

ACCESIBILIDAD Y CAMBIOS EN EL PERFIL DE UN DESTINO TURÍSTICO. BALNEARIO PEHUEN-CÓ, REPÚBLICA ARGENTINA¹

Silvia Alicia Santarelli, Doctora en Geografía, Profesora Titular Departamento de Geografía y Turismo,
Universidad Nacional del Sur, Argentina
Magalí Sánchez, Licenciada en Turismo
Marta Mabel Campos, Licenciada en Geografía, Profesora Asociada Departamento de Geografía y
Turismo, Universidad Nacional del Sur, Argentina

Resumen:

La accesibilidad, como componente del producto turístico, es un tema de interés pues la construcción o reacondicionamiento de una obra vial que comunica con un atractivo turístico siempre produce un impacto - alteración favorable o desfavorable- que se manifiesta en diversos efectos, tanto directos como indirectos, sobre los distintos actores involucrados en la actividad -propietarios de alojamientos y de casas de veraneo, agentes inmobiliarios, turistas, agencias de turismo, entre otros-. Así, se consideran relevantes los estudios que estimen los cambios que una nueva infraestructura vial genera en los flujos turísticos - cantidad, origen y perfil de los turistas-; en el sector alojamiento –características y capacidad actual y potencial- y en las características que definen el perfil turístico del lugar; factores que inciden en la vida cotidiana de los residentes.

Estos cambios son percibidos de manera diferente por los diversos actores del quehacer turístico cuyas actitudes y decisiones están condicionadas por esas percepciones. Conocer estos aspectos resulta de interés para comprender el papel de la accesibilidad en la conformación del producto turístico y en las decisiones de los visitantes al momento de elegir un destino. Estas conceptualizaciones permiten comprender los cambios producidos en el balneario Pehuen-Có, costa atlántica, República Argentina, a partir de la reconstrucción del camino de acceso a la villa, durante muchos años postergada.

La metodología empleada contempla los enfoques cuali-cuantitativos destacando el trabajo empírico para conocer -a través de reiterados relevamientos en el terreno y entrevistas- tanto las transformaciones

¹ El tema desarrollado constituye una de las líneas de investigación del proyecto: *El espacio local como una construcción socio-cultural en el suroeste de la provincia de Buenos Aires* –subsidiado por la Secretaría General de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional del Sur, del cual son directoras.

acontecidas en el lugar como las opiniones y percepciones de los diversos actores involucrados en la actividad turística e inmersos en la situación mencionada.

La interpretación de los resultados permite establecer que la repavimentación del camino de acceso produce un aumento del flujo turístico, de la demanda de alojamiento y, paralelamente, un incremento en la oferta de este servicio en cuanto cantidad y diversidad. Asimismo, la mayor presencia de turistas transforma el estilo de vida que caracteriza al balneario: tranquilidad, silencio y seguridad. En este sentido, es interesante destacar que el análisis de las percepciones de residentes y turistas sobre los posibles cambios muestra, en general, una postura similar y positiva respecto a la construcción del camino, a excepción de un grupo minoritario que ve amenazada la continuidad de los rasgos característicos de la villa balnearia.

Se destaca la importancia de estos estudios referidos a opiniones y percepciones de los múltiples actores involucrados en el turismo pues dichas percepciones definen actitudes derivadas de la aceptación o rechazo de los cambios, en un proceso de transformación del espacio turístico.

Introducción

La accesibilidad es un componente clave en la conformación de un producto turístico. Por ello, es de interés conocer las transformaciones que las obras e infraestructuras relacionadas con la accesibilidad a un destino turístico generan en la dinámica del mismo y cómo son percibidas por los diversos actores del quehacer turístico, dado que sus actitudes y decisiones están condicionadas por esas percepciones.

Una nueva obra siempre produce efectos, tanto directos como indirectos, sobre los distintos actores involucrados en la actividad -propietarios de alojamientos y de casas de veraneo, agentes inmobiliarios, turistas, agencias de turismo, entre otros-; como consecuencia de estas transformaciones también se modifican los flujos turísticos -cantidad, origen y perfil de los turistas-; el sector alojamiento -características y capacidad actual y potencial- y las características que definen el perfil turístico del lugar; factores que inciden en la vida cotidiana de los residentes.

La finalidad del trabajo es analizar la incidencia de la accesibilidad en los cambios que se producen en el perfil de un destino turístico. En este contexto, se estudian las alteraciones en un balneario de la costa atlántica en Argentina -Pehuen-Có- como destino turístico a partir de la repavimentación de la ruta provincial 113/2, camino de acceso a la villa; asimismo se procura conocer el estado actual de la oferta de alojamientos existentes en la misma, las transformaciones -directas e indirectas- que la repavimentación provoca en los flujos turísticos y en el sector alojamiento así como las percepciones y actitudes que tienen

los distintos agentes turísticos, residentes, propietarios de casas de veraneo y turistas sobre el impacto que genera dicha obra.

El enfoque metodológico es cuali-cuantitativo, con énfasis en el trabajo en el terreno que contempla, entre otras técnicas, la recolección de datos a través de una encuesta. La interpretación de los resultados permite establecer que la repavimentación del camino de acceso produce un aumento del flujo turístico, de la demanda de alojamiento y, paralelamente, un incremento en la oferta de este servicio en cuanto cantidad y diversidad. Asimismo, la mayor presencia de turistas transforma el estilo de vida que caracteriza al balneario: tranquilidad, silencio y seguridad. En este sentido, es interesante destacar que el análisis de las percepciones de residentes y turistas sobre los posibles cambios muestra, en general, una postura similar y positiva respecto a la construcción del camino, a excepción de un grupo minoritario que ve amenazada la continuidad de los rasgos característicos mencionados.

El estudio procura ofrecer un aporte sobre la importancia de la accesibilidad a un destino turístico, conocimiento sobre la incidencia que la construcción de los caminos de acceso generan en los productos turísticos y ser un instrumento para colaborar en la toma de decisiones, orientada a un reordenamiento de la actividad turística que considere los intereses de todos los actores y el sentido de preservación del lugar. Desde esta perspectiva, es dable afirmar su importancia desde el punto de vista social, porque brinda conocimiento sobre una problemática que preocupa a funcionarios, turistas y residentes.

