imagen marca de la ciudad con el objetivo de crearla y así potenciar la identidad local.

Tabla I

### Ejes del Plan Estratégico de General Acha

| <b>EJES DEL PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE GENERAL ACHA</b>   |
|--|
| <b>EJE ESTRATEGICO 1: GESTIÓN MUNICIPAL</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa 1: Modernización de la gestión municipal           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proyecto 1: Evaluación Organización y Plan de Mejora Institucional</li> <li>- Proyecto 2: Tablero de Control de la Gestión Municipal</li> <li>- Proyecto 3: Diseño de Proyectos</li> </ul> </li> <li>• Programa 2: Descentralización y participación ciudadana           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proyecto 4: Centros de Participación Barrial -CPB-</li> <li>- Proyecto 5: Plan de Desarrollo Micro- Local y Presupuesto Participativo</li> <li>- Proyecto 6: Conformación de la Mesa de Gestión Local</li> </ul> </li> </ul>   |
| <b>EJE ESTRATEGICO 2: GESTIÓN DE POLITICAS DE INCLUSION SOCIAL EQUITATIVAS E INTEGRADORAS</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa 3: Promoción y mejoramiento funcional de las acciones de desarrollo social local           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proyecto 7: Promoción y Optimización de la Salud Comunitaria</li> <li>- Proyecto 8: Reconversión y Nuevas Especialidades en el Hospital Padre Buodo</li> <li>- Proyecto 9: Transformaciones del abordaje de la problemática alimentaria “El hambre es más urgente”</li> </ul> </li> <li>• Programa 4: Revalorización y fortalecimiento de la educación como herramienta social de desarrollo           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proyecto 10: Escuela abierta a la Comunidad</li> <li>- Proyecto 11: Jerarquización del Jardín Maternal “Amuyen”</li> <li>- Proyecto 12: Actualización y Capacitación docente</li> <li>- Proyecto 13: Capacitación e Inserción laboral</li> </ul> </li> </ul> |

- Proyecto 14: Centro Facilitador Tecnológico: Aula Virtual General Acha
- Programa 5: Resignificación de la cultura, el deporte y la recreación
  - Proyecto 15: Agenda cultural
  - Proyecto 16: Interacción y Priorización de la Educación, la Cultura y el Trabajo
  - Proyecto 17: Consejo Municipal del Deporte. COMUDE
  - Proyecto 18: Promoción de los Juegos Juveniles Achenses
  - Proyecto 19: Fortalecimiento de una Política Cultural, Deportivo y Recreativo

### **EJE ESTRATEGICO 3: GESTIÓN DE LA IDENTIDAD PARA EL DESARROLLO DE TURISMO Y LA CULTURA**

- Programa 6: Plan de desarrollo turístico del departamento de Utracán
  - Proyecto 20: Conformación de la Comisión Asesora de Desarrollo Turístico
  - Proyecto 21: Desarrollo Turístico de General Acha y la Zona de afluencia
  - Proyecto 22: Jerarquización del Parque Manuel J. Campos
  - Proyecto 23: Jerarquización y Sectorización del predio de la Laguna de Utracán
  - Proyecto 24: Creación de Circuitos Turísticos e Históricos opcionales
- Programa 7: Promoción de la identidad, el patrimonio histórico y cultural y los productos turísticos del territorio local.
  - Proyecto 25: Promoción de la Historia, Tradición e Identidad Achense
  - Proyecto 26: Gestión de la imagen: Marca de Origen y Calidad

### **EJE ESTRATEGICO 4: GESTIÓN DEL DESARROLLO AGROPECUARIO Y PRODUCTIVO**

- Programa 8: Planificación y capacitación para el desarrollo agropecuario
  - Proyecto 27: Aumento de la rentabilidad y la sostenibilidad de la producción agropecuaria
  - Proyecto 28: Diversificación productiva
- Programa 9: Promoción económica y desarrollo local
  - Proyecto 29: Centro de Información con Promoción de Productos y Servicios Locales. CIP.
  - Proyecto 30: Agenda de Servicios Reales a las Empresas Locales
  - Proyecto 31: Sistema de Información y Actualización permanente para el Comercio y la Industria
  - Proyecto 32: Instituto de Formación Laboral. IFLA.

**EJE ESTRATEGICO 5: GESTION DEL DESARROLLO URBANO AMBIENTAL**

- Programa 10: Plan de Ordenamiento Urbano y Territorial
  - Proyecto 33: Revisión y Puesta en Marcha del Programa de Ordenamiento Urbano
  - Proyecto 34: Completamiento de los Servicios de Infraestructura y Red vial
  - Proyecto 35: Plan de Ordenamiento del Tránsito y Transporte
- Programa 11: Gestión participativa urbana de los espacios públicos
  - Proyecto 36: Revalorización de los Espacios Verdes del Uso Público
  - Proyecto 37: Plan General de Forestación
- Programa 12: Gestión de acciones para una mejor calidad ambiental
  - Proyecto 38: Plan de Manejo Integral de Residuos
  - Proyecto 39: Salud Pública Veterinaria

Fuente: Pérez, M. sobre Plan Estratégico de General Acha (2021).

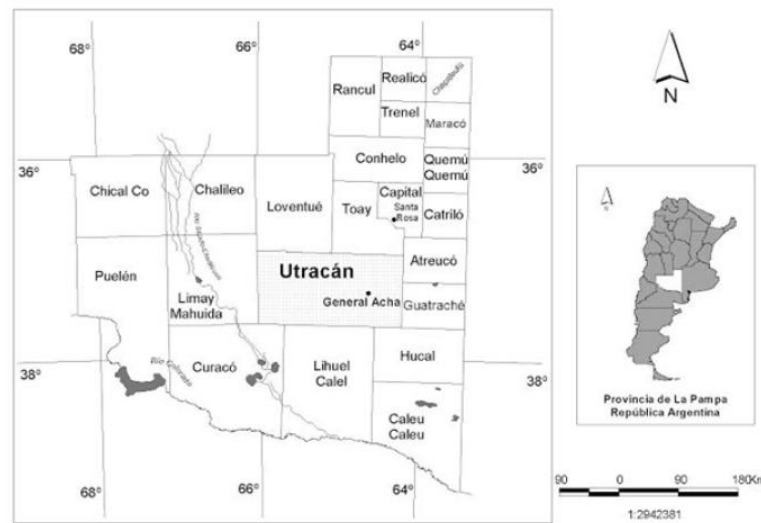
## CAPITULO 3: DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

### 3.1 Localización de General Acha

La ciudad de General Acha es una de las localidades más importantes de la provincia de La Pampa y la cabecera del departamento de Utracán. Ocupa la porción central de la provincia y se ubica sobre la Ruta Nacional N°152 a 104 km de la capital de Santa Rosa, limitando con los departamentos de Toay y Loventué al norte, con Limay Mahuida al oeste, al sur con los departamentos de Lihue Calel, Curacó y Hucal y, al este con Guatraché y Atreucó (Fig. 6).

Figura 6

#### Ubicación geográfica de General Acha en el marco provincial



Fuente: Carolina Diharce – Instituto de Geografía-FCH-UNLPam (2018)

### 3.2 Caracterización socio-económica

El área en que se asienta actualmente la ciudad de General Acha formaba parte de un espacio donde se relacionaban distintos grupos de indígenas a lo largo del siglo XIX. Entre los años 1878 y 1879 las campañas militares pertenecientes a la conocida “Conquista del Desierto”, tuvieron lugar en esta región donde se efectuaron diversas ocupaciones militares con el consecuente despojo de tierras a las sociedades indígenas. En 1882, el grupo del Escuadrón Alsina fue trasladado a esta región para la fundación de General Acha, la primera ciudad del Territorio Nacional de La Pampa (Tarquini *et al.* 2018, en Martocci *et al.*, 2018). En el año 1884 fue designada capital y su instauración se vio influenciada por la

localización geográfica (el Valle Argentino), la disponibilidad de agua y también de vías de comunicaciones (Martocci *et al.*, 2018). En el año 1900 se transfirió el rango de capital del Territorio de La Pampa a la ciudad de Santa Rosa (Municipalidad de General Acha, 2020a), luego de una resolución conflictiva que respondió a diversos intereses personales, políticos y económicos.

El lunes 30 de noviembre del año 2020 se aprobó en la Cámara de Diputados el proyecto para que la ciudad achense sea declarada capital histórica de la provincia de La Pampa. Esta iniciativa se vio fundamentada por los años que fue capital del Territorio Nacional de La Pampa y por la historia que posee la localidad.

Actualmente, según los datos relevados en el Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas del año 2010, la localidad de General Acha cuenta con 12184 habitantes (INDEC, 2010). En términos poblacionales, es la tercera localidad en orden de importancia dentro de la provincia.

En cuanto a la economía de la ciudad, la actividad predominante es la ganadería bovina, dada la calidad de aguas subterráneas del valle que circunda la localidad permite un suelo apto para el desarrollo de la misma (Diez, *et al.*, 2018). Además, se destaca la producción de ovinos y en menor medida caprinos y/o cerdos, siendo en la mayoría de los casos estas explotaciones dedicadas exclusivamente al autoconsumo (Iglesias *et al.*, 2016). Por otro lado, la localidad constituye el segundo centro industrial de la provincia de La Pampa, con importantes empresas ligadas al procesamiento de los recursos naturales de base, en especial de alimentos y bebidas, de materiales de construcción y producción de madera y muebles. Se destaca, hace más de 40 años, la industria procesadora de yeso de Durlock S.A. y el frigorífico bovino (Diez, *et al.*, 2018).

Por último, cabe mencionar que en el sector sudeste de la ciudad se emplaza el primer parque eólico de la provincia de La Pampa denominado “La Banderita” con 11 aerogeneradores que abastecen 40.000 hogares (Dos Bases, 2019); se suman en cercanías al predio los molinos “Huracán” y “Pampero” que pertenecen al parque eólico de la Cooperativa de Servicios Públicos de General Acha (CO.SE.GA) (Infotec, 2019).

### 3.3 Caracterización geofísica

La ciudad de General Acha se encuentra emplazada en el Valle Argentino, el cual se extiende a lo largo de 200 kilómetros en dirección este-oeste desde el sector centro-este de la provincia de La Pampa, siendo una depresión que oscila entre los 7 kilómetros de ancho en la zona El Carancho, 9 kilómetros en General Acha y 10 kilómetros en la zona de la localidad de Doblas (Silva Nieto *et al.* 2008) (Fig. 7). Además, el paisaje de la región está compuesto por grandes ondulaciones, determinadas por la existencia de diversos valles que presentan en la parte central extensas cadenas de médanos, que forman potentes acumulaciones de hasta 30 metros de altura (Silva Nieto *et al.* 2008).

Figura 7

#### Vista del sector medio del Valle Argentino



Fuente: Silva Nieto, D. G. *et al.*, 2008.

El Valle Argentino se sitúa en una faja transicional entre la región subhúmeda y semiárida de la provincia (Mariño y Schulz, 2008), lo que conlleva que la condición climática de la ciudad se caracterice por una temperatura media que oscila los 15°C, con máximas medias de 23°C y mínimas medias de 7°C (Martocci, *et al.*, 2018).

La vegetación se encuentra compuesta por áreas cubiertas por algarrobo, sombra de toro, chañar y en su mayor proporción por la especie de caldén, “*prosopis caldenia*”; este atraviesa la provincia de noroeste a sureste, cubriendo una extensión de 800.000 hectáreas hasta el sur de la provincia de Buenos Aires (Calderón, 2015). La fauna se encuentra integrada por especies autóctonas como caranchos, chimangos, ñandúes, cisnes, pumas,

zorros grises y colorados, entre otros; y especies exóticas como ciervo colorado y jabalí (Silva Nieto *et al.*, 2008). En el área de la laguna de Utracán, se han identificado gran cantidad de especies de aves como cotorra, tero real y común, lechuza, flamenco, carpintero real y común, cardenal amarillo, entre otros.

### 3.4. Caracterización de la oferta turística

#### 3.4.1 Recursos turísticos


En la siguiente tabla se detallan y describen brevemente los recursos turísticos de la ciudad de General Acha (Tabla II). Los mismos son clasificados a partir de la propuesta de la Organización de los Estados Americanos.

Tabla II

#### Inventario y clasificación de los recursos turísticos de General Acha

| RECURSOS TURISTICOS   | CLASIFICACIÓN DE LA O.E. A |   |
|---|----------------------------|---|
|   | CATEGORÍA                  | TIPO Y SUBTIPO                              |
| Laguna Quetré Huitrú  | 1.Sitio Natural            | 1.4 Lagos, lagunas y esteros                |
| Ubicada en el este de la ciudad en cercanías de la Ruta Nacional N°152, alimenta su caudal de las corrientes pluviales de la ciudad. Actualmente se está realizando un recorrido deportivo sobre la misma destinado a la práctica de pedestrisimo y ciclismo.                   |                            |   |
| Laguna del Oeste  | 1. Sitio Natural           | 1.4 Lagos, lagunas y esteros                |
| Conocida como la laguna “La Peluda”, se encuentra hacia el poniente de la ciudad y recibe aportes de arroyos temporarios que se originan de las aguas que drenan los médanos y en ocasiones alcanzan una magnitud notoria. (Hernández, 2018 en Martocci, <i>et al.</i> , 2018). |                            |   |
| Bosque de Caldén  | 1.Sitio Natural            | 1.8 Lugares de observación de flora y fauna |
| Ubicado a 12 km al norte de la localidad, el bosque de forma parte del Área Protegida de Laguna de Utracán, ubicación ideal para el avistaje de aves principalmente y de la flora y fauna de la zona del Valle Argentino.   |                            |   |



|  |   |  |
|--|---|--|
| El Gran Chical   | 1.Sitio Natural   | 1.8 Lugares de observación de flora y fauna        |
| <p>Chañar declarado en el año 1987 como el “Gran Chical”, tiene más de 200 años y se encuentra desde antes que la localidad fuera fundada en el año 1882. Su relevancia simbólica a nivel provincial se debe a que se encuentra en donde funcionó la capital del territorio pampeano hasta 1900 (Fuente: Contacto Radio, 2018).</p>  |   |  |
| Cordón medanal del Valle Argentino   | 1.Sitio Natural   | 1.10 Caminos pintorescos                           |
| <p>Por la Ruta Provincial N°9 desde el cruce con la Ruta Nacional N°152 en recorrido hacia la Laguna de Utracán se puede apreciar el paisaje del cordón medanal del Valle Argentino. En el trayecto se arriba a la ex estación de tren de Utracán, al acceso del balneario de la Laguna homónima, existiendo puntos panorámicos de observación al cañón central del Valle.</p> |   |  |
| Reserva Natural Laguna de Utracán  | 1.Sitio Natural   | 1.12 Parques nacionales y reserva de flora y fauna |
| <p>Desde el año 2019, la Reserva Natural Municipal Laguna de Utracán forma parte del Sistema Provincial de Áreas Protegidas con el objetivo de conservación del paisaje natural, educación ambiental y su disfrute. (Fuente: Info Pico, 2019.).</p>  |   |  |
| Sociedad italiana  | 2. Museos y manifestaciones culturales  | 2.3 Lugares históricos                             |
|   | <p>La “Unione e Benevolenza” fue creada en el año 1890 y su principal objetivo fue el de socorros mutuos. La primera tarea que se emprendió fue la construcción del edificio y la construcción del Panteón Social que quedó constituido en 1908. Ambas edificaciones fueron declaradas el 15 de agosto del 2002 Patrimonio Histórico Provincial mediante la ley N°1998. (Fuente: Martocci, <i>et al.</i>, 2018. Fotografía: Pérez, M., 2020).</p> |  |
| Sociedad española  | 2. Museos y manifestaciones culturales  | 2.3 Lugares históricos                             |

La Sociedad Española de General Acha fue la primera asociación mutualista de la provincia de La Pampa, se fundó el 13 de junio de 1886 con el objetivo principal de socorro mutuo (Martocci, *et al.*, 2018). En el año 2015, la Subsecretaría de Cultura Provincial indico que se ha agregado en el Registro Provincial de Patrimonio Cultural al edificio de la ex Sociedad Española, por ser una de las primeras muestras de asociacionismo y fraternidad de españoles que se asentaron en el suelo pampeano (Fuente: La Arena, 2015. Fotografía: Pérez, M., 2020).