1. Marco teórico-metodológico

El marco teórico de referencia considera, en primer lugar, el concepto de **producto turístico**. A los efectos de este trabajo se selecciona como referente a Fabio Cárdenas Tabares quien establece tres factores fundamentales que lo componen: atractivos, facilidades y accesibilidad. Al respecto sostiene que:

“El producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado –para un confort material o espiritual- en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista. ... dentro de la actividad turística,... está conformado por los atractivos, las facilidades y la accesibilidad” (1991: 13 y 15).

El mismo autor clasifica los **atractivos** como naturales, artificiales y humanos e incluye en éstos últimos la hospitalidad, el buen trato, precios moderados, limpieza y buena presentación, entre otros; las **facilidades** en alojamiento, alimentos y bebidas, entretenimiento y diversión, agencias de viaje, alquiler de vehículos, capacitación de las personas vinculadas al turismo; y menciona, además, otras como las oficinas de información, servicios de guías, comercios turísticos, cambio de moneda; y la **accesibilidad**

como las vías acuáticas, aéreas y terrestres que permiten acceder fácilmente a los atractivos de un país, región o lugar (Cárdenas Tabares, 1991: 14).

Igualmente, es dable mencionar la importancia que la Organización Mundial del Turismo, OMT (1998: 185) otorga a la accesibilidad cuando sostiene

“... el mayor o menor valor turístico de una zona vendrá determinado por las facilidades que ésta ofrezca como destino: accesibilidad, disponibilidad de buenas comunicaciones, existencia de una iniciativa privada que genere productos específicos y, como es lógico, presencia de una normativa jurídica que establezca el marco adecuado para el desarrollo armónico de los diferentes intereses que coexisten en un destino turístico...”.

El visitante cumple un rol fundamental en la actividad turística de Pehuen-Có; en este sentido, es necesario distinguir las diferencias entre las nociones de **turista** y **excursionista**. Los primeros son definidos como: “... aquellos visitantes que pernoctan una noche o más en una localidad diferente a la de su residencia, para ejercitar cualquier actividad salvo aquellas que son remuneradas en el lugar visitado...” (Barrado y Calabuig, 2001: 14). Por su parte, la OMT afirma que es el: “...visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado...” (OMT, 1998: 49). El excursionista se diferencia del turista ya que es: “...visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado” (OMT, 1998: 49).

El **alojamiento**, como componente del producto turístico y una categoría de interés en la oferta turística es otra noción clave utilizada en el trabajo. Para el análisis del caso bajo estudio se adopta la definición y clasificación del Decreto 659/07 de la provincia de Buenos Aires, en sus Artículos 2° y 3°:

“Artículo 2°. El alojamiento turístico es aquel ofrecido por personas físicas o jurídicas, que presten servicio de hospedaje mediante contrato al público, por períodos no menores al de una pernoctación, con o sin prestación de servicios complementarios.

Artículo 3°. Todo alojamiento turístico que se comercialice a terceros ya sea que se incluya explícitamente en la clasificación o no del presente deberá contar además de las habilitaciones edilicias y comerciales de práctica con una certificación de sus condiciones de habitabilidad y servicios que brinda”.

En otros de sus artículos este Decreto distingue dos tipos de alojamiento: el Alojamiento turístico hotelero (cuyas modalidades son el Hotel, Apart Hotel, Cabañas o Bungalows, Hostería u Hostal y Residencial u Hospedaje) y el Alojamiento turístico extrahotelero (Albergue de la juventud o hostel, Bed and Breakfast, Alojamiento turístico rural, Casas o departamentos, casas de familia, campings, entre otros).

En esta investigación se analiza, también, el **impacto** que la repavimentación del camino de acceso al balneario produce sobre la actividad turística; en relación a este concepto Vicente Conesa Fernández (1997: 25) expresa que éste existe

“... cuando una acción o actividad produce una alteración, favorable o desfavorable, en el medio... esta acción puede ser un proyecto de ingeniería, un programa, un plan, una ley o una disposición administrativa con implicaciones ambientales.

Hay que hacer constar que el término impacto no implica negatividad, ya que éstos pueden ser tanto positivos como negativos”.

Es importante destacar que el impacto a considerar está referido únicamente a la actividad turística pues la obra mencionada causará, indefectiblemente, una mayor afluencia de visitantes a la villa balnearia de Pehuen-Có y, de este modo, modificará tanto la estructura de alojamiento y servicios turísticos como las características de la villa balnearia y el estilo de vida cotidiana de los residentes permanentes y dueños de casas de veraneo.

En consecuencia, analizar la relación entre accesibilidad y **flujos turísticos** requiere explicitar el alcance de esta última noción y los aspectos cuali-cuantitativos que lo componen; al respecto, Barrado y Calabuig (2001: 14) sostienen:

“Los flujos turísticos se definen como aquellos movimientos de turistas que se desplazan de un lugar a otro; en el esquema turístico representan el enlace entre los destinos y las regiones en donde se genera la demanda. El elemento base que integra un flujo es el turista”.

Al referirse a los aspectos cualitativos

“Básicamente se distinguen tres tipos de flujos que se caracterizan sobre todo por criterios socioeconómicos de los turistas que lo integran. Comprende: turismo de elite, turismo de masas y turismo social” (Barrado y Calabuig, 2001: 16).

En cuanto a los aspectos cuantitativos:

“... los flujos tienen que ver con la magnitud de los mismos, referida tanto a la cantidad de turistas que salen de un país, que llegan a un destino, como también al alcance de los movimientos económicos generados en estos desplazamientos” (Barrado y Calabuig, 2001: 16).

Asimismo, es interesante conocer cómo los distintos actores perciben el impacto que la repavimentación del camino de acceso provocará en la villa. Moles (1972, citado por Bailly, 1979: 17) asevera que “... el espacio sólo existe a través de las percepciones que el individuo puede tener de él, las cuales condicionan

necesariamente todas sus reacciones ulteriores...”. En esta línea de argumentación Cooper (2007: 90) sostiene que

“... los factores que influyen en la demanda turística están íntimamente ligados a los modelos de comportamiento del consumidor. No hay dos individuos iguales y las diferencias en las actitudes, las percepciones, las imágenes y la motivación desempeñan un papel relevante en las decisiones relacionadas con los viajes”.

Al referirse a las **actitudes**, las **percepciones** y las **motivaciones** para viajar afirma que las primeras “... dependen de la percepción del mundo por parte de un individuo”; las segundas:

“... son las impresiones mentales que se tienen de un destino o una empresa de viajes, por ejemplo, y están condicionadas por muchos factores entre los que figuran la infancia, la familia, las experiencias laborales, los estudios, los libros, los programas de televisión y las películas, al igual que las imágenes promocionales. La percepción implica la codificación informativa por parte de los individuos e incide en los comportamientos y las actitudes hacia los productos...”;

y las motivaciones se pueden describir “... como los impulsos internos que ponen en marcha la demanda turística” (Cooper, 2007: 90).