|                  |  |                        |
|------------------|--|------------------------|
| Aljibe histórico | 2. Museos y manifestaciones culturales | 2.3 Lugares históricos |
|------------------|--|------------------------|

Ubicado sobre los terrenos históricos de la manzana donde funcionó durante el período fundacional el cuartel de caballería, siendo este aljibe el segundo pozo de agua del pueblo (Fuente: Martocci, *et al.*, 2018).

|                         |  |                        |
|-------------------------|--|------------------------|
| Estación de Ferrocarril | 2. Museos y manifestaciones culturales | 2.3 Lugares históricos |
|-------------------------|--|------------------------|

La estación de ferrocarril fue inaugurada en el año 1896, la misma presenta un diseño y arquitectura inglesa de fines del siglo XIX y también cuenta con una infraestructura pensada para la capital del Territorio Nacional de La Pampa (Fuente: Martocci, *et al.*, 2018. Fotografía: Garbarino, S. 2018 en Martocci, *et al.*, 2018).






|                           |  |                        |
|---------------------------|--|------------------------|
| Corralón La Nueva Moderna | 2. Museos y manifestaciones culturales | 2.3 Lugares históricos |
|---------------------------|--|------------------------|





La fundación de La Moderna en 1915, fue muy importante en la ciudad y la provincia por pertenecer al grupo de almacenes de ramos generales. En el año 2020 La Secretaría de Turismo de la provincia puso en marcha la Red de Almacenes de Ramos Generales con el objetivo de ampliar la oferta turística. El «Corralón La Nueva Moderna» de General Acha obtuvo por partes de las autoridades una distinción de pertenencia a la Red (Fuente: La Arena, 2020. Fotografía: Pérez, M., 2020).

|  |   |   |
|--|---|---|
| Comisaría de General Acha  | 2. Museos y manifestaciones culturales  | 2.3 Lugares históricos  |
|   | El edificio que representa hoy en día a la Comisaría de la localidad fue construido con diseño pensado para ser sede de la gobernación, pero este no llegó a cumplirse ya que en 1901 se trasladó la administración central del Territorio Nacional de La Pampa a Santa Rosa (Fuente: Martocci, <i>et al.</i> , 2018. Fotografía: Pérez, M., 2020). |   |
| Colegio María Auxiliadora  | 2. Museos y manifestaciones culturales  | 2.3 Lugares históricos  |
|   | La edificación donde actualmente funciona el Colegio María Auxiliadora desde 1909 fue en un principio la sede de gobernación del Territorio Nacional. (Fuente: Martocci, <i>et al.</i> , 2018. Fotografía: Pérez, M., 2020)   |   |
| Parroquia La Inmaculada  | 2. Museos y manifestaciones culturales  | 2.3 Lugares históricos  |
| Inaugurada en el año 1896, fue la primera iglesia fundada y reconocida en este territorio tras la denominada conquista de desierto. En 1998 fue declarada Monumento Histórico Provincial mediante el decreto N°1267 (Fuente: Ministerio de Educación – Gobierno de La Pampa (s/f) Fotografía: Pérez, M., 2020).  |   |  |
| Museo Quetré Huitrú  | 2. Museos y manifestaciones culturales  | 2.1 Museos  |
| Inaugurado el 12 de agosto del 2011, ubicado en la Casa de la Cultura (Ex Estación de Tren) de la ciudad dependiente de la Dirección de Cultura del Municipio. Se pueden apreciar objetos de la familia del fundador de la ciudad, del patrimonio ferroviario de la estación de tren y de los primeros habitantes del territorio nacional de la pampa central. Recientemente fue inaugurada una sala de los medios de comunicación en el tiempo. |   |   |
| Peregrinación a la “Ermita   | 3. Folklore   | 3.1 Manifestaciones   |

|  |   |                                      |
|--|---|--------------------------------------|
| María Auxiliadora” del<br>Paraje Padre Buodo   |   | religiosas y creencias<br>populares. |
| <p>Peregrinaje que se realiza luego de las Pascuas, desde la parroquia La Inmaculada de la ciudad hasta el Paraje de Padre Buodo. La caravana prevé salidas en diferentes horarios, conforme a los medios de locomoción para circular el itinerario de 30 kilómetros. Una vez reunidos todos los participantes, se celebra la misa en la capilla de Padre Buodo ubicada en el cruce de las rutas nacionales 35 y 152 (La Arena, 2017).</p> |   |                                      |
| Estilo 152   | 3.Folklore  | 3.5 Comidas y bebidas<br>típicas     |
| <p>“Estilo 152” es un emprendimiento de vinos achense, que posee una pequeña planta de elaboración artesanal a la vera de la Ruta Nacional N°152 Km. 26, los cuales reciben las uvas de variedad Malbec, Tempranillo y Cabernet Sauvignon, traídas del sur de la provincia de La Pampa, específicamente de Casa de Piedra (Estilo 152, 2020).</p>  |   |                                      |
| Escuela Técnica<br>Agropecuaria  | 4. Realizaciones técnicas<br>científicas o artísticas<br>contemporáneas | 4.2 Explotaciones<br>agropecuarias   |
| <p>Ubicada en el kilómetro 30 de la Ruta Nacional N°152, ofrecen a la comunidad los productos de quesos y escabeches artesanales, hortalizas de la huerta escolar y miel. Es posible recorrer los trayectos productivos guiados por sus propios alumnos, los cuales realizan prácticas profesionalizantes internas y en empresas del sector.</p>   |   |                                      |
| Instituto Nacional de<br>Tecnología Agropecuaria<br>(INTA)   | 4. Realizaciones técnicas<br>científicas o artísticas<br>contemporáneas | 4.2 Explotaciones<br>Agropecuarias   |
| <p>El INTA cuenta con una sede en la ciudad que lleva adelante diversas actividades en el área del caldenal. Entre sus tareas se destacan las relaciones con producción pecuaria y agrícola, servicios de evaluación de producción de verdeos invernales y producción forrajera, entre otros. También ofrecen atención a diversos actores del sistema agroalimentario, medios de difusión y a la comunidad en general (INTA, s/f)</p>      |   |                                      |
| Pórtico de entrada del   | 4. Realizaciones técnicas   | 4.4. Obras de arte y técnica         |

|   |   |   |
|---|---|---|
| Parque Campos por B.<br>Brandsen  | científicas o artísticas<br>contemporáneas  |   |
|    | Fue construido en el año 1967 en la entrada ubicada por el Boulevard Brandsen, con motivo de la inauguración de la Fiesta de la Lana que se celebraba en el Parque Campos, en homenaje a los Soldados del Desierto (Fuente: Martocci, <i>et al.</i> , 2018. Fotografía: Pérez, M., 2020). |   |
| Pórtico de entrada del<br>Parque Campos por Ruta<br>Nacional N°152  | 4. Realizaciones técnicas<br>científicas o artísticas<br>contemporáneas   | 4.4. Obras de arte y técnica  |
| Construido en el año 1967 para la inauguración de la Fiesta de la Lana que se celebraba en la localidad. Este pórtico rinde homenaje al indio de las pampas y se encuentra en la entrada al Parque Campos que desemboca con la Ruta Nacional N°152. (Fuente: Martocci, <i>et al.</i> , 2018. Fotografía: Pérez, M.,2020). |   |   |
| Pórtico de entrada del<br>Parque Campos por calle<br>Campos   | 4. Realizaciones técnicas<br>científicas o artísticas<br>contemporáneas   | 4.4. Obras de arte y técnica  |
| La entrada principal del Parque Campos se realiza por la calle Campos en honor al fundador, donde se encuentra un pórtico en homenaje al mismo (Fotografía: Pérez, M., 2020)  |   |  |
| Cristo crucificado  | 4. Realizaciones técnicas<br>científicas o artísticas<br>contemporáneas   | 4.4. Obras de arte y técnica  |

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p>En la zona norte de la ciudad, se encuentra el Cristo crucificado, monumento de 15 metros de alto, inaugurado en el año 1971 con motivo de conmemoración del 75° aniversario de la llegada del primer salesiano a General Acha. (Fuente: Iglesia en La Pampa, 1971. Fotografía: Pérez, M. 2020).</p>   |   |  |
| Ceferino  | 4. Realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas   | 4.4. Obras de arte y técnica  |
|   | <p>En el año 1978 se inauguró el monumento en alusión al santo Ceferino Namuncurá, ubicado en el sector sur de la ciudad (Martocci, <i>et al.</i> 2018), con motivo de celebrarse el centenario de las misiones de La Pampa. (Fotografía: Pérez, M., 2020).</p> |   |
| Encuentro de moteros  | 5. Acontecimientos programados  | 5.3 Otros   |
| <p>Desde el año 2012 entre los meses febrero y marzo, se realiza en la ciudad el motoencuentro, en el camping del “Parque Campos” donde los fanáticos de las motos comparten un fin de semana con bandas de rock, feria de artesanos, exposición de motos y autos antiguos, juegos de destreza, asados grupales y también un desfile por la ciudad.</p> |   |   |
| Gran desafío de la vuelta 15  | 5. Acontecimientos programados  | 5.2 Deportivos  |
| <p>Entre los meses de agosto y septiembre se realiza el desafío en diferentes terrenos de la ciudad con bicicletas de Mountain Bike y se recorren desde 30 a 56km. La inscripción de la carrera cuenta con muchos competidores de diferentes localidades pampeanas y una entrega de premios para los deportistas destacados durante la competición.</p> |   |   |
| Fiesta Provincial del Ternero, la Yerra y el Pial   | 5. Acontecimientos programados  | 5.3 Otros   |
| <p>Tradicional fiesta donde se realiza peña, baile y pialada de terneros por equipos,</p>   |   |   |

|   |                                   |                    |
|---|-----------------------------------|--------------------|
| <p>concursos de riendas y destrezas gauchas, en conjunto de show en vivos de diferentes bandas locales. La misma cuenta con la organización del Centro Tradicionalista Rincón Vasco contando con un historial de celebración de 47 años.</p>  |                                   |                    |
| Desfile Aniversario General<br>Acha   | 5. Acontecimientos<br>programados | 5.1 Artísticos     |
| <p>Con motivo de conmemorar el aniversario de fundación de la ciudad, el día 12 de agosto se realiza un desfile integrado por las distintas actividades municipales, escuelas, instituciones y autoridades, sumado a stand de artesanos y shows musicales.</p>  |                                   |                    |
| Acha Beer Fest  | 5. Acontecimientos<br>programados | 5.3.10 Gastronomía |
| <p>La Fiesta de la Cerveza tirada en la ciudad se lleva a cabo en el Parque Campos, con la presencia de negocios locales, cerveceros, pubs, pizzerías, stand de artesanos y emprendedores. También se realizan shows en vivo con la presentación de diferentes artistas locales (Municipalidad de General Acha, 2020b)</p>  |                                   |                    |
| Acha Race   | 5. Acontecimientos<br>programados | 5.2 Deportivos     |
| <p>Evento que se lleva a cabo en el Automoto Club de la ciudad, donde se unen en un mismo lugar las actividades de motociclismo y autos de carrera. Es una competencia mixta donde se combina el rally con la aventura y el escenario del mismo se encuentra trazado por caminos aledaños de la ciudad, terrenos municipales y algunos sectores de la Ruta Provincial N°9 y la Ruta Nacional N°152 (Portal 21, 2019).</p> |                                   |                    |
| Expo -Ternero   | 5. Acontecimientos<br>programados | 5.2 Otros          |
| <p>La muestra ganadera que organiza anualmente la Asociación Rural de General Acha, tiene como atractivo la realización de concursos de terneros que determinan la calidad de la genética de las razas bovina. Además, se incluye una serie de charlas técnicas espectáculos musicales y un remate de invernada.</p>  |                                   |                    |
| Feria de artesanos  | 5. Acontecimientos<br>programados | 5.2 Otros          |



|   |                                |           |
|---|--------------------------------|-----------|
| La feria de artesanos suele acompañar los eventos de conglomeración de personas y durante el año en diferentes fechas aleatorias se suele realizarse en la plaza de la ciudad un encuentro específico de los mismos para que puedan compartir su trabajo.   |                                |           |
| Fiesta del parrillero   | 5. Acontecimientos programados | 5.2 Otros |
| La celebración es organizada por la parrilla “Don Luis” y cuenta con la colaboración de las direcciones de Turismo y de Cultura de la municipalidad. Desde hace seis años se realizan esta fiesta en el mes de enero y actualmente debido a la gran demanda de la gente se realiza el evento en el Parque Campos con presentaciones de grupos folclóricos y muestras de artesanías y manualidades locales. (La Arena, 2020) |                                |           |
| Encuentro de Autos Clásicos Y Hot Rods  | 5. Acontecimientos programados | 5.2 Otros |
| El primer encuentro de autos antiguos se realizó el 9 de febrero de 2020, organizado por el grupo “Amigos del Clásico”, en conjunto con la Dirección de Cultura. Asistieron más de 50 participantes provenientes de distintos puntos de la provincia (Municipalidad de General Acha, 2020c)   |                                |           |

Fuente: Pérez, M., sobre la base de relevamiento de recursos, 2020.

### 3.4.2 Equipamiento turístico

La oferta de alojamiento de General Acha se encuentra conformada por 630 plazas distribuidas en los establecimientos hoteleros. El sector hotelero cuenta con 9 hoteles, 1 hostería, 1 apart hotel, 1 estancia turística y 7 cabañas, la gran mayoría se encuentran localizados estratégicamente a la vera de la Ruta Nacional N°152 y otra parte se localizan por la calle principal de la localidad (Tabla III).



Tabla III

**Alojamiento hotelero en General Acha**

| <b>Alojamiento</b>          | <b>Tipo</b> | <b>Ubicación</b>                                 | <b>Plazas</b>  | <b>Servicios</b>  |
|-----------------------------|-------------|--|--|---|
| Don Francisco               | Cabañas     | Ruta Nacional N°152 Km 29,5                      | 48 plazas distribuidas en 4 cabañas y 8 habitaciones | Tv, WI-FI, cocheras cubiertas, aire acondicionado, cocina, parrillas, baños privados, desayuno y cabalgatas por los médanos |
| Don Jacinto                 | Cabañas     | Valentín Gutiérrez 424                           | 12 plazas distribuidas en 2 cabañas y 2 habitaciones | Tv, WI-FI, piscina, cochera, desayuno, aire acondicionado, baños privados, cocina y parrillas                               |
| El Descanso                 | Cabañas     | Ruta Nacional N°152 - Colectora del Sol Este 808 | 12 plazas distribuidas en 3 cabañas y 3 habitaciones | Tv, WI-FI, piscina, cochera, aire acondicionado, desayuno y, baños privados.  |
| Posada San Antonio de Padua | Cabañas     | Ruta Nacional N°152 Km 24,5                      | 30 plazas distribuidas en 5 cabañas y 5 habitaciones | Aire acondicionado, Tv, cochera, pileta, baños privados, cocina y parrillas   |
| Quimey - Co                 | Cabañas     | Ruta Nacional N°152 Km 27                        | 14 plazas distribuidas en 4 cabañas y 3 habitaciones | Tv, WI-FI, parrillas, cochera, baños privados, aire acondicionado, cocina y telefonía por sistema de internet               |
| Ruca Quiyen                 | Cabañas     | Ruta Nacional N°152 Km 26,5                      | 12 plazas distribuidas en 3 cabañas y 3 habitaciones | Cochera, parrillas, Tv, cocina, baños privados, aire acondicionado y WI-FI.   |
| Wuitrú                      | Cabañas     | Ruta Nacional N°152 Km 29,5                      | 22 plazas distribuidas en 6 habitaciones             | Desayuno, cocheras, WI-FI, Tv y baños privados  |
| El Valle                    | Hotel       | Ruta   | 50 plazas  | Aire acondicionado, Tv,   |

|            |                   |  |   |  |
|------------|-------------------|--|---|--|
|            |                   | Nacional N°152 Km 29                   | distribuidas en 19 habitaciones           | cocheras, baños privados y habitaciones suites.  |
| E.Co.P     | Hotel             | Ruta Nacional N°152 y Pje. Cascallares | 48 plazas distribuidas en 24 habitaciones | Restaurante, Tv, cocheras, baños privados, desayuno y aire acondicionado   |
| Patagonia  | Hotel 2 estrellas | España N°761                           | 55 plazas distribuidas en 15 habitaciones | Desayunos, WI-FI, frigobar, TV, baño privado, aire acondicionado y secador de pelo.  |
| Terrazas   | Hotel             | Ruta Nacional N°152 Km 28              | 34 plazas distribuidas en 14 habitaciones | Baños privados, Tv, WI-FI, desayuno, aire acondicionado y cocheras   |
| Traful     | Hotel             | Balcarce N°53                          | 37 plazas distribuidas en 15 habitaciones | WI-FI, Tv, aire acondicionado, desayuno, cochera, contacto para caza mayor y menor, venta de artesanías pampeanas y habitaciones con baños privados. |
| Agua Dulce | Hotel A S/C       | Santina Gallego S/N                    | 13 plazas distribuidas en 5 habitaciones  | Tv, pileta, baños privados y WI-FI.  |
| La Candela | Hotel A S/C       | Balcarce N°632                         | 43 plazas distribuidas en 13 habitaciones | WI-FI, baños privados, aire acondicionado, Tv, desayuno y cochera  |
| La Posada  | Hotel A S/C       | Ruta Nacional N°152 Km 26,5            | 32 plazas distribuidas en 12 habitaciones | Tv, WI-FI, cochera, baños privados, aire acondicionado y cámaras de seguridad  |
| Lekú       | Apart Hotel       | Ruta Nacional N°152 Km 29,7            | 4 plazas distribuidas en 2 habitaciones   | Tv, aire acondicionado, baño privado, WI-FI, cocheras y disponibilidad de bicicletas de uso gratuito.  |

|              |                    |                           |  |   |
|--------------|--------------------|---------------------------|--|---|
| Anay Ruca    | Hosterías          | Balcarce y Don Bosco      | 25 plazas distribuidas en 12 habitaciones  | Baños privados, desayuno, WI-FI, Tv.  |
| A Puro Campo | Estancia Turística | Ruta Nacional N°152 Km.40 | 139 plazas distribuidas en 33 habitaciones | Solárium con piscina, Avistaje de fauna, Pet friendly, restaurante, Tv, WI-FI, cocheras abiertas, restaurante, paseos en caballos y carruaje menonita para pasear |

Fuente: Pérez, M., sobre la base de relevamiento de planta turística, 2020.