Las conceptualizaciones expuestas se aplican a un estudio de caso: la villa balnearia Pehuen-Có -centro turístico más importante del Partido de Coronel Rosales-, localizada en la costa atlántica en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires, República Argentina (Figura 1). Se caracteriza por sus aguas cálidas con una temperatura del mar de 21° C. El topónimo Pehuen-Có, que proviene de la lengua araucana, significa pino y agua y es representativo del emplazamiento de la villa en un bosque donde predominan las especies de pinos, eucaliptos, cipreses y aromos -no originarias del lugar- y una variada cantidad de aves.

En esta villa, la accesibilidad constituyó durante mucho tiempo un aspecto negativo por el deterioro del camino de acceso; por ello, la obra de repavimentación -Ruta provincial 113/2, en el tramo comprendido entre la Ruta Nacional N° 3 y la localidad de Pehuen-Có- provocó un impacto que se refleja tanto en el aumento y en el perfil de los visitantes como en nuevos proyectos de emprendimientos vinculados con la actividad turística.

En la indagación se consultaron diversas fuentes de información: Municipalidad de la ciudad de Punta Alta -cabecera del partido donde se encuentra el balneario-, Sociedad de Fomento y Oficina de turismo de

Figura 1. Localización de Pehuen-Có y plano de sus atractivos turísticos



Fuente: elaboración propia.

Pehuen-Có. Se diseñaron, además, distintos tipos de cuestionarios semiestructurados² que se aplicaron a turistas y excursionistas (Figura 2) y a residentes y propietarios de casas de veraneo (Figura 3). Estos cuestionarios, además de datos sobre los entrevistados, contienen preguntas de opinión y valoración sobre la localidad y la obra de repavimentación. Además se realizaron entrevistas no estructuradas³ a informantes clave, tales como agentes inmobiliarios y del sector alojamiento, funcionarios de Coronel Rosales relacionados con el sector turismo y miembros de la Sociedad de Fomento de Pehuen-Có, Museo Darwin, entre otros. Posteriormente, se realizó el tratamiento estadístico y representación gráfica de la información recopilada en las encuestas y entrevistas.

Figura 2. Modelo encuestas a turistas y excursionistas

Datos del Entrevistado:.....	Fecha de la entrevista:.....
Edad:.....	Sexo:.....
	Profesión o trabajo:.....
Lugar de procedencia:.....	
1. ¿Es la primera vez que visita Pehuen-Có? SI..... NO.....	
Si la respuesta es SI completar sólo la pregunta 2 y sus sub-ítems	
Si la respuesta es NO completar sólo la pregunta 3 y sus sub-ítems	
2. ¿Por qué no lo visitaba antes?	
a. no tenía referencia de sus atractivos.....	
b. camino de acceso en malas condiciones.....	
c. otros motivos (nombrarlos).....	
2.1. ¿Por qué lo eligió este año?.....	
2.2. La repavimentación del camino influyó en su decisión: Mucho..... Poco..... Nada.....	
3. Nombre los motivos que le hacen elegir a Pehuen-Có como destino turístico.....	
3.1. ¿Cuántos años hace que lo visita?.....	
3.2. ¿Con qué frecuencia?:	
a. durante las vacaciones de verano, todos los años.....	
b. los fines de semana.....	
c. muy esporádicamente.....	
3.3. ¿La mala calidad del camino de acceso anterior a su repavimentación incidieron en la frecuencia de sus visitas al balneario? SI... NO... ¿Cómo?.....	
4. Piensa que la obra de repavimentación:	
a. es: buena..... Regular..... Mala.....	
b. producirá cambios en la cantidad de turistas: SI... NO... ¿Cuáles?.....	
c. producirá cambios en el perfil/tipo de turistas: SI... NO... ¿Cuáles?.....	
d. provocará cambios en las características de Pehuen-Có: SI... NO... ¿Cuáles?....	
e. provocará cambios en el estilo de vida de Pehuen-Có: SI... NO... ¿Cuáles?.....	
5. ¿Volvería a Pehuen-Có si se transformara en un destino turístico masivo? SI... NO... ¿Por qué?	
6. Nombre los 5 atractivos de Pehuen-Có que más le agradan:... le desagradan.....	
7. Si tuviera que calificar del 1 a 10, ¿qué valor le asignaría a: a. Pehuen-Có:..... b. a la obra del camino de acceso.....?	
8. Si tuviera que definir a Pehuen-Có con una palabra o una frase ¿cuál elegiría? ...	
9. Desea agregar otro comentario sobre:	
• el balneario:.....	
• El camino de acceso.....	

² Se realizaron 100 encuestas, cuali-cuantitativas a visitantes seleccionados al azar, en diferentes sectores de la villa balnearia de Pehuen-Có, 30 a propietarios de casas de veraneo y 20 a residentes durante la segunda quincena de enero del 2010.

³ Durante los meses de noviembre de 2009 a febrero de 2010 se aplicaron 12 entrevistas en la ciudad de Punta Alta y en Pehuen-Có; la selección se realizó mediante las técnicas del muestreo no probabilístico de los subtipos conocidos como "bola de nieve" que consiste en determinar la próxima persona a entrevistar por sugerencia o información obtenida de uno de los entrevistados y de "juicio experto" por el cual se seleccionan los entrevistados por decisión del investigador sobre la base de su representatividad como informantes clave del balneario.

Figura 3. Modelo encuesta a Residentes/Propietarios de casas de veraneo

Datos del Entrevistado:.....	Fecha de la entrevista:.....
Edad:.....	Sexo:..... Profesión o trabajo:.....

1. ¿Es: 1.1. ¿Residente? SI:..... NO:.....
1.2. ¿Propietario de una casa de veraneo? SI:..... NO:.....
Si la respuesta es SI indique lugar de residencia permanente:.....
2. ¿Cuántos años hace que reside/posee casa en el Pehuen-Có?.....
3. ¿Con que palabra/as definiría al balneario?.....
4. ¿Por qué eligió Pehuen-Có para vivir/tener casa de veraneo?.....
5. Puede nombrar 5 aspectos que caracterizan a Pehuen-Có cómo: a) balneario:..... b) estilo de vida:.....
6. ¿De las características de Pehuen-Có cuáles son las que a Usted:
a) más le gustan?.....b) menos le gustan?.....
6. ¿Nombre 5 aspectos que para Ud. diferencian a Pehuen-Có de otros destinos turísticos de la Costa Atlántica?.....
7. ¿Desea que la villa mantenga sus actuales características?SI..... NO..... Que cambiaría?.....
8. Cree que la construcción del camino de acceso al balneario cambiará:
a. la cantidad de turistas.....
b. La cantidad de turistas solamente durante los fines de semana
c. el tipo de turistas.....
d. el estilo de vida
e. las características actuales del balneario.....
9. Su opinión sobre la construcción del camino es: a) favorable..... b) desfavorable..... ¿Por qué?.....
10. ¿Está de acuerdo con un flujo turístico masivo? a) SI..... b) NO..... ¿Por qué?.
11. Si tuviera que calificar de 1 a 10, ¿qué valor le asignaría a: a. Pehuen-Có?..... b. a la obra del camino de acceso?:.....
12. ¿Desea agregar otro comentario?.....

Fuente: elaboración propia.

2. Accesibilidad-producto turístico: una relación conflictiva en el balneario Pehuén-Có

En relación con la accesibilidad la villa siempre presentó dificultades. Relatos de la época muestran que los primeros turistas llegaban al balneario pasando por El Palomar,⁴ debido a que el actual camino sinuoso era únicamente transitable en un sector:

“Las primeras gotas “anunciando un chaparrón” producían en la concurrencia una estampida fenomenal porque nadie quería quedar atrapado en un pantano a orillas del Sauce Grande o en el salitral...” (González Martínez, 1992: 21).

De esta manera, el acceso fue un tema de debate desde el comienzo; en 1964 un grupo de vecinos de la ciudad de Punta Alta trabajó en pos de conseguir recursos y apoyo para lograr una vía de acceso. Posteriormente, se construye la ruta 249 que une Punta Alta con la Ruta Nacional N° 3 y más tarde se realiza el actual camino en dos etapas entre 1976 y 1981. Sin embargo, el deterioro progresivo del camino y la falta de mantenimiento lo tornó intransitable en los últimos años, lo que provocó dificultades de tránsito

⁴ El Palomar es una estancia propiedad de la familia González Martínez, ubicada a unos 8 Km. de Pehuen-Có, cerca del río Sauce Grande.

tanto para los residentes como para otros actores que directa o indirectamente se veían afectados por esta situación e incidió, también, en la frecuencia de accidentes y disminución de los flujos turísticos. La elección del balneario como destino turístico -en particular por estadías cortas y frecuentes o fines de semana- se veía afectada pues si bien los componentes que hacen al producto turístico, como la imagen, los servicios o los atractivos son más que relevantes, la accesibilidad también es un factor importante a la hora de seleccionar un destino por su incidencia en el costo, rapidez, seguridad y comodidad de los viajes. Como consecuencia de ello comienzan los reclamos para lograr su reconstrucción, tema de debate durante muchos años, hasta que finalmente en diciembre de 2009 y principios de 2010 se completa la obra de repavimentación (Figura 4).

Figura 4. Estado de deterioro y estado actual del camino de acceso



Fuente: [www.facebook.com/Pehuen Có](http://www.facebook.com/Pehuen_Có) y fotos obtenidas en el terreno, enero de 2010.

2.1. Caracterización de Pehuen-Có como producto turístico

La villa contaba en el año 2001 (INDEC, censo oficial) con una población estable de 674 habitantes; en el 2010 y, según datos recabados por la Sociedad de Fomento de Pehuen-Có a través de la Cooperativa Eléctrica, tenía entre 800 y 1.000 habitantes, numerosas viviendas de veraneo, hoteles, hosterías, campings y los servicios básicos tanto para la población permanente como para los turistas.

Se caracteriza por la amplitud de sus playas y calidez de las aguas con respecto a otros balnearios de la costa atlántica y la presencia de extensos médanos, condiciones que hacen de este balneario un lugar

propicio para practicar pesca deportiva, kitesurf, windsurf, caminatas, deportes náuticos, kayakismo, cabalgatas, trekking, bicicleteadas y ecoturismo.

Entre sus atractivos se destacan, además, el “Bosque Encantado” -lugar de esparcimiento con forestación artificial donde predominan pinos, cipreses y eucaliptus- en cuyo interior se encuentra el Vivero Municipal Pablo Günter Lorentz –ambos ejemplos de la forestación llevada a cabo durante el proceso de ocupación-; la fauna -especialmente la gran variedad de especies de aves-; el paisaje agreste -poco modificado por la mano del hombre- (Figura 5); el plano de calles irregulares, sin asfaltar, con una frondosa arboleda y una distribución particular de las viviendas; la “Casa Barco” -construida en 1954 por un inmigrante italiano que arribó a la Argentina en el barco Roma en el cual se inspiró-; la Casa Molino –edificada por el escritor bahiense Rubén Benítez en homenaje al libro “Don Quiote de la Mancha”; el “Barco Hundido” -restos del barco La Soberana que encalló a finales del siglo XIX en estas costas-; la capilla “Sagrada Familia” edificada en 1957; y la feria de artesanos que se realiza en las calles céntricas de la localidad cada verano.

Figura 5. **Características que hacen de Pehuen-Có un balneario particular: forestación y amplias playas**



Fuente: fotos obtenidas en el terreno.

En 1986 se descubre un yacimiento paleontológico, único en el mundo (Figura 6). Estas plataformas de rocas limo-arcillosas y areniscas con numerosas huellas fósiles de mamíferos extinguidos hace 12.000 años -con predominio de Megaterio, Gliptodonte, Mastodonte o la Macrauchenia- que se ubican en la playa a lo largo de unos 6 Km. al este de la villa, constituyen un atractivo que se suma a las bellezas naturales del lugar; el sitio ha sido declarado Reserva Geológica, Paleontológica y Arqueológica Provincial (Ley 10.959/90) y su historia se expone en el Museo de Ciencias Naturales Charles Darwin que cuenta con la sala de interpretación Florentino Ameghino. La Doctora Teresa Manera, paleontóloga y geóloga, diseñó el proyecto “Parque Cuaternario” para defender, proteger y difundir esta reserva obteniendo, por su labor, el premio “Rolex” a la iniciativa (2004) que utilizó para hacer moldes de las huellas. Este sitio paleontológico

revitaliza el lugar desde el turismo cultural pues constituye un importante patrimonio cultural que requiere de una gestión turística sostenible, tendiente a proteger tan valioso y único atractivo.