Respecto a los alojamientos extra-hoteleros (Tabla IV), se encuentran 3 campings, para un total de 740 plazas, los cuales están ubicados en el Parque Campos y Pampetrol a la vera de la Ruta Nacional N°152 y por la Ruta Provincial N°9 en la Reserva Natural Municipal Laguna de Utracán.

Tabla IV

#### Alojamiento extra-hoteleros en General Acha

| Alojamiento                                 | Tipo    | Ubicación                 | Plazas  | Servicios  |
|---|---------|---------------------------|---|--|
| Parque General Campos                       | Camping | Ruta Nacional N°152 Km 29 | El predio posee dos hectáreas de terreno, con una capacidad de 300 plazas.  | 2 baños privados con 2 duchas y 2 sanitarios individuales cada uno, cantina, pileta, parillas con mesas y juegos infantiles.         |
| Reserva Natural Municipal Laguna de Utracán | Camping | Ruta Provincial N°9       | El predio de camping posee una capacidad de 80 y 100 carpas y entre El predio del camping posee una capacidad para 100 carpas y un total de 400 plazas. | Dispone de 109 mesas, 23 parrillas dobles, cantina, 2 piletas abiertas, 2 baños con 3 sanitarios cada uno. Avistaje de flora y fauna |

|           |         |                           |   |   |
|-----------|---------|---------------------------|---|---|
| Pampetrol | Camping | Ruta Nacional N°152 Km 23 | Tiene disponibilidad para 10 carpas y una capacidad aproximadamente de 40 plazas. | Posee un parque recreativo, con mesas y parrillas, pero al estar todavía en desarrollo no posee agua potable. |
|-----------|---------|---------------------------|---|---|

Fuente: Pérez, M., sobre la base de relevamiento de planta turística, 2020.

En cuanto a los servicios de gastronomía (Tabla V), la localidad cuenta con una oferta conformada por 18 establecimientos distribuidos en parrillas, restaurantes y rotiserías, los cuales se encuentran distribuidos en el núcleo urbano y sobre la Ruta Nacional N°152.

Tabla V

### Establecimientos gastronómicos en General Acha

| Establecimiento | Dirección   | Servicios   |
|-----------------|---|---|
| Bagualas        | Garibaldi N°760                                     | Menú a la carta. Comidas para llevar y para comer en el lugar en horario de almuerzo.   |
| Club Social     | Balcarce y Martínez de Hoz                          | Comidas rápidas y menú a la carta, se puede comer en el establecimiento y retirar pedidos en horario de cena.   |
| Don Luis        | Bv. Brandsen y Segovia                              | Parrilla y menú a la carta, se puede comer en el establecimiento, retirar pedidos y brindan servicio de delivery. Atención en horario de almuerzo y cena. |
| Máximo          | Ruta Nacional N°152, en Estación de servicios Axion | Menú a la carta y comidas rápidas. Atención en horario de almuerzo y cena.  |
| La Papa Frita   | Ruta Nacional N°152, en Estación de servicios Puma  | Menú a la carta y comidas rápidas. Atención las 24hs.   |
| La Moderna      | Balcarce y Rodríguez Peña                           | Menú a la carta y comidas rápidas. Se puede comer en el establecimiento y retirar pedidos. Abierto en horario de cena.                                    |
| Pampa Mia       | Garibaldi N°593                                     | Menú a la carta y comidas rápidas. Se puede comer en el establecimiento y retirar pedidos.  |
| 5 sentidos      | Balcarce y Garibaldi                                | Menú a la carta y comidas rápidas. Se puede comer en el establecimiento y retirar   |

|                      |                       |  |
|----------------------|-----------------------|--|
|                      |                       | pedidos. Abierto en horario de cena.   |
| 442                  | Conesa N°442          | Comidas rápidas para retirar en el establecimiento.  |
| Lo de Tati           | Pje. Garmendia N°1332 | Comidas rápidas para retirar en el establecimiento   |
| Marcelino            | Farías y Rivadavia    | Comidas rápidas para retirar en el establecimiento   |
| Tentación            | España N°643          | Comidas rápidas para retirar en el establecimiento. Abierto en horario de cena                                   |
| Il Panino            | Balcarce N°10         | Comidas rápidas para retirar en el establecimiento o con servicio de delivery.                                   |
| El Galpon            | Gral. Roca N°73       | Comidas rápidas para retirar en el local o con servicio de delivery.   |
| Berlín               | Campos y San Martín   | Menú a la carta y comidas rápidas. Se puede comer en el establecimiento, retirar pedidos y servicio de delivery. |
| Davos                | Balcarce 641          | Comidas rápidas. Se puede comer en el establecimiento y retirar pedidos.   |
| Noix                 | Colectora del Sol 142 | Menú a la carta y comidas rápidas. Se puede comer en el establecimiento y retirar pedidos.                       |
| La esquina del sabor | Alsina 969            | Comidas rápidas para retirar en el establecimiento.  |

Fuente: Pérez, M., sobre la base de relevamiento de planta turística, 2020

Refiriéndonos a los espacios culturales, recreativos y deportivos la ciudad achense cuenta con tres bibliotecas públicas y la “Casa de la Cultura” donde se dictan clases de danza, de instrumentos musicales y de dibujo. Además, la ciudad cuenta con dos teatros, de los cuales uno de ellos se encuentra al aire libre y dos agrupaciones musicales destacadas, la Orquesta Infanto Juvenil y la Banda de Ceferino Namuncurá. En cuanto a los espacios deportivos, posee dos clubes, un complejo deportivo y un polideportivo con sus respectivas instalaciones. Actualmente se realizan las siguientes actividades deportivas: fútbol, tenis, vóley, básquet, handball, natación en pileta climatizada, pelota paleta, paddle, hockey, patín y acrobacia en telas, además, cuenta con gimnasios, un autódromo, aeródromo y velódromo. Los lugares de esparcimiento en la localidad se conforman por dos discos bailables y tres bares, sumados a una gran variedad de espacios verdes públicos como el

Parque Manuel J. Campos que posee parrillas, pileta al aire libre y juegos infantiles, y, por último, ocho plazas distribuidas en diferentes barrios de la ciudad y una plazoleta.

La localidad cuenta con una Oficina de Informes Turísticos (OIT) que en el año 2020 se trasladó desde el interior de la terminal de ómnibus a una oficina particular en la vera de la Ruta Nacional N°152. Esta decisión estratégica se explica debido a que la ruta concentra el mayor tránsito de visitantes, por lo cual esta localización aumenta la visibilización de la OIT, permitiendo potenciar el turismo y el desarrollo del comercio y la cultura local. La misma ofrece asesoramiento sobre las actividades turístico-recreativas de la ciudad y la zona.

### **3.4.3 Infraestructura turística**

El servicio de transporte se encuentra integrado por una terminal de ómnibus ubicada sobre la Ruta Nacional N°152, la cual tiene oficinas de Vía Bariloche que conecta General Acha con la ciudad de Buenos Aires y destinos del sur argentino, Transur cuyo recorrido une los pueblos pampeanos y Expreso Álvarez que realiza viajes de pasajeros y encomiendas hacia la capital de Santa Rosa. A su vez, existen servicios particulares semanales de envíos de encomiendas puerta a puerta hacia las localidades de Bahía Blanca y Santa Rosa, como también servicio interno de taxis y remises. Al estar ubicada estratégicamente para los viajes de los turistas, General Acha cuenta con 4 estaciones de servicio, una dentro de la ciudad representada por YPF, sobre la entrada del pueblo en el km. 28 de la Ruta Nacional N°152 están los establecimientos de las empresas Axión y Puma, y ubicada en el km. 23 de la Ruta Nacional N° 152 se encuentra Pampetrol. Respecto al transporte aéreo, la ciudad no cuenta con aeropuerto, los más cercanos se encuentran en las ciudades de Santa Rosa y Bahía Blanca, como tampoco dispone de servicios de transporte público dentro de la ciudad.

La localidad cuenta con servicio de gas suministrado por la empresa de Camuzzi Gas Pampeana y respecto al agua potable y energía eléctrica, el servicio es brindado por la Cooperativa de Servicios Públicos de General Acha (CO.SE.GA). Cabe destacar que el agua potable se extrae de bombas estratégicamente ubicadas en el Valle Argentino, otorgándole una excelente calidad a la misma. En cuanto a la energía eléctrica, la empresa

brinda WI-FI gratuito las 24 horas en las Plazas General Belgrano e Hipólito Yrigoyen. La ciudad cuenta con servicio de internet por fibra óptica prestado por la empresa provincial Aguas del Colorado.

Respecto a la recolección de residuos, actualmente la ciudad achense cuenta con la existencia de “puntos verdes” en la vía pública y un relleno sanitario en vía de certificación, y el Programa de Clasificación de Residuos Domiciliarios se encuentra en estado operativo. El sistema de cloacas abarca el 80% de la población y sobre las zonas de médanos se promueve la instalación de bio-digestores para evitar profundizar la contaminación del Valle Argentino.

Con respecto a la seguridad, posee una comisaría y un cuerpo de bomberos en la ciudad, luego el Destacamento Móvil 4 de Gendarmería Nacional que se encuentra a la vera de la Ruta Nacional N°152. Además, en proximidades de la mencionada ruta se encuentra el Hospital Padre Ángel Buodo representando el establecimiento de cabecera en la zona sanitaria 3 de la provincia, dentro de la ciudad se encuentran dos enfermerías y una posta sanitaria.

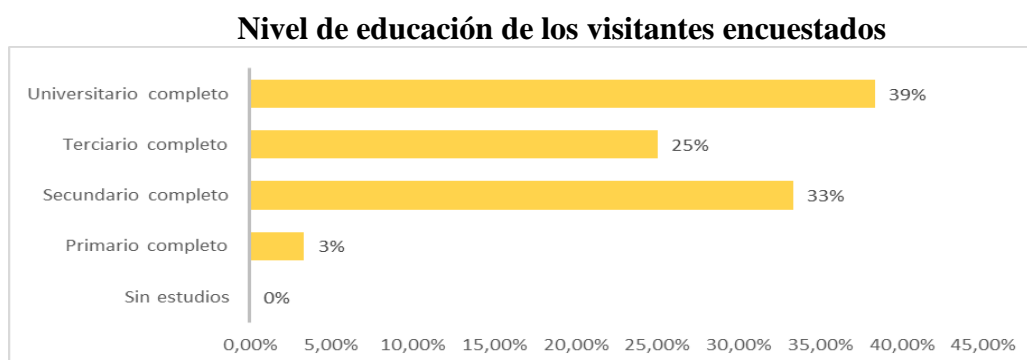
## CAPITULO 4: EL PERFIL DEL VISITANTE DE LA CIUDAD DE GENERAL ACHA

### 4.1 Caracterización del perfil del visitante

Para caracterizar el perfil del visitante, se realizaron encuestas de forma presencial a un total de 60 visitantes, escogidos al azar, de los cuales 38 pertenecen al género masculino y 22 al femenino. A continuación, se presentan los resultados obtenidos.

Con el fin de caracterizar el perfil sociodemográfico de la muestra, se indagó sobre las edades, ocupación y estudios de los encuestados. Respecto a la edad, se evidencia que el mayor porcentaje pertenece a la categoría de *entre 36-55 años* con un 45%, seguido por la categoría de *entre 26-35 años* con un 30%. La categoría *mayor de 55 años* con el 18% y por último *entre 18- 25 años* con tan solo un 7%. En cuanto al nivel de educación de los visitantes (Fig. 8), el total de la muestra presenta que el 39% posee estudios *universitarios completos*, le continúa el *secundario completo* con un 33% y el *terciario completo* con el 25%, siendo las categorías de *primario completo* y *sin estudios* las que obtuvieron menor porcentaje detectado, con el 3% y 0% respectivamente.

Figura 8

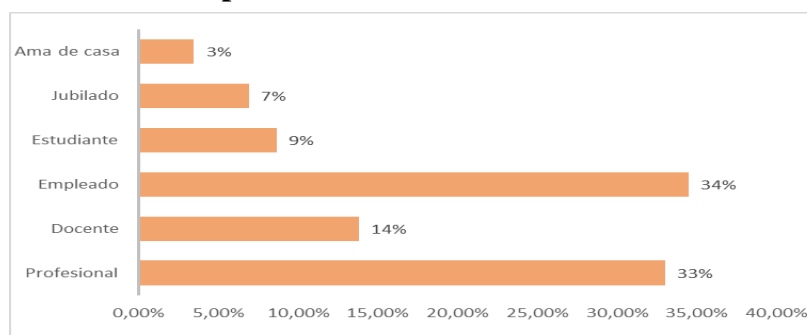


Fuente: Pérez, M., sobre la base de encuestas a visitantes, 2020.

En relación a la ocupación de los encuestados se puede observar, como se constata en la figura 9, que la categoría *empleado* es la que mayor porcentaje reviste con el 34%, seguido por un 33 % la categoría *profesional*, y la categoría *docente* con el 14%. Los segmentos *estudiantes* y *jubilado* obtuvieron un 9% y 7% respectivamente, dejando en último lugar a la categoría *ama de casa* con el 3%.



Figura 9

**Ocupación de los visitantes encuestados**

Fuente: Pérez, M., sobre la base de encuestas a visitantes, 2020.