Figura 6. Huellas paleontológicas: un atractivo a preservar



Fuente: <http://www.muncrosales.gov.ar/pco.asp>

La oferta de alojamiento –que se sintetiza en la Tabla I- es otro componente importante en la configuración del producto turístico; según datos de la Dirección de Turismo de Coronel Rosales, 2010, tenía una capacidad de 555 plazas hoteleras y extrahoteleras, sin considerar las propiedades que particulares ofrecen en alquiler ni los campings. Se estima que existen aproximadamente 120 casas (para 5 o 6 personas) de particulares para alquilar y se reconoce que tanto estas casas como el alojamiento hotelero está dirigido en especial al segmento familia, faltando opciones de departamentos para una o dos personas.

Tabla I. Oferta hotelera y extrahotelera en Pehuen-Có, 2010

TIPO DE ALOJAMIENTO	PLAZAS	TIPO DE ALOJAMIENTO	PLAZAS
HOTEL		DEPARTAMENTOS	
Cumelcan	108	Conquimbo	8
APART		Pehuen-Có	3
Apart Hotel Oasis	108	El Ruso	14
RESIDENCIAL		Borra	15
Residencia La Tosca	20	Henry	14
Residencial Anay-Có	48	La Esquina	16
HOSPEDAJE		Libero I	16
Los Patos	15	Punta Mingo 2	16
CABAÑAS		CAMPINGS	
Fernández		Don Horacio	1.200
La Maruca	28	Bosque Encantado	1.200
Libero II y III	96		

Ruca Antu	34		
Ruca Lihun	14		
El Refugio	En construcción		
Complejo Las Palmeras	25		
Complejo Pehuen	24		

Fuente: Dirección de Turismo de Coronel Rosales, 2010.

Existen otros campings como ATE (Asociación Trabajadores del estado), UNS (Universidad nacional del sur, sólo para afiliados), Colonia de Vacaciones Municipal, Sindicato del Gas, Colonia Base Campamento La Pampa y La Costa que suman, junto a los anteriores, un total de 3.000 plazas. Además, se ofrecen 600 plazas en casas de alquiler por inmobiliarias y 450 plazas de casas en alquiler particular que unidos a departamentos y cabañas conformaban, en el año 2010, un total de oferta extrahotelera de 4.450 plazas.

Las facilidades del producto turístico se completan con cuatro inmobiliarias; la infraestructura de servicio de transporte que realiza viajes entre Punta Alta-Pehuen-Có-Punta Alta y Bahía Blanca-Pehuen-Có-Bahía Blanca y de embarcaciones para pesca deportiva con guías locales. Cuenta también con restaurantes de variada oferta gastronómica -destacándose su marisquería-, heladerías, confiterías, paradores en la playa, pubs y una discoteque que funciona sólo en verano. Complementan la oferta comercial al turista cinco almacenes/autoservicios, carnicerías, panaderías y kioscos, entre otros.

3. Repavimentación del camino de acceso: cambios en el flujo turístico, la accesibilidad, las características y el estilo de vida

La obra de repavimentación provocó y seguirá generando transformaciones de distinta índole, cambios que los actores perciben de manera disímil.

• Cambios en los flujos turísticos

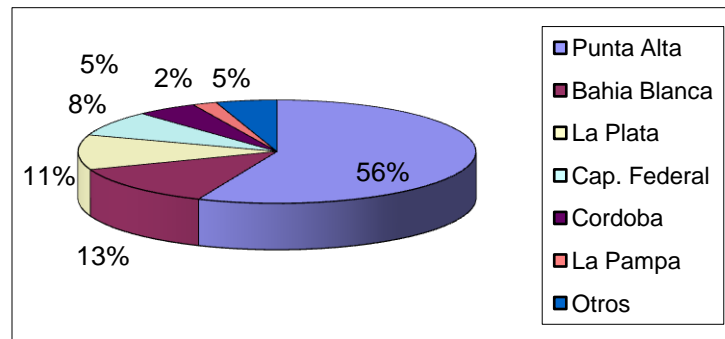
Las mejoras en el acceso produjeron un impacto reflejado en el aumento y perfil de los turistas quienes, a su vez, transforman los rasgos que caracterizan la villa, situación que comienza a observarse en la temporada 2010. Comparaciones con estudios realizados por la Municipalidad de Punta Alta en años anteriores permiten afirmar que tanto la cantidad como diversidad de orígenes de los turistas que visitaron Pehuen-Có durante el año 2010 ha aumentado⁵ y diversificado en cuanto a su origen (Figura 7), aunque la mayor afluencia aún sigue siendo de las localidades más cercanas: Punta Alta y, en segundo lugar, Bahía Blanca.

Las opiniones recabadas durante las entrevistas a turistas, propietarios, residentes, actores del sector alojamiento, funcionarios y otros, tales como los miembros del Museo, Oficina de Turismo y Sociedad de

⁵ Según la Dirección de Turismo de Coronel Rosales durante enero de 2006 visitaron la villa 310.589 turistas, y 362.772 durante el mismo mes de 2007. Para 2008 y 2009 no hubo registros oficiales y para enero de 2010 en cada uno de los tres primeros fines de semana, las autoridades policiales que controlan la entrada informan el ingreso de más de 10.000 automóviles.

Fomento, son unánimes en lo referido al aumento de turista. El 98% opina que esta tendencia seguirá incrementándose en general; sin embargo, mientras que algunos sostienen que este aumento se registrará durante toda la temporada, otros afirman que sólo aumentarán los excursionistas de los fines de semana. Con respecto al perfil de los visitantes, el 45 % de los entrevistados expresa que no habrá cambios pues seguirán llegando a Pehuen-Có quienes buscan tranquilidad y contacto con la naturaleza; el 55 % restante asevera que al perfil actual se sumará un turismo masivo, con diversidad de perfiles y también un turismo popular, de menor poder adquisitivo, dada la facilidad de acceso.

Figura 7. **Procedencia de los turistas**



Fuente: elaborada sobre la base de cuestionarios realizados.

Ante esta perspectiva, los propietarios de casa de veraneo y residentes permanentes expresan no estar de acuerdo con un turismo masivo y con la llegada de excursionistas pues "... el lugar perdería su encanto y su esencia..." y un turismo masivo provocaría "... hacinamiento en la playa", "... cambios en el estilo de vida", "... mayor inseguridad", "... contaminación y saturación del destino ya que no está preparado para esa cantidad de turistas". "El ingreso de más turistas debería estar acompañado de más control para poder preservar el lugar y sus atractivos". "Se sobrepasaría su capacidad de carga, alterando la paz y cotidianeidad que se experimenta en el día a día". "No se respeta la carga de turistas que Pehuen-Có puede soportar". "Más turistas debería estar acompañado de más control para poder preservar el lugar y sus atractivos".