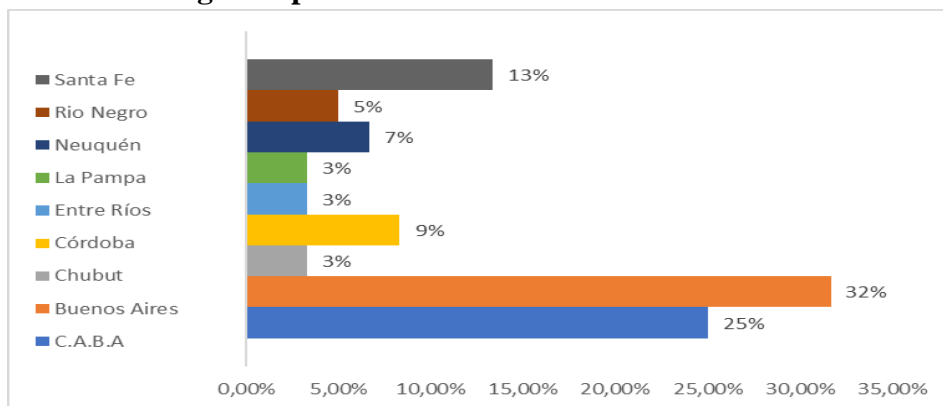
Con respecto a la procedencia de los turistas (Fig. 10), la provincia de *Buenos Aires* se configura como el principal destino emisor, el 32% de los visitantes encuestados pertenecen a ciudades como Don Torcuato, Quilmes, Paso del Rey, La Plata, Bahía Blanca, Junín, Pergamino, Alberti, Chivilcoy, Chacabuco, General Pacheco, Avellaneda y Luján. En segundo lugar, se posiciona la *Ciudad Autónoma de Buenos Aires (C.A.B.A)* con el 25%. Continúa en orden de categoría, los turistas procedentes de la provincia de *Santa Fe* con el 13%, siendo detectadas las ciudades de Rosario, Venado Tuerto y Santa Fe. El cuarto lugar, con el 9% corresponde a la provincia de *Córdoba* donde los encuestados provienen de las ciudades de Córdoba, Marcos Juárez y Villa María, seguido con el 7% la provincia de *Neuquén* con turistas procedentes de San Martín de los Andes y Villa La Angostura; y la provincia de *Río Negro* con un 5% compuesta por visitantes de San Carlos de Bariloche. Por último, las provincias de *Chubut*, *Entre Ríos* y *La Pampa* representan cada una un 3% de los turistas que se acercan a la localidad achense.

En relación a los lugares de destino, se evidenció que los encuestados han escogido a las provincias de *Neuquén* y *Río Negro* como sus principales destinos (Fig. 11) con un 35% y 32%, destacándose las ciudades patagónicas de San Martín de Los Andes, San Carlos de Bariloche y Villa La Angostura. Por su parte, *La Pampa* representa el tercer lugar con un 10%, siendo la ciudad de General Acha el destino que los turistas han escogido de la provincia. Los encuestados que visitan los destinos de *Buenos Aires* y *Ciudad Autónoma de Buenos Aires* representan un 7% en cada caso, seguido de la provincia de *Santa Fe* con un

5%. Por último, *Chubut* y *Córdoba* obtienen un resultado insignificante con un 2% al igual que la provincia de *Entre Ríos* con un 0%.

Figura 10

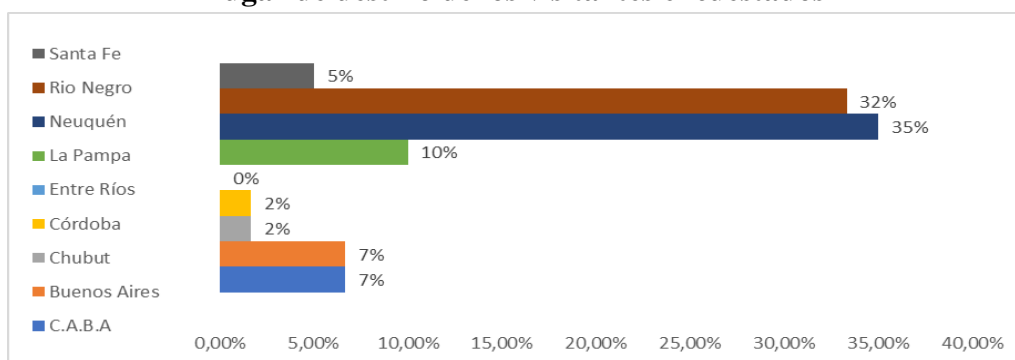
### Lugar de procedencia de los visitantes encuestados



Fuente: Pérez, M., sobre la base de encuestas a visitantes, 2020

Figura 11

### Lugar de destino de los visitantes encuestados



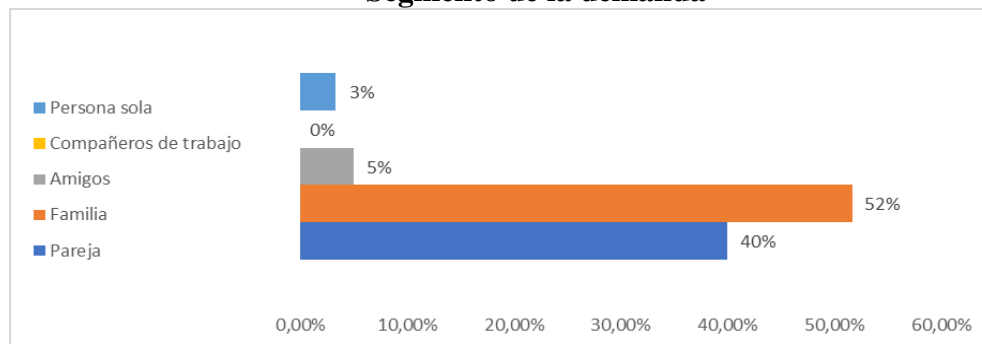
Fuente: Pérez, M., sobre la base de encuestas a visitantes, 2020

El segmento de la demanda se encuentra liderado por las *familias* con el 52% de los encuestados, seguido por el componente de *parejas* con un 40% y, por último, en menor medida, las clasificaciones de *amigos* y *personas solas*, con el 5% y 3% respectivamente, correspondiéndole el 0% para el componente de *compañeros de trabajo* (Fig. 12). En relación al número de integrantes, los grupos se encuentran conformados en promedio por un total de 3 personas. Cabe destacar que la gran mayoría de los visitantes llegan a la localidad en transporte privado, aunque existen líneas de colectivos que realizan paradas en

la ciudad. El 52% de los encuestados, manifiesta haber arribado con anterioridad a la ciudad, mientras que el 48% indica que es primera visita.

Figura 12

### Segmento de la demanda

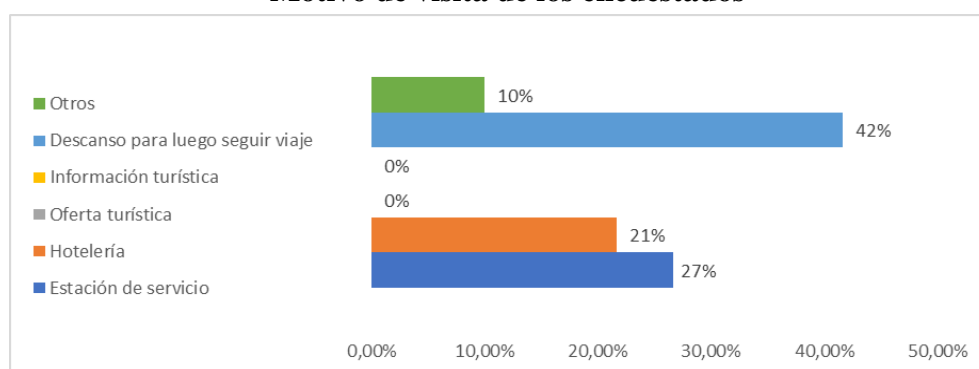


Fuente: Pérez, M., sobre la base de encuestas a visitantes, 2020

Respecto al motivo de la misma (Fig. 13), predomina con el 42% el *descanso para luego seguir viaje*, luego con un 27% el uso de las distintas *estaciones de servicio*, para abastecerse y seguir viaje, seguido por la clasificación *hotelería* con un 21%. Un 10% de los encuestados se manifestó en la categoría *otros* y, dentro de los principales motivos de afluencia a la localidad de este porcentaje, se destaca la visita a familiares y amigos. Por último, el segmento *oferta* no presenta ninguna respuesta asociada (0%).

Figura 13

### Motivo de visita de los encuestados



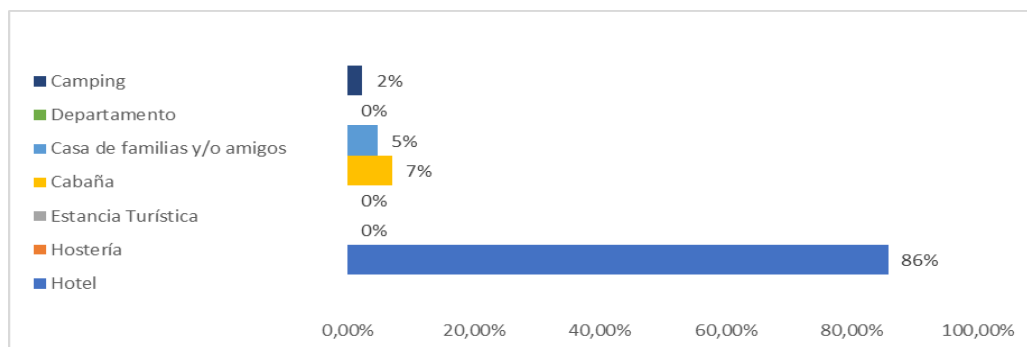
Fuente: Pérez, M., sobre la base de encuestas a visitantes, 2020

Del porcentaje de los visitantes que se hospedan en General Acha, se ha detectado que el promedio de pernocte que realizan en la localidad es de una noche. Con relación a la tipología de alojamiento elegida por los turistas encuestados (Fig. 14), la categoría de *hotel*

es la que mayor preferencia revela con un 86%. Continúa en orden la categoría de *cabaña* con un 7%, seguido por las *casas de familias y/o amigos* y *camping* con un 4% y 2% respectivamente. Por su parte, las categorías de *estancias turísticas*, *hosterías* y *departamentos* representan un 0%.

Figura 14

### Alojamiento utilizado por las personas encuestadas



Fuente: Pérez, M., sobre la base de encuestas a visitantes, 2020

Se consultó sobre la participación en eventos y actividades programadas de la localidad. En este caso, el 97% de los encuestados manifestó no participar en ninguno de ellos, mientras que solamente el 3% restante participó del Motoencuentro que se realiza en la localidad.

Para finalizar la encuesta, se brindó en forma de pregunta abierta la oportunidad de compartir comentarios y/o sugerencias a los visitantes. Se pudo detectar comentarios positivos haciendo referencia, por un lado, a la buena atención que se brinda por parte de los prestadores de servicios hoteleros de la localidad, además de la tranquilidad de la ciudad. Por otro lado, se propusieron sugerencias sobre mejorar el acceso desde la ruta hacia la localidad, como también que se realice una planificación urbana con continuidad en el tiempo, para asegurar el desarrollo de la localidad y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, contando con una mayor participación de la comunidad local en la planificación de la actividad turística.

Con los resultados obtenidos, se puede afirmar que el perfil del visitante de la ciudad de General Acha se caracteriza por integrar principalmente un segmento de tipo familiar asociado a grupos que promedian las 3 personas con un rango etario de entre 36 a 55 años

principalmente. El nivel educativo predominante es el universitario mientras que la categoría ocupacional de empleados representa a la mayoría de los encuestados.

Se destaca la gran afluencia de visitantes de las provincias del centro y este del país, como son Buenos Aires, Córdoba y Santa Fé, dado que la provincia de La Pampa y la localidad achense se encuentran en un punto intermedio de su trayecto hacia los destinos patagónicos, siendo Bariloche y San Martín de los Andes los más escogidos por los encuestados para vacacionar. El transporte privado representa el medio de desplazamiento más utilizado por los visitantes, que en su mayoría realizan pernoctes de una noche, principalmente en alojamientos hoteleros, con motivo de descanso para luego seguir viaje o para abastecerse de combustible.

A partir de estos resultados, se puede inferir que la ciudad de General Acha es utilizada como una parada técnica para continuar viaje por la Ruta Provincial N°20, conocida localmente como el “camino del desierto”. El trayecto de aproximadamente unos 200 kilómetros une los pueblos de Chacharramendi y 25 de mayo, atravesando en línea recta por ruta, uno de los sectores más áridos de la provincia que carece tanto de concentraciones urbanas como de estaciones de servicio para el abastecimiento. Con lo cual Acha estaría posicionada como un centro de escala dentro del itinerario de los visitantes. En relación con ello, cabe destacar que muchos de los encuestados han destacado la ubicación y los paisajes que se encuentran en la zona, pero desconocen la oferta turística que se encuentra en General Acha. Como se mencionó anteriormente, la gran mayoría de los alojamientos se ubican en cercanía a la entrada del pueblo y sobre la Ruta Nacional N°152, lo que justifica el por qué los visitantes no ingresan a recorrer la ciudad, sumado que el horario estimado de arribo de los mismos es sobre la noche.

## CAPITULO 5: EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO

### 5.1 Evaluación de la Potencialidad Turística de General Acha

Como se ha mencionado anteriormente, en la presente investigación se utilizó la Metodología Integral de Evaluación de la SECTUR (2010). A continuación, se presentan los resultados obtenidos.

#### 5.1.1 Resultados de los cuestionarios

##### 5.1.1.1 Evaluación de recursos turísticos

En primer lugar, se presentan los resultados obtenidos respecto a la evaluación de recursos naturales (Tabla VI).

Tabla VI  
Evaluación de los recursos turísticos naturales

| Atractivos   | Diagnóstico   | Calificación |
|--|---|--------------|
| Áreas para la realización de actividades acuáticas turísticas diversas | Áreas sin contaminación de aguas  | 2            |
| Flora y fauna  | Amplia diversidad de especies de flora y fauna endémica, conservación de hábitats y mínima contaminación en el suelo y aire | 2            |
| Bosques  | Bosques conservados y confiables para las visitas de turísticas   | 2            |
| Valles   | Valles sin erosionar que conservan su biodiversidad   | 2            |
| Áreas de protección de recursos  | Áreas naturales que conservan sus ecosistemas y hábitats, con amplia diversidad de especies de flora y fauna endémicas      | 2            |
| Lagos y lagunas  | Pérdida de volumen de agua y proliferación de líquenes  | 1            |
| <b>Calificación promedio de atractivos</b>                             |   | <b>1,83</b>  |

Fuente: Pérez, M., 2020, sobre la base de SECTUR México, 2010

El recurso natural principal que se presenta en la localidad de General Acha es la “Laguna de Utracán”, declarada en el año 2019 “Reserva Natural Municipal Laguna de Utracán” como parte del Sistema Provincial de Áreas Protegidas, el cual es responsable de cuidar los ecosistemas naturales característicos de la región, permitiendo diferentes usos y asentamientos humanos de acuerdo a su categoría de manejo (La Arena, 2019). En el área se realiza el avistaje de flora y fauna representativos del ambiente pampeano, en un recorrido a través de un sendero de 750 metros, donde se pueden evidenciar más de 130 tipos de aves existentes en el lugar. Respecto a la flora se puede observar los bosques de caldén, chañares, olivillo, sombra de toro y el pastizal de médano.

La laguna se constituye como un típico espejo de agua salitrosa y se encuentra apta para ser utilizada como balneario, como así también para la práctica de deportes náuticos como canotaje, kayak, kitesurf entre otros. En ocasiones, algunas actividades se encuentran limitadas por la variación del volumen del agua que puede presentar la laguna, debido a la alternancia de periodos secos y húmedos. Cabe destacar, que todas estas características naturales que posee la reserva municipal se encuentran relacionadas con la presencia del Valle Argentino, que posibilita el desarrollo de diversos ambientes. Este cordón medanoso se puede apreciar en el camino hacia la reserva municipal por la Ruta Provincial N°9, donde se encuentran distintos puntos panorámicos para la observación del paisaje.

La evaluación de los recursos turísticos culturales se presenta a continuación en la tabla VII.

Tabla VII

**Evaluación de recursos turísticos culturales**

| <b>Atractivos</b>                                | <b>Diagnóstico</b>  | <b>Calificación</b> |
|--|---|---------------------|
| Edificios y monumentos históricos y/o religiosos | Fuerte deterioro en los inmuebles por descuido o abandono                                       | 1                   |
| Ferias y mercados tradicionales                  | Continua realización y autenticidad de ferias típicas y la existencia de mercados tradicionales | 2                   |
| Eventos folklóricos (fiestas anuales)            | Realización de eventos tradicionales y especiales   | 2                   |

|  |   |             |
|--|---|-------------|
| Plantaciones agropecuarias                       | Apertura y disposición de propietarios e instalaciones adecuadas para la visita de turistas | 2           |
| Eventos históricos y religiosos: peregrinaciones | Conservación de eventos históricos y/o religiosos autóctonos                                | 2           |
| Centros científicos y técnicos                   | Apertura y disposición por parte de las instituciones para la visita de turistas            | 2           |
| <b>Calificación promedio de atractivos</b>       |   | <b>1,83</b> |

Fuente: Pérez, M., 2020, sobre la base de SECTUR México, 2010

Respecto a los recursos culturales en la ciudad, se reconocen principalmente los edificios históricos de la época fundacional y las sociedades de socorros mutuos formadas por las primeras familias de inmigrantes, algunos de ellos presentan cierto grado de deterioro. En términos generales, se destaca el patrimonio cultural y arquitectónico que la localidad posee por ser la primera ciudad fundada en el Territorio Nacional de La Pampa.

Los eventos folclóricos representan la mayoría de los diferentes acontecimientos programados que se desarrollan en la localidad. No obstante, se evidencia que las expresiones contemporáneas relacionadas con la gastronomía, las ferias y mercados tradicionales, musicales y danzas típicas, presentan una pérdida progresiva. Respecto a los centros científicos y técnicos, y a las plantaciones agropecuarias, se destacan las instalaciones y producción hortícola del INTA, en donde existe una apertura y disposición de los propietarios para la atención al público.

A partir de las calificaciones obtenidas en las Tablas V y VI, se deduce el promedio aritmético de los recursos turísticos (RT) naturales y culturales. El mismo se presenta a continuación (Fig. 15):

Figura 15

#### Calificación promedio total de los recursos turísticos

$$RT \in [0 \text{ a } 2] = \left[ \frac{1,83+1,83}{2} \right] = 1,83$$

Fuente: Pérez, M., 2020, sobre la base de SECTUR México, 2010



### 5.1.1.2 Evaluación de la planta e infraestructura turística

A continuación, en la tabla VIII, se detalla la evaluación de equipamiento y servicios turísticos.

Tabla VIII  
Evaluación de equipamiento y servicios turísticos

| Alojamiento   | Diagnóstico  | Calificación |
|---|--|--------------|
| Hoteles /Hosterías                                  | Escasa o reducida disponibilidad de hoteles, o los existentes presentan servicios básicos y sin categorización | 1            |
| Cabañas y bungalows                                 | Reducido número de cabañas   | 1            |
| Camping   | Presencia de área de acampe con servicios básicos  | 1            |
| Casas y departamentos en alquiler                   | Ausencia de casas y departamentos de alquiler con servicios básicos  | 0            |
| Estancias rurales                                   | Escasa disponibilidad de hospedaje en establecimientos rurales   | 1            |
| <b>Calificación promedio de alojamiento</b>         |  | <b>0,8</b>   |
| Alimentación  | Diagnóstico  | Calificación |
| Restaurantes  | Adecuado número de restaurantes con variedad de alimentos y alta calidad de higiene                            | 2            |
| Restaurantes de comida típica                       | Ausencia de restaurantes   | 0            |
| Parrillas   | Reducida variedad de parrillas   | 1            |
| Restaurantes de comida rápida                       | Adecuado número de restaurantes de comida rápida   | 2            |
| Establecimientos con servicio de envíos a domicilio | Variedad de servicios con envíos a domicilio   | 1            |
| <b>Calificación promedio de alimentación</b>        |  | <b>1,20</b>  |
| Esparcimiento                                       | Diagnóstico  | Calificación |
| Clubes deportivos                                   | Clubes deportivos con amplia   | 2            |

|   |   |                     |
|---|---|---------------------|
|   | variedad de actividades con disponibilidad de infraestructura e instalaciones             |                     |
| Locales comerciales                           | Amplia disponibilidad y variedad de locales comerciales                                   | 2                   |
| Espacios verdes                               | Amplia oferta de espacios verdes no contaminados  | 2                   |
| Bares y discotecas                            | Establecimientos con servicios básicos y calidad baja                                     | 1                   |
| Venta de artesanías                           | Deficiente oferta de artesanías regionales típicas  | 1                   |
| Centros comerciales                           | Ausencia de centros comerciales   | 0                   |
| Balnearios                                    | Balneario con espacio y servicios básicos   | 2                   |
| Cine  | Falta de cines  | 0                   |
| Teatros                                       | Sala sin modernizar con falta de flexibilidad de horarios, eventos y servicios            | 1                   |
| Actividades de avistaje de flora y fauna      | Reducida oferta de actividades de observación de la naturaleza                            | 1                   |
| Eventos recreativos                           | Amplia y continua programación de eventos, torneos y actividades atractivas para turistas | 2                   |
| <b>Calificación promedio de esparcimiento</b> |   | <b>1,27</b>         |
| <b>Otros</b>                                  | <b>Diagnóstico</b>  | <b>Calificación</b> |
| Guías especializados                          | Reducido número y/o deficiencia en los servicios guías especializados                     | 1                   |
| Agencias de viajes                            | Ausencia de agencias de viaje   | 0                   |
| Información turística                         | Servicios eficientes de información turística con reducido personal idóneo                | 1                   |
| <b>Calificación promedio de otros</b>         |   | <b>0,66</b>         |

Fuente: Pérez, M., 2020, sobre la base de SECTUR México, 2010

Con la información obtenida a través del trabajo de campo, se puede concluir un diagnóstico positivo respecto a la calidad del equipamiento de la localidad. Si bien, el

servicio de alojamiento es reducido y ofrece servicios básicos, se considera adecuado para el nivel de desarrollo que la localidad posee en estos momentos. Se repite la situación en la oferta gastronómica, destacándose la variedad de establecimientos, platos y servicios.

Los espacios y servicios de esparcimiento son variados entre los que se destacan los locales comerciales, clubes deportivos, espacios verdes, bares y discotecas. A su vez, la ciudad cuenta con dos teatros, los cuales presentan shows en distintas épocas del año y se encuentran relacionados, en la mayoría de los casos, con los eventos programados que se realizan en la ciudad a lo largo del año. El balneario de la laguna posee servicios básicos para los visitantes como son parrillas, mesas, piscinas y una proveeduría. También, se pueden realizar actividades en contacto con la naturaleza, como es el senderismo y el avistaje de observación de flora y fauna dentro del Reserva Natural Municipal, y los deportes náuticos en el área de la costanera.

La ciudad posee una oficina de informes turísticos ubicada estratégicamente en la Ruta Nacional N°152 y se encuentra abierta durante todo el año, pero con reducido personal idóneo. Las actividades de observación en la laguna cuentan con guías locales, conocedores del lugar y de las especies de flora y fauna que se pueden encontrar en el área.

La calificación final del equipamiento y servicios turísticos, se deduce de la media aritmética de los cuatro componentes detallados en la Tabla VII, alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios (Fig. 16).

**EST**  $\in$  [0 a 2]; calificación promedio total del equipamiento y servicios turísticos

Figura 16

**Calificación promedio total del equipamiento y servicios turísticos**

$$\mathbf{EST} \in [0 \text{ a } 2] = \left[ \frac{0,8+1,20+1,27+0,66}{4} \right] = \mathbf{0,98}$$

Fuente: Pérez, M., 2020, sobre la base de SECTUR México, 2010

### 5.1.1.3 Evaluación de instalaciones y servicios turísticos

En la tabla IX, se presenta la evaluación de las instalaciones y los servicios turísticos que la ciudad posee.

Tabla IX  
Evaluación de instalaciones y servicios turísticos

| Instalaciones  | Diagnósticos  | Calificación |
|--|---|--------------|
| Museos   | Museos pequeños con deterioro y falta de mantenimiento.   | 1            |
| Centros culturales   | Reducida cobertura de temas culturales locales en los centros   | 1            |
| Bibliotecas y hemerotecas  | Amplia variedad de libros y periódicos con atención de empleados conocedores de los temas.  | 2            |
| Fábricas   | Actitud cordial y hospitalaria de los propietarios y operadores con los visitantes  | 2            |
| Zonas de campamento  | Zonas de campamento establecidas en lugares de bajo impacto para el medio ambiente natural y con mínimas modificaciones en el entorno | 2            |
| Palapas  | Reducido número de palapas  | 1            |
| Instalaciones para actividades deportivas (gimnasios y canchas deportivas) | Amplio número de instalaciones para actividades deportivas e instructores   | 2            |
| Instalaciones para actividades terapéuticas y de salud                     | Ausencia de construcciones para ofrecer actividades terapéuticas y de salud   | 0            |
| <b>Calificación promedio de instalaciones</b>                              |   | <b>1,37</b>  |

Fuente: Pérez, M., 2020, sobre la base de SECTUR México, 2010

En relación a las instalaciones y servicios turísticos, la ciudad cuenta con bibliotecas públicas con una amplia variedad de libros, un centro cultural y un museo que ofrece un recorrido por la historia fundacional de General Acha. Para la realización de actividades deportivas, la localidad achense posee un amplio número de instalaciones, como gimnasios, natatorios, circuitos saludables y canchas deportivas distribuidas en los clubes y diferentes

espacios verdes. En cuanto a las instalaciones para actividades terapéuticas y de salud, son nulas. Por su parte, las fábricas de vinos que se presenta en la ciudad permiten la visita de turistas a su establecimiento de producción.

La ciudad cuenta con zonas de camping los cuales poseen servicios básicos para los turistas, como son las duchas, baños, parrillas, mesas, y zona de juegos infantiles. Las mismas se encuentran distribuidas en distintos puntos de la localidad, como por ejemplo el Parque Campos sobre Ruta Nacional N°152, luego también sobre la vera de la ruta nacional se encuentra la zona de acampe que brinda CO.SE.GA, en cercanía de la estación de servicios de Pampetrol y por último en el balneario de la laguna de Utracán, que aparte de los servicios básicos, ofrece la posibilidad de utilizar el balneario y las palapas que se encuentran establecidas en las costas, aunque cabe destacar que en las actualidad se encuentran descuidadas.

El resultado de la calificación de instalaciones y servicios turísticos se resume en la figura 17:

$IST \in [0 \text{ a } 2]$ ; calificación promedio total de las instalaciones y servicios turísticos

Figura 17

#### Calificación promedio total de las instalaciones y servicios turísticos

$IST \in [0 \text{ a } 2] = 1,37$

Fuente: Pérez, M., 2020, sobre la base de SECTUR México, 2010

#### 5.1.1.4 Evaluación de infraestructura general y turística

En la siguiente tabla (Tabla X) se presenta la evaluación de infraestructura general y turística.

Tabla X

#### Evaluación de infraestructura general y turística

| Transporte terrestre | Diagnóstico   | Calificación |
|----------------------|---|--------------|
| Vías carreteras      | Existencia de carreteras de doble circulación con insuficiente cobertura y falta de mantenimiento | 1            |
| Red de calles        | Mínima red de calles y avenidas con una baja cobertura  | 1            |
| Terminales de        | Centrales con servicios generalizados,  | 1            |

|   |  |                     |
|---|--|---------------------|
| autobuses   | masivos y deficientes  |                     |
| Señalización  | Existencia de señalamientos insuficientes  | 1                   |
| Servicios (transportes, abasto de combustible, talleres mecánicos, cafeterías, sanitarios y auxilio vial) | Servicios de transporte, abastecimiento, reparación, alimentación, sanidad y auxilio vial con deficiencias en variedad, categorización, disponibilidad y calidad | 1                   |
| <b>Calificación promedio de transporte terrestre</b>  |  | <b>1</b>            |
| <b>Transporte aéreo</b>   | <b>Diagnóstico</b>   | <b>Calificación</b> |
| Aeropuertos   | Ausencia de aeropuertos  | 0                   |
| Aeródromos  | Aeródromos pequeños y/o precarias instalaciones  | 1                   |
| Servicios (hangares taller de reparación, comercio, cafeterías, sanitarios)                               | Carencia de servicios de transporte aéreo  | 0                   |
| <b>Calificación promedio transporte aéreo</b>   |  | <b>0,33</b>         |
| <b>Comunicaciones</b>   | <b>Diagnósticos</b>  | <b>Calificación</b> |
| Infraestructura de comunicación (oficinas de correos, centrales telefónicas)                              | Oficinas y correos con amplia cobertura, así como operatividad funcional y eficiente   | 2                   |
| Servicios (distribución de cartas, telefonía, internet, trasferencia electrónica de información)          | Servicios de distribución y transferencia de información con amplio acceso a las redes internacionales   | 2                   |
| <b>Calificación promedio de comunicaciones</b>  |  | <b>2</b>            |
| <b>Salud</b>  | <b>Diagnósticos</b>  | <b>Calificación</b> |
| Hospitales  | Hospital público con atención médica en consultas generales y hospitalización  | 2                   |
| Servicios (médicos, paramédicos, ambulatorios)  | Deficientes servicios médicos  | 1                   |
| <b>Calificación promedio de salud</b>   |  | <b>1,5</b>          |
| <b>Servicios urbanos</b>  | <b>Diagnóstico</b>   | <b>Calificación</b> |
| Abastecimiento de   | Servicios eficientes con amplia cobertura  | 2                   |

|  |   |                     |
|--|---|---------------------|
| agua   | en las redes de abasto de agua  |                     |
| Red de drenaje   | Limitada red de drenaje y alcantarillado  | 1                   |
| Recolección de basura  | Eficiente servicio de recolección y disposición de basura y desechos sólidos  | 2                   |
| <b>Calificación promedio de servicios urbanos</b>            |   | <b>1,66</b>         |
| <b>Energía</b>   | <b>Diagnóstico</b>  | <b>Calificación</b> |
| Red eléctrica (abastecimiento doméstico y alumbrado público) | Abasto oportuno y confiable energía eléctrica   | 2                   |
| Abastecimiento de combustible (estaciones de gas)            | Suficiente abasto de gasolina y gas.  | 2                   |
| <b>Calificación promedio de energía</b>                      |   | <b>2</b>            |
| <b>Infraestructura turística.</b>                            |   |                     |
| <b>Infraestructura turística</b>                             | <b>Diagnóstico</b>  | <b>Calificación</b> |
| Accesos especiales a destinos turísticos                     | Existencia de caminos rurales y carreteras de doble circulación en estado de deterioro, para el acceso a destinos turísticos. | 1                   |
| Señalización turística                                       | Insuficiente señalización.  | 1                   |
| Oficinas de información turística                            | Reducido número de oficinas de información turística.   | 1                   |
| <b>Calificación promedio de infraestructura turística</b>    |   | <b>1</b>            |

Fuente: Pérez, M., 2020, sobre la base de SECTUR México, 2010

En relación a la infraestructura general, la vía principal de acceso a la ciudad de General Acha está asociada a la Ruta Nacional N°152, la cual se encuentra pavimentada y en buen estado de mantenimiento, al igual que las instalaciones de la terminal de ómnibus de la cual parten los servicios de distintas empresas con múltiples destinos, entre los que se destacan la Patagonia, provincia de Buenos Aires y diversas localidades de La Pampa. Cabe señalar que la red de calles de la localidad, es adecuada para el tráfico intenso que se presenta en el verano con la llegada de los turistas, aunque la señalización y señalética turística es insuficiente y no cuenta con mantenimiento. Por otro lado, el transporte aéreo se diagnostica con ausencia, debido a que la ciudad cuenta con un aeródromo de pequeña

dimensión. En cuanto a los servicios de comunicaciones, energía, salud y urbanos cuentan con suficiente y eficiente abastecimiento, las calificaciones obtenidas resultaron positivas.

Por su parte, en la infraestructura turística, los accesos a la Laguna de Utracán por la ruta provincial N°9 se encuentran en estado aceptable, aunque presentan ciertas curvas que podrían resultar dificultosas para los visitantes que no son precavidos o no conocen el camino, al igual que se presentan muchos ciclistas locales que realizan trayectos hacia la misma sobre el pavimento que corresponde a los automóviles. Respecto a la OIT, cabe destacar que la misma trabaja en horario cortado de mañana y tarde, ampliando el horario hacia el atardecer en época de verano.

A partir de la calificación de la infraestructura general y turística, se deduce del promedio aritmético del transporte terrestre y aéreo, comunicaciones, salud, servicios urbanos, energía e infraestructura terrestre (Fig. 18):

$IT \in [0 \text{ a } 2]$ ; calificación promedio total de la infraestructura turística

Figura 18

#### Calificación promedio total de la infraestructura turística

$$IT \in [0 \text{ a } 2] = \left[ \frac{1+0,83+2+1,5+1,66+2+1}{7} \right] = 1,35$$

Fuente: Pérez, M., 2020, sobre la base de SECTUR México, 2010

#### 5.1.1.5 Evaluación de mercado turístico

Por último, se presenta la evaluación del mercado turístico (Tabla XI).

Tabla XI

#### Evaluación de mercado turístico

| Afluencia turística                     | Diagnóstico   | Calificación |
|---|---|--------------|
| Recreacionistas y turistas de la región | Visitas ocasionales   | 1            |
| Turistas nacionales                     | Visitas mayormente ocasionales y/o de paso por encontrarse en trayectoria hacia otros destinos. | 1            |
| Turistas internacionales                | Ausencia de turistas  | 0            |



|   | internacionales.                              |              |
|---|---|--------------|
| Estadía estimada promedio                                     | Diagnóstico                                   | Calificación |
| Turistas locales  | Estadía entre una y dos noches                | 1            |
| Turistas nacionales   | Estadía entre una y dos noches                | 1            |
| Turistas internacionales                                      | Turistas internacionales sin pernoctar        | 0            |
| <b>Calificación promedio de afluencia turística</b>           |   | <b>0,66</b>  |
| Publicidad y comercialización                                 | Diagnóstico                                   | Calificación |
| Organismo promotor  | Organismo provincial.                         | 1            |
| Publicidad regional   | Publicidad provincial compartida y ocasional. | 1            |
| Publicidad nacional   | Falta de publicidad nacional.                 | 0            |
| Comercialización  | Falta de canales de comercialización          | 0            |
| <b>Calificación promedio de publicidad y comercialización</b> |   | <b>0,50</b>  |

Fuente: Pérez, M., 2020, sobre la base de SECTUR México, 2010

En el mercado turístico de la ciudad General Acha, como se ha expresado anteriormente en el análisis de las encuestas realizadas a los visitantes, predominan turistas que se encuentran de paso hacia otros destinos turísticos, utilizando la ciudad como centro de escala. Si bien, se cuenta con turistas regionales y nacionales, sus visitas son con estadías promedio de una noche; por otro lado, no se ha identificado afluencia de turistas internacionales.

Respecto a la difusión y promoción turística de la ciudad, la Oficina de Turismo de la Municipalidad trabaja en conjunto con la Secretaría de Turismo del Gobierno, para fomentar la afluencia turística en la zona, a través de folletería y publicitando en la página web del gobierno las actividades que se pueden realizar en el lugar. Actualmente, se está focalizando la atención en el área protegida de la Laguna de Utracán por la variedad de especies de aves que la misma posee, por lo que se unieron a estos dos organismos, el Museo de Historia Natural de la provincia de La Pampa, Áreas protegidas, Fundación AZARA y Aves Argentinas para promocionar en folletería los principales ambientes que se

pueden encontrar en la misma. Cabe destacar que los eventos programados son difundidos por las redes sociales de la Municipalidad y la página de Facebook de turismo de la ciudad.

Finalmente, la puntuación referida a la demanda, teniendo en cuenta la afluencia turística y la publicidad y comercialización, resulta del siguiente valor (Fig.19):

$D \in [0 \text{ a } 2]$ ; calificación promedio total la demanda por servicios turísticos

Figura 19

### Calificación promedio total de la demanda por servicios turísticos

$$D \in [0 \text{ a } 2] = \left[ \frac{0,66+0,50}{2} \right] = 0,58$$

Fuente: Pérez, M., 2020, sobre la base de SECTUR México, 2010

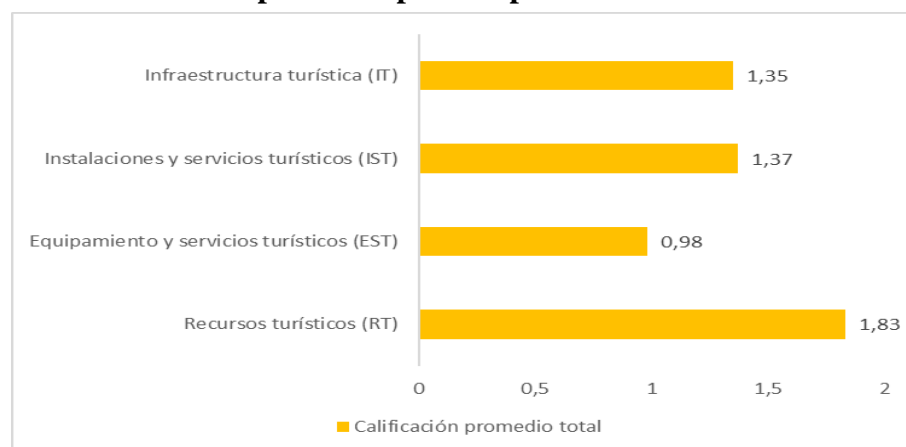
## 5.1.2 Índice de potencialidad turística de la localidad de General Acha

### 5.1.2.1 Calificación ponderada total de la oferta turística

En el siguiente gráfico (Fig. 20) se presentan las calificaciones promedio de los componentes de la oferta turística, según los resultados obtenidos en los cuestionarios presentados anteriormente. Por último, se presenta el cálculo de potencialidad de la oferta turística de la ciudad (Fig. 21).

Figura 20

### Calificación promedio por componente de la oferta turística



Fuente: Pérez, M., 2020, sobre la base de SECTUR México, 2010.

Figura 21

**Calificación de la oferta**

$$O = 0.4 RT + 0.2 EST + 0.2 IST + 0.2 IT$$

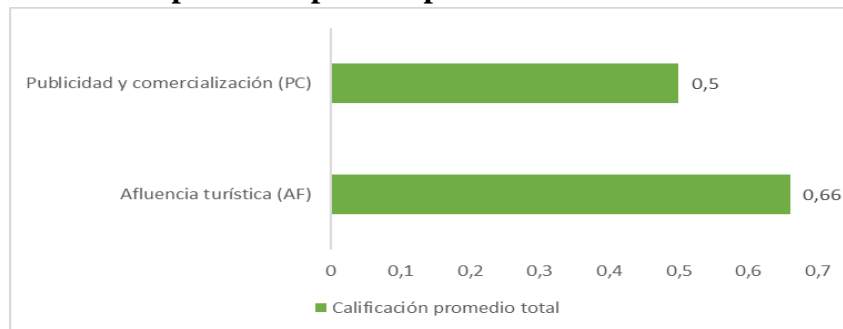
$$O = 0,4 \times 1,83 + 0,2 \times 0,98 + 0,2 \times 1,37 + 0,2 \times 1,35 = 1,47$$

Fuente: Pérez, M., 2020, sobre la base de SECTUR México, 2010.

**5.1.2.2 Calificación ponderada total de la demanda turística**

En este apartado, se detallan las calificaciones promedio (Fig. 22), de los componentes de la demanda turística y luego se realiza el cálculo de potencialidad de la demanda turística de la ciudad (Fig.23).

Figura 22

**Calificación promedio por componente de la demanda turística**

Fuente: Pérez, M., 2020, sobre la base de SECTUR México, 2010

Figura 23

**Calificación de la demanda**

$$D = \frac{AF + PC}{2}$$

$$D = \left[ \frac{0,66 + 0,50}{2} \right] = 0,58$$

Fuente: Pérez, M., 2020, sobre la base de SECTUR México, 2010.

**5.1.3 Mapa de potencialidad turística**

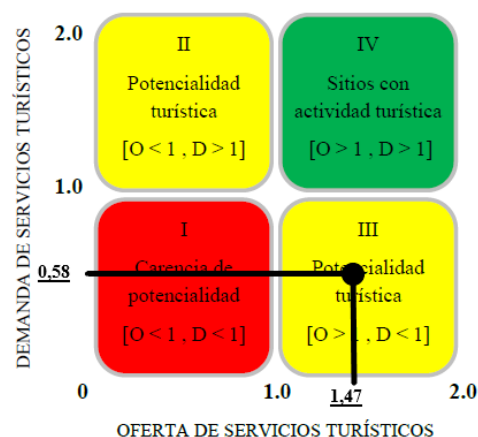
Los resultados obtenidos luego de la evaluación realizada, permiten concluir que la ciudad de General Acha posee potencial para el desarrollo de productos turísticos que integren sus recursos naturales y culturales. Las coordenadas obtenidas del Índice de Potencialidad

Turística de General Acha y su área de influencia son  $O=1,47$  y  $D=0,58$  (Fig. 24). Estos resultados permiten ubicar a la ciudad dentro del tercer cuadrante del Mapa de Potencialidad Turística, lo cual se explica en función de las características que presenta la oferta turística de la ciudad en relación a la demanda.

En este sentido, se refleja que el área de estudio tiene recursos turísticos para ofrecer a los visitantes, destacándose a partir del criterio de evaluación empleado los recursos naturales representados por la laguna, valles y flora y fauna de la zona, como también los recursos culturales, en los cuales predominan los eventos programados anuales, las edificaciones y monumentos históricos, y los centros científicos y técnicos. El equipamiento, instalaciones e infraestructura es adecuada para el desarrollo de la actividad, debido a que se presentan variedad de alojamientos y servicios esenciales en buen estado para los visitantes. Finalmente, las limitaciones se enfrentan en la demanda, dado que no se presenta la suficiente afluencia de turistas, debido a que el motivo principal de arribo a la ciudad se relaciona con el abastecimiento en las estaciones de servicio y el descanso para seguir viaje, sin interesarse en la oferta turística de la zona. En este sentido, es necesario profundizar en el conocimiento de las preferencias y necesidades de los visitantes, para adecuar los productos turísticos a los requerimientos de la demanda.

Figura 24

### Localización de General Acha en el mapa de potencialidad turística.



Fuente: Pérez, M., 2020, sobre la base de SECTUR México, 2010

## CAPITULO 6: PERCEPCIÓN TURÍSTICA DE LOS RESIDENTES DE GENERAL ACHA

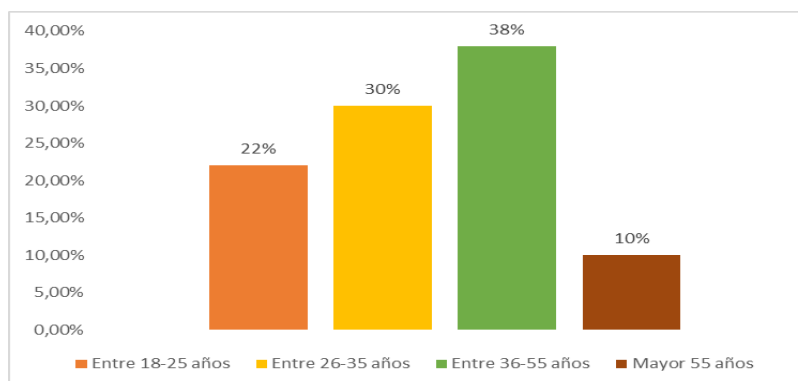
### 6.1 Análisis de la percepción turística de la comunidad local

Para analizar la percepción turística de los residentes de la localidad de General Acha se realizaron, de forma remota a través de formularios de Google, un total de 319 de encuestas, de las cuales 210 corresponden al género femenino, 108 al masculino y 1 a otro (categoría no binaria).

En cuanto al perfil sociodemográfico de la muestra obtenida, se recoge información respecto a la edad, ocupación y nivel de educación. Respecto a los grupos etarios (Fig. 25), se evidenció que el segmento de *entre 36 y 55 años* obtuvo el mayor porcentaje con el 38% del total, seguido con el 30% los encuestados que representan *entre 26 y 35 años*. En tercer lugar, el segmento de *entre 18 y 25 años* presentó 22% y, por último, con el 10% los *mayores de 55 años*.

Figura 25

#### Edad de los residentes encuestados



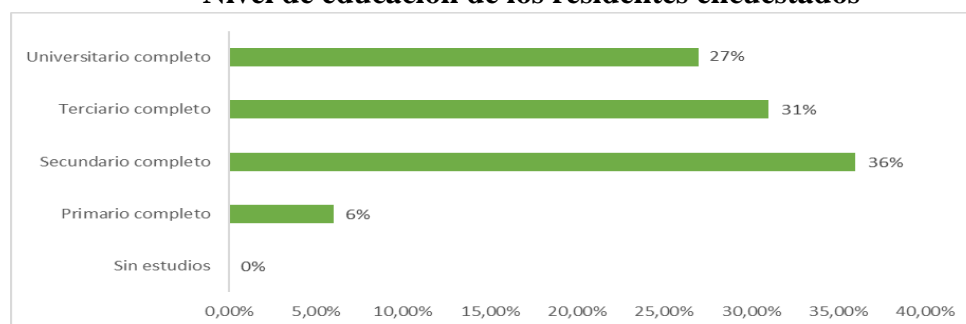
Fuente: Pérez, M., sobre la base de cuestionarios a residentes, 2020.

Respecto al nivel de educativo, del total de la muestra se constata en la figura 26, que el 36% de los residentes encuestados posee el *secundario completo*. Continúa en orden de categoría *terciario completo* con el 31%, el *universitario completo* alcanzó un 27% del total de la muestra dejando al segmento de *primario completo* con el 6%. Por otra parte, el componente *sin estudios* no obtuvo participación.

Respecto a la ocupación de los encuestados (Fig. 27), la categoría *empleado* representa un 30% del total, seguido por los componentes de *docente* y *profesional* con un 24% y 22% respectivamente. Le continúa en orden la categoría *estudiante* con el 17% y en menor medida con el 4% la clasificación *ama de casa* y, por último, el segmento *jubilado* con el 3%.

Figura 26

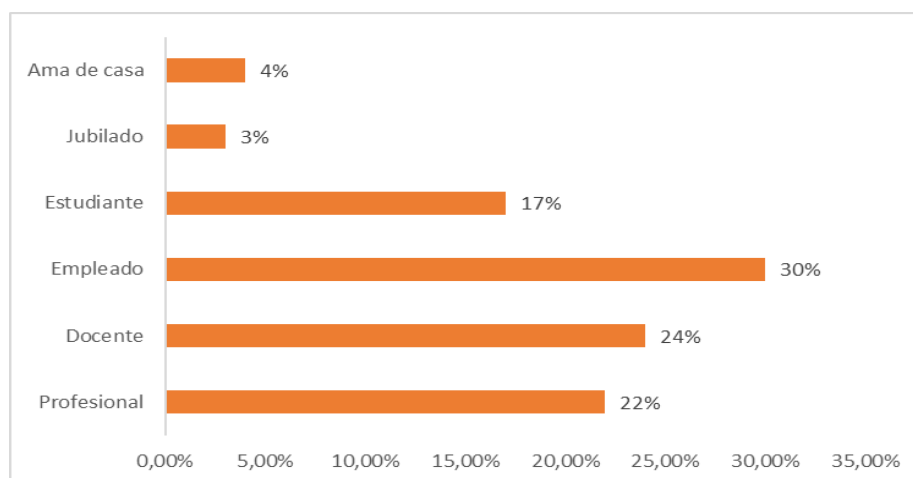
### Nivel de educación de los residentes encuestados



Fuente: Pérez, M., sobre la base de cuestionarios a residentes, 2020.

Figura 27

### Ocupación de los residentes encuestados



Fuente: Pérez, M., sobre la base de cuestionarios a residentes, 2020.

A continuación, en la tabla XII, se detallan los resultados obtenidos sobre las preguntas relacionadas a la percepción del desarrollo de la actividad turística de los residentes de la localidad.

Tabla XII

**Percepción del desarrollo de la actividad turística de los residentes de General Acha**

| Variable   | Respuesta  | Porcentaje |
|--|--|------------|
| ¿Cree que la ciudad de General Acha cuenta con recursos para el desarrollo de la actividad turística?            | Sí   | 71 %       |
|  | No   | 29 %       |
| ¿Ha participado en las actividades turístico-recreativas que se realizan en la ciudad?                           | Sí   | 73 %       |
|  | No   | 27 %       |
| En caso de respuesta afirmativa, seleccione en cuales de las siguientes actividades ha participado alguna vez:   | Encuentro de Motoqueros  | 30%        |
|  | Fiesta Provincial del Ternero, la Yerra y el Pial (Fiesta de Los Vascos) | 34 %       |
|  | Gran Desafío Vuelta del 15   | 17%        |
|  | Avistaje de Aves en la Laguna de Utracán                                 | 9 %        |
|  | Otros  | 10 %       |
| ¿Ha interactuado con un turista alguna vez?  | Sí   | 84 %       |
|  | No   | 16 %       |
| ¿Cree tener el conocimiento necesario de la oferta turística de Acha como para informar y orientar a un turista? | Sí   | 22 %       |
|  | No   | 41 %       |
|  | Tal vez  | 37 %       |
| ¿Le interesaría participar de actividades/jornadas de capacitación sobre la oferta turística de la localidad?    | Sí   | 74%        |
|  | No   | 26%        |
| ¿Cuáles cree que son los componentes más importantes para el desarrollo de la actividad turística?               | Difusión e información de la oferta turística                            | 38 %       |
|  | Personal capacitado  | 28 %       |
|  | Presencia de Atractivos/recursos turísticos                              | 34 %       |
|  | Otro   | 0%         |

Fuente: Pérez, M., sobre la base de cuestionarios a residentes, 2020.

Como primera aproximación a la percepción de los residentes en cuanto a la actividad turística, se pudo verificar que un 71% de los encuestados afirman que la ciudad achense cuenta con recursos para el desarrollo de la actividad turística, siendo el 29% restante quienes aseguran lo contrario. Se realizó una pregunta abierta a aquellos que creen que General Acha posee recursos para la actividad turística, para identificar cuáles son los recursos que los encuestados tienen en consideración. En este sentido, en la gran mayoría de las respuestas se destacó la Laguna de Utracán, el Valle Argentino y el patrimonio edilicio, mientras que otros encuestados agregaron la ubicación estratégica de la localidad y la calidad y variedad del servicio hotelero. Se constataron respuestas tales como:

*“Laguna Utracán. Ciudad de pasó a la Patagonia argentina. Flora y fauna local (falta desarrollar el patrimonio local)”* (Anónimo, 2020).

*“Valle Argentino, balneario Utracán, casa de cultura, Ceferino y Cristo por sus vistas panorámicas, Escuela Técnico agropecuaria por su producción, plazas, monumentos, Parque Campos y muchos más...”* (Anónimo, 2020).

*“Ciudad intermedia en viaje al sur. Se puede descansar y visitar la antigua Estación y Museo del Ferrocarril, el Parque Campos con Camping, la primera Iglesia de La Pampa de magnífica arquitectura. El monumento a Ceferino Namuncura, desde donde se puede apreciar toda la ciudad. Cuenta a sólo diez kilómetros con un balneario de aguas con propiedades curativas (Utracán). Ofreciendo, en materia hotelera, una muy buena oferta.”* (Anónimo, 2020).

*“Es la segunda ciudad de la provincia en capacidad hotelera. Tiene lugares históricos para recorrer, además hay dos parques eólicos, un balneario que es reserva natural, se realiza también Avistaje de aves. A su vez cuenta con el Valle Argentino caracterizado por sus médanos que hacen un paisaje inigualable. Tiene el monte del caldenal, estancias turísticas, etc.”* (Anónimo, 2020).

Se consultó a su vez, haciendo referencia a las actividades turístico-recreativas que se desarrollan en la localidad, que un 73 % afirman haber participado en ellas, mientras que el restante 27 % no ha realizado ninguna participación. En relación con ello, se ha detectado



que el 34 % de los encuestados han concurrido a la Fiesta Provincial del Ternero, la Yerra y el Píal, conocida localmente como la *Fiesta de Los Vascos*, seguido con un 30% el *encuentro de motoqueros* que se realiza en el mes de marzo en la ciudad. En tercer lugar, con el 17% el Gran Desafío Vuelta del 15, luego el avistaje de aves en la Laguna de Utracán posee un 9 % de votaciones y por último 10 % de las encuestados afirman haber participado en otros eventos programados.

Por otra parte, un 84% de los encuestados afirman haberse encontrado con la oportunidad de interactuar con algún turista, pero solo el 22 % considera estar preparado para informar o ayudar a alguno de ellos, mientras que un 41% no cree estar en condiciones para esto y un 37% opina que tal vez lo esté. Para conocer el motivo de sus respuestas se realizó una pregunta abierta, en la cual numerosos encuestados han mencionado que son residentes desde hace años en la ciudad y el haber participado de las actividades que se han ofrecido los ha favorecido para poder ayudar a los visitantes. En las respuestas negativas han coincidido la gran mayoría con los siguientes comentarios: “por falta de información”, “no hay mucha difusión de las actividades que se realizan” y “falta de capacitación”.

Luego se les consultó cuáles de los componentes mencionados creen que son los más importantes para el desarrollo de la actividad turística; el componente más votado con un 38% fue la difusión e información de la oferta turística, seguido por el 34%, la presencia de atractivos/recursos y, en tercer lugar, con un 28% personal capacitado. Como último criterio de sondeo sobre el interés de los residentes en participar de actividades/jornadas de capacitación sobre la oferta turística de la localidad, se obtuvo un 74% de respuestas afirmativas mientras que el 26% pertenece a encuestados no interesados.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos sobre la última sección de la encuesta en la cual se indaga en el grado de acuerdo de los residentes respecto a una serie de afirmaciones referidas a la actividad turística en la ciudad.

Tabla XIII

**Percepción de los efectos del turismo en General Acha**

| VARIABLE   | GRADO DE ACUERDO |                   |                                    |
|--|------------------|-------------------|------------------------------------|
|  | De acuerdo (%)   | En desacuerdo (%) | Ni de acuerdo ni en desacuerdo (%) |
| Los residentes deberían participar en el proceso de planificación de la actividad turística. | 69%              | 2%                | 29%                                |
| El turismo produce un sentimiento de pertenencia en los habitantes de la localidad.          | 78%              | 2%                | 20%                                |
| La actividad turística promueve el desarrollo en la localidad.                               | 94%              | 2%                | 4%                                 |

Fuente: Pérez, M., sobre la base de cuestionarios a residentes, 2020.

En la primera afirmación se hace referencia al involucramiento de los residentes en el proceso de la planificación de la actividad turística. El 69% está de acuerdo con la participación en la planificación, seguido por un 29% que no está de acuerdo ni en desacuerdo con que los mismos estén involucrados y por último un 2% no está de acuerdo con la afirmación.

Respecto a la afirmación si el turismo genera en los habitantes de la localidad un sentimiento de pertenencia, el 78% está de acuerdo con la afirmación, el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 2% no se encuentra de acuerdo. Por último, el 94% de los encuestados está de acuerdo que la actividad turística promueve el desarrollo en la localidad, el 4% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y solo un 2% no está de acuerdo.

En conclusión, se puede detectar que los residentes perciben de manera positiva los beneficios que la actividad turística puede aportar en la localidad, coincidiendo que la misma posee la presencia de recursos y acontecimientos programados, al igual que la variedad de servicios para acompañar a los visitantes durante su estadía. Sin embargo, por más que muchos conocen y participan de las actividades que se brindan en la ciudad, la mayoría de los encuestados no creen estar en condiciones para interactuar con los

visitantes, remarcando la falta de información y difusión de la oferta turística, generando que no puedan actuar como informantes turísticos. Esto se debe a que los habitantes naturalizan la llegada de turistas a los emprendimientos privados hoteleros y gastronómicos a la vera de la Ruta Nacional N°152, sintiéndose ajenos a esta actividad. Se observaría en estas respuestas, una necesidad explícita de intervención de políticas municipales para la gestión de la actividad turística.

Por otro lado, coinciden con la afirmación que el turismo genera un sentimiento de pertenencia, se evidencia el interés de participar en las actividades de planificación y el apoyo para que la misma se desarrolle de una manera más eficiente en la localidad. En este sentido, los resultados permiten señalar que los residentes tienen una actitud y percepción favorable hacia el desarrollo de la actividad turística.

## CAPÍTULO 7: DIAGNÓSTICO Y RECOMENDACIONES

### 7.1. Matriz FODA

En la tabla XIII se aplicó la matriz FODA, con fines de presentar un diagnóstico sintético de los aspectos internos y externos que potencian y/o limitan el desarrollo turístico del área de estudio.

Tabla XIV

#### Matriz FODA

| ASPECTOS INTERNOS  | ASPECTOS EXTERNOS   |
|--|---|
| FORTALEZAS   | OPORTUNIDADES   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Variedad de acontecimientos programados durante todo el año.</li> <li>- Existencia de infraestructura y equipamiento turístico en buen estado que permite la estadía de los visitantes.</li> <li>- Buen mantenimiento del acceso al punto turístico de la Laguna de Utracán.</li> <li>- Presencia de áreas verdes para el desarrollo de actividades de esparcimiento.</li> <li>- Existencia de zonas de campings con adecuados servicios para los visitantes.</li> <li>- Ubicación estratégica de la Oficina de Turismo sobre la vera de la Ruta Nacional N°152.</li> <li>- Diversidad de alojamientos hoteleros y gastronómicos para el</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Integra el portal de ingreso a la Patagonia Argentina debido a su ubicación geográfica.</li> <li>- Excelente conectividad de la ciudad a través de la Ruta Nacional N°152</li> <li>- Promoción del turismo interno a nivel nacional.</li> <li>- Fomento de llegada de turistas internacionales debido a la devaluación monetaria nacional.</li> <li>- Aumento de la demanda debido a la implementación de feriados puente durante los fines de semana.</li> <li>- Impulso y fomento al turismo por parte de la provincia.</li> <li>- Tramitación a través de organismos nacionales de fondos para la conservación de lugares históricos.</li> <li>- Debido a la situación COVID-19 se ha reflejado el incremento de</li> </ul> |

| <p>nivel de turismo actual.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Producción local de emprendimientos gastronómicos.</li> <li>- Percepción positiva de los ciudadanos sobre el desarrollo de la actividad turística.</li> <li>- Transmisión de los eventos programados a través de las redes sociales municipales en época de pandemia.</li> <li>- Presencia de las primeras edificaciones relacionadas a la historia fundacional de la provincia.</li> <li>- Conservación de la flora y fauna para actividades de avistaje.</li> </ul> | <p>turistas que optaron por viajar en destino nacionales y/o cercanos a su lugar de residencia.</p>  |
|--|--|
| DEBILIDADES  | AMENAZAS   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de promoción y difusión de la ciudad como destino turístico.</li> <li>- Carencia de estudios sobre la demanda turística que permiten analizar su comportamiento y preferencias.</li> <li>- Señalética turística insuficiente y en mal estado de conservación.</li> <li>- Escasa formación y capacitación de algunos prestadores de servicios turísticos.</li> <li>- Desactualización y falta de</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cercanía a otros destinos turísticos que poseen mayor reconocimiento.</li> <li>- Inestabilidad política.</li> <li>- Falta de interés de los visitantes en recorrer la localidad.</li> <li>- Falta de inversiones por parte de la provincia en el sector turístico de la ciudad.</li> <li>- Medidas sanitarias de escala municipal que afectan la circulación y visitación en la Laguna de Utracán.</li> </ul> |

|   |  |
|---|--|
| aplicación del plan de ordenamiento territorial |  |
|---|--|

Fuente: Pérez, M. 2021.

## **7.2. Directrices para el desarrollo de la actividad turística.**

Teniendo en cuenta la evaluación de potencialidad y diagnóstico de la situación actual de General Acha, se propone una serie de directrices para el desarrollo de la actividad turística en la localidad. Estas propuestas se encuentran destinadas a fortalecer la oferta turística de la ciudad, las cuales serían implementadas por el municipio de la localidad en conjunto con el sector privado.

- ***Formación y capacitación para prestadores de servicios turísticos.***

Una de las debilidades que se identifica en la actividad turística del área de estudio, se relaciona con la escasa formación que poseen los prestadores de servicios turísticos. Es indispensable formar un grupo de recursos humanos que pueda interactuar con los turistas, respondiendo diferentes consultas, satisfaciendo sus necesidades e informando sobre la oferta turística de la ciudad, por lo que, este lineamiento busca optimizar la calidad de atención a los visitantes, alentando el regreso de los mismos. En este sentido, se propone brindar capacitaciones a todas las personas involucradas en la actividad turística de la ciudad, como son los rubros de hotelería, gastronomía, guías e informantes de la oficina de turismo de la localidad, con el fin de perfeccionar los servicios de atención.

- ***Sensibilización turística.***

En la encuesta realizada se pudo observar el interés de la comunidad por participar y capacitarse en la actividad turística de la ciudad. Por lo tanto, se propone realizar una serie de jornadas y talleres para informar y concientizar sobre los efectos que tiene la actividad turística en la localidad, ya sea tanto a nivel económico, como también el sentimiento de pertenencia a un lugar que esta genera.

La concientización por parte de la comunidad local es importante para la conservación de los recursos naturales y culturales que la ciudad posee, como también para fomentar la hospitalidad de los residentes hacia los visitantes. Los habitantes de la localidad en algún

momento, actúan como informantes turísticos ante los turistas que llegan a la ciudad, por lo cual su sensibilización es imprescindible para el desarrollo turístico en relación a la calidad percibida por quienes arriban.

- ***Mejoramiento de infraestructura y planta turística.***

La ciudad de General Acha carece de señalética que identifique la oferta turística que se desarrolla en el lugar, generando que muchos visitantes desconozcan ciertos puntos de interés turístico. Por lo tanto, este lineamiento se centra en diseñar un sistema de señalética para reforzar la imagen del destino y aportar una mejor calidad y experiencia turística en el mismo. Para ello se propone:

- ✓ Mejorar la señalética que se encuentra en la localidad, utilizando un tamaño y tipo de letra que pueda ser leída desde una distancia promedio y el empleo adecuado de los colores.
- ✓ Implementar cartelería con Códigos QR en los atractivos turísticos.
- ✓ Distribuir señalética direccional sobre las rutas cercanas indicando la existencia y las vías de acceso para ingresar a la Laguna de Utracán y de la Oficina de Informes Turísticos.
- ✓ Realizar señalética identificativa sobre los recursos turísticos culturales que se encuentran en la localidad y sobre la fauna y flora de la Laguna de Utracán.

También se destaca un mejoramiento en la infraestructura de la Laguna de Utracán, debido a que los visitantes arriban a la ciudad desconociendo las actividades que se ofrecen y pueden no estar preparados para las mismas, por eso se propone:

- ✓ Adquirir flota y accesorios de los deportes náuticos que se realizan en la Laguna de Utracán, para poner en alquiler a los visitantes y residentes que deciden concurrir al lugar.
- ✓ Brindar servicios de transportes con salida desde la localidad hacia la Laguna de Utracán.

• ***Promoción y publicidad turística.***

Se ha detectado en el área de estudio la falta de promoción y difusión como destino turístico a visitar. Este lineamiento aporta ideas para poder lograr una mayor repercusión del destino y captar así la atención de los visitantes.

- ✓ Diseñar una página web exclusiva de la Oficina de Turismo de la localidad, donde se detalle toda la información relacionada con el turismo, desde alojamientos, gastronomía, atractivos, paseos, actividades y acontecimientos programados.
- ✓ Ampliar las redes sociales que actualmente se usan como medio de difusión, se propone generar presencia en Instagram y no solamente con Facebook para compartir la información.
- ✓ Realizar y difundir una agenda cultural con los eventos programados existentes, donde se detallen las actividades y fechas en que se realizan. Participar en eventos nacionales y provinciales con la finalidad de promover la oferta turística local.
- ✓ Ampliar los puntos de entrega de folletería ofrecida en la oficina de informes turísticos. Se propone compartirla en diferentes puntos gastronómicos y hoteleros, dado que la misma posee un plano de la localidad con distintos puntos de referencia que a los turistas le puede interesar, motivando el ingreso y recorrido por la localidad de forma autoguiada.

• ***Estudio y seguimiento de la demanda turística local***

Debido al bajo seguimiento de las experiencias, preferencias y datos estadísticos de la demanda local, se propone realizar encuestas a los visitantes con el objetivo de obtener datos que en un futuro puedan ser útiles para el diseño de actividades en la localidad. Por lo que se sugiere recoger datos anualmente, medir el nivel de satisfacción de los mismos y dar lugar a comentarios y/o sugerencias que los mismos deseen brindar.



## CONSIDERACIONES FINALES

En la actualidad el desarrollo local basado en el turismo ha posibilitado el crecimiento de muchos territorios, no solo en lo económico, sino también en lo social, político, ambiental y cultural. En pequeñas localidades, como General Acha, la actividad turística se ha posicionado como un medio para revalorizar y reconocer los recursos y el patrimonio, al punto de configurarse como una alternativa que contribuye a sus economías locales. Por esta razón, en la presente investigación, se propuso como objetivo general evaluar el potencial turístico de la ciudad de Acha, reconociendo los recursos turísticos existentes y potenciales, con la finalidad de generar un diagnóstico actual que permita aportar información útil a los tomadores de decisiones, como base para la planificación turística estratégica del destino.