No obstante estas opiniones, un 30 % conformado en su mayor parte por empleados y comerciantes adhieren a un flujo turístico masivo pues: "... más turistas significa más trabajo y más inversiones que sería favorable a los comerciantes de la localidad", "... favorecería la economía de la localidad", "...y, tengo un negocio...", "... todo este crecimiento significará un progreso y mejorará el nivel de vida".

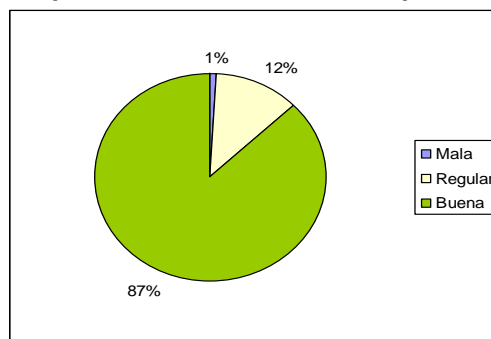
Aunque todos los entrevistados coinciden que la villa debe prepararse en equipamiento e infraestructura ante los cambios: “Necesitamos estar organizados y tener más servicios para recibir a los turistas, pero que a su vez no pierda sus características”. “Es favorable la construcción del camino porque aumenta el flujo de turistas y el desarrollo de la villa es inevitable, pero también es cierto que Pehuen-Có no está preparado desde el punto de vista de la infraestructura y equipamiento. No hay una planificación y hay poca predisposición de las autoridades. Estoy de acuerdo con la afluencia de turistas porque quiero que se desarrolle el balneario, pero no está preparado para alojar una gran masa de turistas”.

Si bien las opiniones de los actores difieren con respecto a cantidad y perfil de los flujos turísticos existe coincidencia en cuanto al inevitable crecimiento y cambios que experimentará la villa.

- **Cambios en la accesibilidad**

Las nuevas condiciones del camino facilitan la accesibilidad al balneario, aspecto reflejado en la opinión de los turistas quienes se refieren a la calidad de la obra de repavimentación y al estado actual del camino (Figura 8); para la mayoría presenta buenas condiciones de tránsito aunque un porcentaje mínimo tiene opinión desfavorable. Sin embargo, hacen hincapié que la obra debe ser completada e indican como ejemplo la insuficiente señalización; al momento de darle un puntaje numérico –entre 0 y 10- le asignan en promedio 8 puntos. En cuanto a estas falencias es dable mencionar algunos testimonios: “... no toda la gente conoce el camino, si quieren que vengan turistas de otros puntos del país, tiene que estar en condiciones, no alcanza solamente con la pavimentación”. “... debería haber una rotonda de acceso”. “Las curvas son peligrosas porque son muy cerradas y no están bien señalizadas, si uno no conoce el camino puede causar accidentes”, “... sería interesante que realmente terminen la obra”.

Figura 8. **Opiniones sobre la obra de repavimentación**

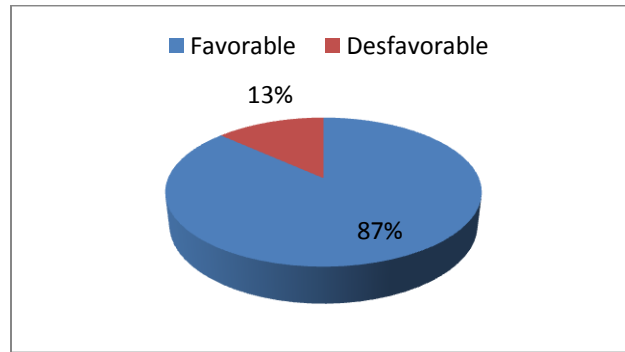


Fuente: elaborada sobre la base de cuestionarios realizados.

Los residentes permanentes y propietarios de casas de veraneo tienen, en general, una postura similar y positiva con respecto a la repavimentación del camino de acceso (Figura 9) porque, en primer lugar, permite ingresar a la villa en menos tiempo, de modo más seguro, evitando accidentes y roturas de

vehículos. Según este grupo de entrevistados el camino favorece, además, la comunicación, el comercio, el ingreso y egreso de trabajadores en temporada alta, el tránsito en caso de emergencias tanto de ambulancias como de bomberos y con respecto a los turistas les facilita la accesibilidad hacia el punto de destino.

Figura 9. **Opinión de propietarios de casas de veraneo sobre la reconstrucción del camino**



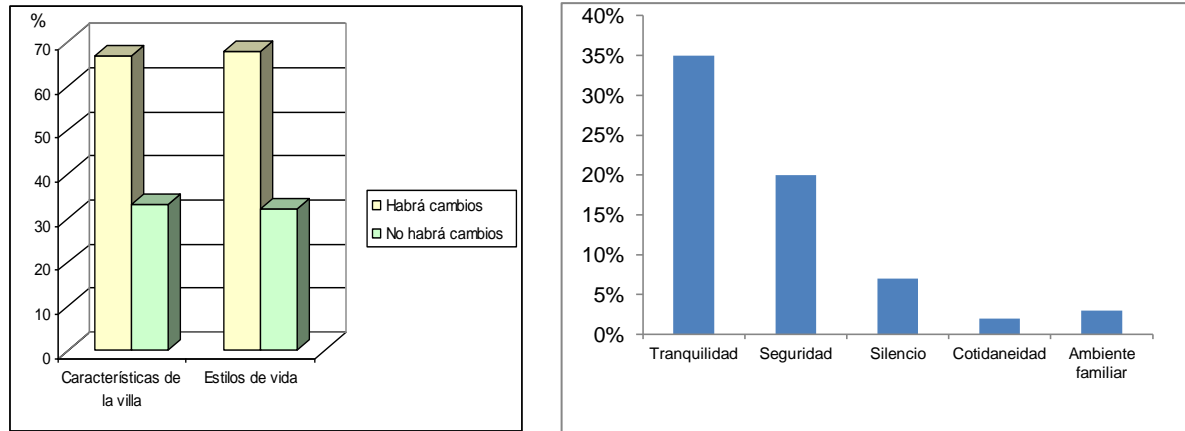
Fuente: elaborada sobre la base de cuestionarios realizados.