En este sentido, según la Metodología de Evaluación del Potencial Turístico el resultado obtenido indica que la localidad de General Acha posee potencialidades turísticas, demostrando un mayor desarrollo en la oferta que en la demanda, es decir, se presentan recursos e instalaciones adecuadas para la actividad turística, pero no cuenta con la suficiente afluencia de visitantes interesada en la oferta turística del destino, debido a que la gran mayoría de los turistas se encuentran de paso. De acuerdo a estos resultados, es necesario profundizar sobre el estudio de las preferencias y necesidades de los visitantes, para adecuar los productos turísticos a los requerimientos de la demanda y generar nuevos productos que motiven desplazamientos con pernocte en la ciudad.

Respecto a la oferta turística, se destacan los recursos naturales, los cuales posibilitan la realización de distintas actividades en contacto con la naturaleza; respecto a los recursos culturales, se destacan los edificios históricos y religiosos relacionados a la historia fundacional del Territorio Nacional de La Pampa. A esto se le suma la gran variedad de eventos programados que se realizan a lo largo del año.

Por otro lado, otros criterios de análisis en la investigación fueron el equipamiento, las instalaciones y la infraestructura, las cuales resultaron ser adecuadas en términos del desarrollo con el que cuenta la localidad. Respecto a los establecimientos gastronómicos y de alojamiento, son limitados y brindan un servicio básico aceptable para la demanda

actual. Sin embargo, si se pretende desarrollar y mejorar la oferta turística actual, es imprescindible promover mejoras en el equipamiento, con especial atención en la calidad y cantidad de los servicios ofrecidos, como también en las instalaciones y la infraestructura en general y específica, para lograr una mayor valoración turística de la localidad.

Cabe destacar que la comunidad receptora es un elemento indispensable para fomentar el desarrollo turístico, dado que interactúan con los visitantes frecuentemente y aportan los servicios necesarios para la satisfacción de los mismos durante la estadía en la localidad. Los resultados obtenidos en esta investigación permiten demostrar que la comunidad local de General Acha se encuentra a favor del desarrollo de la actividad turística, reconociendo que la misma genera beneficios en la localidad. Se observa una identificación de la población local con la historia fundacional que posee la ciudad y con los recursos naturales, principalmente el Valle Argentino y la Laguna de Utracán.

En conclusión, se comprueba la hipótesis de investigación planteada, dado que la localidad de General Acha posee potencialidades turísticas y una percepción positiva de la comunidad local respecto al desarrollo de la actividad turística.

## BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ CUERVO, R. (1987). Jerarquización de los recursos turísticos. *Estudios turísticos*, N°94, pp. 77-100.

AMER FERNÁNDEZ, J. (2009). Los debates sobre la percepción social del turismo en las Islas Baleares. *Nimbus: Revista de climatología, meteorología y paisaje*, N° 23-24, pp. 5-23. Universidad de las Islas Baleares. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3126861>

BOULLÓN, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México, DF: Trillas.

BRIDA, J.; RIAÑO, E. y ZAPATA AGUIRRE, S. (2012). Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: un análisis factorial y de clústeres. *Cuadernos de Turismo*, N°29, pp. 79-107. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/153311>

CACCIUTTO, M.; CORBO, Y.; CRUZ, G.; ROLDAN, N.; CASTELLUCI, D. y BARBINI, B. (2013). Percepciones de los residentes en destinos turísticos. Principales tendencias de abordaje e implicancias de las perspectivas socio-política. *NÜLAN. Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico*. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/2001/>

CALDERÓN, J. (2015). “Turismo Rural en la provincia de La Pampa. Estudio de caso: estancia y museo La Holanda.” Directora María Del Carmen Vaquero. (Tesina de grado). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

CASTELLUCI, D.; CRUZ, G. y BARBINI, B. (2016). Percepción de los residentes sobre los impactos del turismo. El caso de Mar del Plata (Argentina). *NÜLAN. Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico*. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/2521/>

CONTACTO RADIO (2018, abril 03). *Pudieron levantar el añoso chañar de General Acha*. Disponible en: <http://contactoradio.com/home/2018/04/03/pudieron-levantar-el-anoso-chanar-de-general-acha/>

COVARRUBIAS RAMÍREZ, R. y DURÁN LÓPEZ, A. (2015). “Conceptualización del potencial turístico”. En Covarrubias Ramírez, R. (Ed.) (2005). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas. El caso de los municipios de la zona norte de Colima, México*. Eumened.com. Pp. 2-27. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm>

DEBRECZENI, E. (2003). *Gestión del turismo sostenible y patrimonio cultural*. En Actas del Congreso de Turismo Cultural del Colegio de Arquitectos de Bolivia, Bolivia, Sucre. Disponible en: <https://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2014/05/texto-5363c7223c491.pdf>

DÍEZ SANTOS, D (2011). La planificación estratégica en espacios turísticos de interior: Claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas. *Investigaciones Turísticas*, N° 1, pp. 69-92. Disponible en: <https://doi.org/10.14198/INTURI2011.1.05>

DIEZ, J.; IGLESIAS, D. y ANGOLINI, D. (2018). Redes de organizaciones y desarrollo económico local en ciudades pequeñas: el caso de General Acha. *Estudios Socioterritoriales. Revista de Geografía*, N°24, pp. 1-18. Disponible en: <http://revistaest.wix.com/revistaestcig>

DOS BASES. (2019, abril 08). *La Pampa debutó con los molinos: El Parque Eólico de General Acha empezó a generar energía y es el primero de la historia*. Disponible en: <https://www.dosbases.com.ar/2019/04/la-pampa-debuto-con-los-molinos-el-parque-eolico-de-general-acha-empezo-a-generar-energia-y-es-el-primero-de-la-historia/>

ENRÍQUEZ VILLACORTA, A. (2005). Desarrollo económico local: enfoque, alcances y desafíos. Alternativas para el desarrollo. *Fundación Nacional para el Desarrollo (FUNDE)*, N°92, pp. 1-11. Disponible en: <http://www.repo.funde.org/id/eprint/423>

ESTILO 152 (2020). *Como nace Estilo 152*. Disponible en: <https://estilo152srl.com/nosotros>

GODFREY, K. y CLARKE, J. (2000). *The tourism development handbook: A practical approach to planning and marketing*. London: Cassell

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R; FERNANDEZ COLLADO, C y LUCIO, P. (1997). *Metodología de la investigación*. México D.F: McGRAW.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R; FERNANDEZ COLLADO, C. y BAPTISTA LUCIO, P. (2006). *Metodología de la investigación*, 4° ed., México: Mc Graw-Hill.

IGLESIA EN LA PAMPA (1971) *75° Aniversario de la Obra Salesiana en la provincia de La Pampa*, pp. 1-20.

IGLESIAS, D; DIEZ, J. y ANGOLANI, D. (2016). Análisis institucional y productivo del Valle Argentino -Gral. Acha para el agregado de valor. *Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria*. Disponible en: <https://inta.gob.ar/documentos/analisis-institucional-y-productivo-del-valle-argentino-general-acha-para-el-agregado-de-valor>

INFO PICO (2019, marzo 5). *La laguna de Utracán es una nueva área protegida*. Disponible en: <https://www.infopico.com/2019/03/05/la-laguna-de-utracan-es-una-nueva-area-protegida/>

INFOTEC (2019, abril 09). *La Pampa: El Parque Eólico “la Banderita” comenzó a generar energía alternativa*. Disponible en: <https://infotecrealico.com.ar/contenido/9046/la-pampa-el-parque-eolico-la-banderita-comenzo-a-generar-energia-alternativa>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (INDEC) (2010). Censo Nacional de Población y Vivienda. Ministerio de Economía, República Argentina. Disponible en: [https://estadistica.lapampa.gob.ar/images/Archivos/Censo\\_2010/Provincia/PDF/P2.1-L\\_La\\_Pampa.pdf](https://estadistica.lapampa.gob.ar/images/Archivos/Censo_2010/Provincia/PDF/P2.1-L_La_Pampa.pdf)

INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGÍA AGROPECUARIA (INTA) (S/F). *Agencia de extensión rural General Acha*. Disponible en: <https://inta.gob.ar/generalacha>

LA ARENA (2015, diciembre 10). *Incorporan cinco bienes*. Disponible en: [http://archivo.laarena.com.ar/culturales-incorporan\\_cinco\\_bienes-151770-118.html](http://archivo.laarena.com.ar/culturales-incorporan_cinco_bienes-151770-118.html)

LA ARENA (2017, marzo 16). *Caminata por la familia*. Disponible en: [http://archivo.laarena.com.ar/la\\_provincia-caminata-por-la-familia-1125130-114.html](http://archivo.laarena.com.ar/la_provincia-caminata-por-la-familia-1125130-114.html)

LA ARENA (2019, noviembre 14) *Día de las Áreas Protegidas: ¿sabes cuáles son en La Pampa?* Disponible en: [http://archivo.laarena.com.ar/la\\_pampa-dia-de-las-areas-protegidas-sabes-cuales-son-en-la-pampa-2084186-163.html#:~:text=E1%20Sistemas%20de%20%20C3%81reas%20Protegidas,el%20marco%20del%20desarrollo%20sostenible](http://archivo.laarena.com.ar/la_pampa-dia-de-las-areas-protegidas-sabes-cuales-son-en-la-pampa-2084186-163.html#:~:text=E1%20Sistemas%20de%20%20C3%81reas%20Protegidas,el%20marco%20del%20desarrollo%20sostenible)

LA ARENA (2020). *Anuncian la VI fiesta del parrillero.* Disponible en: [http://www.laarena.com.ar/la\\_pampa-general-acha-anuncian-la-vi-fiesta-del-parrillero-2093613-163.htm](http://www.laarena.com.ar/la_pampa-general-acha-anuncian-la-vi-fiesta-del-parrillero-2093613-163.htm)

LA ARENA (2020, julio 22). *Buscan ampliar la oferta turística.* Disponible en: [http://www.laarena.com.ar/la\\_pampa-buscan-ampliar-la-oferta-turistica-2123006-163.html](http://www.laarena.com.ar/la_pampa-buscan-ampliar-la-oferta-turistica-2123006-163.html)

LENO CERRO, F. (1991). Los recursos turísticos en un proceso de planificación. *Papers de Turisme*, N°7, pp. 7-24. Disponible en: <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/366>

LINARES, H. y MORALES GARRIDO, G. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, N°2 (volumen 12), pp. 453-466. Disponible en: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2014.12.033>

LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2007). Planificación territorial del turismo y sostenibilidad: fundamentos, realidades y retos. *Turismo y sociedad*. N°8, pp. 51-68. Disponible en: <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2169>

MARIÑO, E. y SCHULZ, C. (2008). Importancia de los acuíferos en ambiente medanoso en la región semiárida pampeana. *Huellas*. N°12, pp. 113-127. Disponible en: <http://www.biblioteca.unlpam.edu.ar/pubpdf/huellas/n12a07schulz.pdf>

MARTOCCI, F; OLMOS, S. y SÁNCHEZ, R. (2018). *Te contemplamos desde las sendas del recuerdo... General Acha, más de 130 años de historia. Tomo 1.* Santa Rosa: EdUNLPam - Biblioteca del Congreso Argentina.

MIKERY GUTIERREZ, M. y PÉREZ VÁZQUEZ, A (2014). Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, N°9, pp. 1729-1740. Disponible en: <https://doi.org/https://doi.org/10.29312/remexca.v0i9.1060>

MINISTERIO DE EDUCACIÓN – GOBIERNO DE LA PAMPA (S/F). *Iglesia Inmaculada Concepción*. Disponible en: <https://sitio.lapampa.edu.ar/index.php/investigaciones-culturales/patrimonio-cultural/registro-provincial-del-patrimonio-cultural-pampeano/item/iglesia-inmaculada-concepcion>

MONTECUBIO CORDERO, J. (2009). Comunidad receptora: elemento esencial en la gestión turística. *Gestión turística*, N°11, pp. 101-111. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223314808005>

MUNICIPALIDAD DE GENERAL ACHA y UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA (2006). *Plan Estratégico General Acha*. La Pampa: Municipalidad de General Acha.

MUNICIPALIDAD DE GENERAL ACHA. (2020a). *Acerca de General Acha*. Disponible en: <https://www.generalacha.gob.ar/acerca-de-general-acha>

MUNICIPALIDAD DE GENERAL ACHA. (2020b). *Acha beer fest*. Disponible en: <https://www.generalacha.gob.ar/organigrama/secretarias/gobierno-y-seguridad/53-acha-beer-fest>

MUNICIPALIDAD DE GENERAL ACHA (2020c). *Ciclo: “Verano entre todos”*. Disponible en: <https://www.generalacha.gob.ar/organigrama/secretarias/gobierno-y-seguridad/52-ciclo-verano-entre-todos>

NAVARRO, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo* N°35, pp 335-357. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/221641>

NOGUE I FONT, J. (1992). Turismo, percepción del paisaje y planificación del territorio. *Estudios Turísticos*, N°115, pp. 45-54. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/132551199.pdf>

ORGANIZACIÓN DE ESTADOS AMERICANOS (OEA) (1978). *Metodología de inventario turístico*. CICATUR: México

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) (2013). *Panorama OMT del turismo internacional*. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415519>

ORGAZ AGÜERA, F. (2013). El club de productos turísticos como herramienta para el desarrollo socioeconómico en países subdesarrollados. *Contribuciones a la economía*, pp. 1-13. Disponible en: <http://eumed.net/ce/2013/club-producto.html>

OSORIO GARCIA, M. (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. *Quivera Revistas de Estudios Territoriales*, N°1 (volumen 8), pp. 291-314. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40180113>

PORTAL 21. (2019, agosto 27). *El próximo fin de semana llega el Acha Race*. Disponible en: <http://portal21.com.ar/el-proximo-fin-de-semana-llega-el-acha-race/>

RODRÍGUEZ, C. (2005). “La jerarquización de recursos en áreas turísticas no tradicionales”. En: CONDET (2005). *Realidades, enigmas y soluciones en el turismo*. Bahía Blanca: Educo. Pp. 77-95.

SCHULTE, S. (2003). *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo*. Santiago de Chile: Naciones Unidas

SECRETARÍA DE TURISMO DE MÉXICO (2010). *Serie de documentos técnicos de competitividad: Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios*. Fascículo N° 8. Disponible en: <https://gestiondedestinos.files.wordpress.com/2011/11/fasciculo81.pdf>

SILVA NIETO, D.; MONTALVO, C.; ZÁRATE, M. y SZELAGOWSKI, M. (2008). Valle Argentino, un corredor hacia los Andes. *Sitios de Interés Geológico de la República Argentina*. Anales 46 (volumen II), SegemAR, pp. 521-535.

TAVARES, J. M.; NEVES, F. O. y VIEIRA JUNIOR, J. A. (2010). La atractividad turística de Belo Horizonte según la percepción de sus habitantes. *Estudios y perspectivas*



en *Turismo*, (volumen 19), pp. 1072-1089. Disponible en: <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V19/v19n6a11.pdf>

TORRES CADENA, J (2019). Desarrollo local y turismo: conceptualización, metodología y aplicaciones. *Espacios*, (volumen 40). Disponible en: <http://www.revistaespacios.com/a19v40n25/a19v40n25p13.pdf>

TOSELLI, C. (2015). Turismo, planificación estratégica y desarrollo local. *Turydes. Revista de turismo y desarrollo local*, N°18 (volumen 8). Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/18/desarrollo-local.html>

TOSELLI, C. (2019). Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, N°2 (volumen 17), pp.343-361. Disponible en: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.024>

VÁZQUEZ BARQUERO, A. (2009). Desarrollo local, una estrategia para tiempos de crisis. *Apuntes del Cenes*, N°47 (volumen 28), pp. 117-132. Disponible en: <https://revistas.uptc.edu.co/index.php/cenes/article/view/83>

VERA REBOLLO, J. (1992). La dimensión ambiental de la planificación turística: una nueva cultura para el consumo turístico. *Papeles de Geografía*, N°18, pp.195-204. Disponible en <https://revistas.um.es/geografia/article/view/43981>

ZIMMER, P. Y GRASSMANN, S (1996) Evaluar el potencial turístico de un territorio. Bruselas. Disponible en: <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2017/01/267-evaluar-el-potencial-turistico-de-un-territorio.pdf>