Un escaso porcentaje de los propietarios no está de acuerdo con la obra y fundamenta su postura en un posible ingreso desmedido de turistas que, según su percepción, produciría inseguridad, pérdida de la tranquilidad y afectaría los rasgos que caracterizan al balneario. Sostienen, asimismo, que Pehuen-Có no está preparado en cuanto a infraestructura y equipamiento turístico y piensan que no hay un plan adecuado a largo plazo para la organización de la villa; por lo tanto, sin control ni regulaciones para el lugar, se hace más difícil mantener el orden en caso de un turismo masivo.

- **Cambios en las características y el estilo de vida**

La mayor parte de los entrevistados percibe grandes transformaciones en ambos aspectos (Figura 10); con respecto a las características del balneario expresan que se modificarán principalmente: "... el crecimiento poblacional y edilicio en detrimento de la flora y la fauna", "... la edificación de hoteles y departamentos en altura en discordancia con el paisaje", "... el asfaltado de calles", "... la insuficiencia de servicios básicos". y señalan algunos aspectos negativos: "Que no vengan inversiones atraídas por una mayor cantidad de turistas a construir y desmontar los bosques, los árboles y terminar con las características de Pehuen-Có, si a esto se le puede llamar 'progreso', en ese sentido apuesto al no progreso; sí para mejoras, pero no el progreso que termine con lo natural". "Está cambiando para mal, por el tipo de turista que arriba".

Figura 10. **Percepción de las transformaciones en características y estilo de vida**



Fuente: elaborada sobre la base de cuestionarios realizados.

Cuando se refieren al estilo de vida, perciben que los rasgos más afectados serán "... la tranquilidad", "... el silencio" y "... la seguridad" como consecuencia de un mayor flujo turístico con diferentes perfiles de turistas y lugares de procedencia. De la misma forma piensan que el mayor movimiento de personas provocará mayor tránsito y deterioro del medio, afectando "... la vida cotidiana", "... el ambiente familiar", "... aumentará el segmento de turistas jóvenes", "... con el tiempo perderá el carácter pueblerino" y "... con el camino perderá lo especial y solitario, ideal para el descanso".

Estas percepciones sobre los cambios que experimentará la villa refuerzan la noción que el turismo es un fenómeno tanto con proyecciones en el espacio como en la sociedad en su conjunto pues como afirma Fernando Vera (1997: 51, cuando cita a Lanfant, 1995):

"... la práctica del turismo influye progresivamente en todos los sectores de la vida colectiva: en las instituciones, en las mentalidades, en las concepciones de la identidad y hasta en la idea que la sociedad se hace de sí misma..."

4. **Actitud de los actores ante los cambios generados por la reconstrucción del camino**

Otra finalidad del trabajo es conocer las actitudes y las decisiones tanto de turistas, excursionistas, residentes y propietarios de casa de veraneo como de los distintos actores relacionados con la actividad turística ante los cambios.

- **Los turistas**

De las 100 encuestas realizadas a turistas el 37 % corresponde al sexo masculino y el 64 % al femenino. La distribución de los encuestados por edades se muestra en la Tabla II.

Tabla II. **Distribución de encuestados por edad**

Grupos de edades	Número de encuestados
15-24	29
25-34	26
35-49	20
50-69	15
70 y más	10
Total	100

El tratamiento de los datos obtenidos de las encuestas permite identificar, en primera instancia, dos grandes grupos de turistas que visitaron la villa en el período considerado:

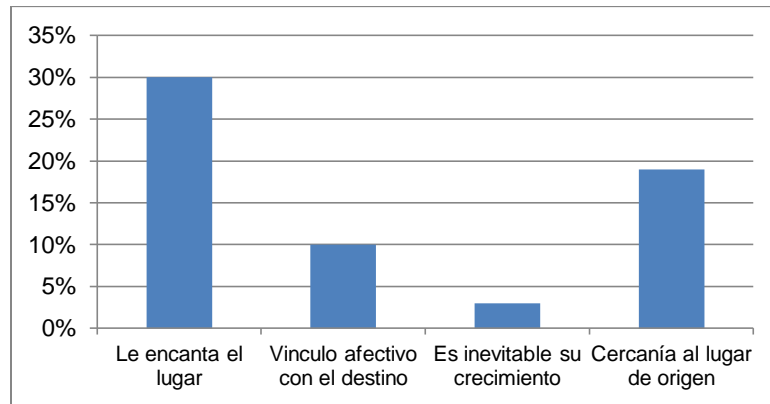
- Quienes visitan la villa por primera vez (16,83 % del total de encuestados),
- Quienes veranean con frecuencia en Pehuen-Có (83,17 % del total de encuestados). De este porcentaje más del 50 % respondió que visita el balneario hace más de 20 años. En cuanto a la frecuencia con que visitan el lugar: el 57,53 % manifestó hacerlo todos los años durante las vacaciones de verano, el 25,82 % los fines de semana y el 16,65 % concurre esporádicamente.

Consultados sobre la influencia del estado del camino de acceso al momento de seleccionar el destino, las respuestas muestran que la misma es poco significativa en el primer grupo y tiene un papel más preponderante en el segundo pues aducen problemas tales como la rotura de los vehículos, el mayor tiempo que insumía el camino de entrada y la posibilidad de ocurrencia de accidentes, en especial, los excursionistas que no justifican correr estos riesgos por un sólo día de permanencia en el lugar.

Ante la posibilidad de un turismo masivo a partir de la mejora del camino, situación que provocaría cambios en las características y, en particular, el estilo de vida de Pehuen-Có se consultó si seguirían eligiendo este destino; el 62,38 % volvería al balneario aún si se transformara en un destino turístico masivo aduciendo que "... les encanta el lugar", "... tienen vínculos afectivos" y "... les gusta su gente"; el 37,62 % expresa que no volvería pues "... no les gustaría el hacinamiento en la playa", "... que se convirtiera en una ciudad", "... perdería su tranquilidad" y "... perdería su identidad, no sería Pehuen-Có"

No obstante la importancia que muchos actores atribuyen a la obra, más del 50 % citan otras motivaciones que los lleva a seguir eligiendo Pehuen-Có como destino (Figura 11) porque: "... les encanta" esta localidad más allá de todo tipo de cambio, por "... ser amantes de la naturaleza", "... la comodidad", "... la cercanía con el lugar de origen", "... el vínculo afectivo que tienen con el lugar pues han pasado vacaciones en familia y con amigos desde pequeños".

Figura 11. **Motivaciones de los turistas a vacacionar en Pehuen-Có**



Fuente: elaborada sobre la base de cuestionarios realizados.

- **Encargados de hoteles, apart hoteles y campings**

Los datos brindados por la Municipalidad de Coronel Rosales muestran que la ocupación hotelera fue alta (95 %) durante el verano de 2010, información que se refuerza con las entrevista llevadas a cabo a encargados del sector alojamiento. El responsable del Hotel Cumelcan afirma:

“La mayor ocupación hotelera y el aumento en las consultas tienen relación con la reconstrucción del camino, pero también es verdad que el turista se volcó al mercado interno este año. Hay que resaltar que la temporada verdaderamente alta de este hotel es de solamente 32 días”.

Ante estas afirmaciones, es necesario conocer qué acciones o transformaciones piensan implementar en sus establecimientos para satisfacer la demanda actual o potencial sobre la base de la tendencia observada en los flujos turísticos a partir de la construcción de la obra. En este sentido, pensando en este aumento del flujo turístico, el responsable de Cumelcan Hotel manifiesta que tienen previsto realizar reformas y mejorar la calidad de sus servicios: construir una pileta en la zona aledaña al hotel, mejorar el edificio y ampliar su capacidad.

En Libero II Apart y Oasis Apart sus encargados aseguran que el incremento será un hecho y que se podrá visualizar con mayor nitidez en la temporada siguiente: “Pienso que habrá más consultas y se elevará la ocupación hotelera los fines de semana en invierno, antes no había prácticamente actividad en invierno, debido al estado del camino...”.

Así, en el Oasis Apart hotel se tiene previsto aumentar la capacidad de las instalaciones mediante la construcción de 20 suites hoteleras, que significaría también un cambio en las características del establecimiento.

Los encargados de los campings reconocen un aumento visitantes, en especial los fines de semana, y creen que esta tendencia se mantendrá en las próximas temporadas. Entre las ampliaciones y reformas realizadas y previstas mencionan la construcción de más fogones, la instalación eléctrica y otras mejoras.

- **Los agentes inmobiliarios**

Con respecto a los alquileres de inmuebles, los agentes coinciden que existe un aumento de consultas en inmobiliarias sobre disponibilidad de plazas y precios y que si bien dicha disponibilidad en departamentos y casas de alquiler durante la temporada baja es suficiente, en plena temporada la demanda excede las plazas disponibles. Opinan, además, que debido a la repavimentación del camino de acceso el incremento se nota no sólo en los interesados en rentar casas y departamentos durante la temporada de verano sino también en el interés por invertir: “Si este año hubiéramos tenido el doble de las casas que tenemos ahora para alquilar, ya las hubiéramos alquilado”. “Se percibe un aumento de la demanda de alquiler. Igualmente la tendencia es a hacer o construir más que “comprar hecho o alquilar”, no hay intermedios en la escala en cuanto a construcción, es mala o de buena calidad. La tendencia es a comprar lotes y construir, y se están realizando buenas construcciones. Ha cambiado la calidad económica de quien comienza a construir en Pehuen-Có y también la calidad económica del turista”.

5. Conclusiones

Los resultados presentados, en el caso de Pehuen-Có, confirman por un lado que la accesibilidad como parte integrante del producto turístico es un factor con gran incidencia en las decisiones de turistas y, en particular, de excursionistas provenientes de localidades aledañas, cuando seleccionan un lugar donde pasar sus fines de semana o sus vacaciones. Por otro lado, demuestran que una obra destinada a mejorar el acceso a un destino turístico provoca impactos –directos e indirectos- tanto en el perfil de la villa y de los flujos turísticos como en estilo de vida.

El mismo, como destino turístico y recreativo de un importante número de personas de la región, se ha caracterizado siempre por el predominio de la naturaleza y la tranquilidad, rasgos que han atraído, desde sus orígenes, a quienes buscan un para vacacionar. Estas características junto a sus que muchas personas anhelan se mantengan; apuestan al progreso pero sin destruir lo natural y preservando los recursos que constituyen sus atractivos principales.

Todos los actores involucrados en la actividad turística coinciden que para atenuar los impactos en las características del balneario -extensas playas, frondosa vegetación y médanos vivos, intervención humana es mínima, tranquilidad, estilo de vida agreste pero a la vez familiar y seguro que son las fortalezas de la villa- se necesita un planeamiento a largo plazo y la coordinación entre las instituciones del balneario con la

Municipalidad para concretar un trabajo consensuado en pos de alcanzar los objetivos propuestos para preservar la villa y promover proyectos orientados a la integración de los diferentes patrimonios culturales y naturales en procura de un desarrollo local y turístico sostenible.

Cabe destacar la importancia de los estudios referidos a la accesibilidad y su incidencia en la transformación del perfil de un destino turístico, así como las opiniones y percepciones de los múltiples actores involucrados pues las mismas definen actitudes derivadas de la aceptación o rechazo de los cambios, en un proceso de mutación del espacio turístico.

6. Bibliografía

- BARRADO, D. y CALABUIG, J. 2001. *Geografía mundial del turismo*. Madrid: Editorial Síntesis.
- BAILLY, A. S. La percepción del espacio urbano. 1979. Madrid: Instituto de estudios de Administración local Joaquín García Morato.
- CÁRDENAS TABARES, F. 1991. *Producto turístico. Aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño*. México: Trillas Turismo.
- CONESA FERNÁNDEZ, V. 1997. *Guía metodología para la evaluación del impacto ambiental*. Madrid: Mundi-Prensa.
- COOPER, C. 2007. El comportamiento del consumidor turístico. En Cooper C. y otros. *El turismo. Teoría y Práctica*. (pp. 89-119). Madrid: Síntesis.
- DECRETO N° 659/07 de la provincia de Buenos Aires. [En línea]. <http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/legislacion/07-659.html> (12 de mayo, 2010).
- GONZÁLEZ MARTÍNEZ, H. V. 1992. El bosque junto al mar. Memorias de Pehuen-Có. Bahía Blanca.
- INDEC (Censo 2001). (En línea). <http://www.indec.gov.ar> (5 marzo, 2010).
- MUNICIPALIDAD DE CORONEL ROSALES. [En línea]. <http://www.muncrosales.gov.ar/pco.asp> (20 febrero, 2010).
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. 1998. Dirección Amparo Sancho. Introducción al turismo. OMT: Madrid.
- VERA, J. F. 1997. *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel.