



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR

TESIS DE DOCTORADO EN GEOGRAFÍA

**ESTRATEGIA DE DESARROLLO TERRITORIAL
TERMAL EN EL SUDOESTE BONAERENSE**

Daniela Melisa Gambarota

BAHIA BLANCA ARGENTINA

2020



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR

TESIS DE DOCTORADO EN GEOGRAFÍA

**ESTRATEGIA DE DESARROLLO TERRITORIAL
TERMAL EN EL SUDOESTE BONAERENSE**

Daniela Melisa Gambarota

BAHIA BLANCA

ARGENTINA

2020

PREFACIO

Esta Tesis se presenta como parte de los requisitos para optar al grado Académico de Doctora en Geografía de la Universidad Nacional del Sur y no ha sido presentada previamente para la obtención de otro título en esta Universidad u otra. La misma contiene los resultados obtenidos en investigaciones llevadas a cabo en el Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS) UNS - CONICET durante el período comprendido entre el 07 de Julio del 2015 y el 07 de Junio de 2020, bajo la dirección de los profesores Directora: Dra. Lorda, María Amalia y Co-Director: Dr. Dichiara, Raúl Oscar.

Lic. Daniela M. Gambarota



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR
Secretaría General de Posgrado y Educación Continua

La presente tesis ha sido aprobada el/..../..... , mereciendo
la calificación de(.....)

*A mi familia,
mi compañero de vida
y mi hija*

AGRADECIMIENTOS

Deseo expresar mi agradecimiento en primer lugar al Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) que con su apoyo mediante el otorgamiento de una beca doctoral fue posible la realización de este doctorado, especialmente quiero resaltar el apoyo brindado por el Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS), que me ha facilitado el espacio físico donde realizar las tareas de investigación, la predisposición de la dirección y de la administración, así como a mis compañeros becarios cuyo acompañamiento fue cotidiano.

También quiero expresar mi agradecimiento al Departamento de Geografía y Turismo de la Universidad Nacional del Sur, a su personal administrativo y de la Biblioteca quienes con su predisposición han contribuido en mi camino de formación en dicha casa de altos estudios.

Muy especialmente quiero agradecer a mi directora la Dra. María Amalia Lorda, con quien la tarea se hace llevadera por su dedicación, colaboración y confianza.

Al Dr. Raúl Dichiara por haberme brindado su apoyo y predisposición en la co-dirección de esta tesis. También mi agradecimiento para Mg. Viviana Leonardi quién siempre me alentó a seguir en el plano académico y de investigación.

Quiero expresar mi agradecimiento a todos los entrevistados y personas que me brindaron amablemente información, cuyos aportes son registrados en las páginas de esta tesis, sin los cuales esta investigación no habría sido posible.

En el plano personal quiero agradecer a mi familia, quienes han sido un pilar en mi vida mis padres Rodolfo y Julia, mis hermanas Laura y Gabriela, y mi compañero de vida Mario que siempre me alentó a seguir en el camino académico.

A todas las personas que directa o indirectamente han confiado en mí y me han brindado su apoyo les digo gracias.

Por último, pero muy en especial, quiero agradecer a mi abuela que ya no está físicamente pero se encuentra siempre conmigo acompañándome.

A todos, muchas gracias.

Aclaraciones

La letra cursiva se emplea para hacer referencia a palabras que quieran destacarse.

La letra cursiva también se emplea entre comillas en citas textuales:

“La búsqueda de una teoría de acción territorial que enmarque las actividades de intervención y mediación del desarrollo es fundamental”.

RESUMEN

La actividad turística es reconocida como motor del desarrollo en un territorio y una de las actividades que mayor impacto ha tenido en los últimos tiempos, en especial la práctica de *turismo alternativo*, más precisamente el *termalismo*. Surge de esta manera, la posibilidad de revalorizar el turismo en los distintos espacios e incorporarlo entre sus actividades.

En la región objeto de estudio existen recursos tanto actuales como potenciales que posibilitan plantear la realización de una ruta turística termal en sudoeste de la provincia de Buenos Aires.

El objetivo general de la investigación consiste en analizar posibles estrategias de desarrollo territorial en el sudoeste bonaerense a partir del turismo termal como instrumento de valorización local y regional.

La propuesta vincula tres localidades: Pedro Luro, Médanos y Bahía Blanca; las dos primeras ya poseen centros termales en funcionamiento, mientras que Bahía Blanca, cuenta con los recursos apropiados así como la posibilidad de implementar un proyecto de inversión para desarrollar un complejo termal.

Metodológicamente se aborda una estrategia tanto cualitativa como cuantitativa y la investigación se estructuró en instancias diferentes. Primero, se realizó una revisión bibliográfica de los conceptos relevantes, a los fines de que la propuesta sea sustentable y sostenible en el tiempo, buscando potenciar las capacidades internas de la región y las comunidades locales.

Se realizaron relevamientos y trabajos de campo en cada nodo que conformaría la ruta termal con el fin de conformar un inventario de los recursos turísticos actuales y potenciales; se analizaron los componentes de la oferta y demanda turística; se realizaron entrevistas en las localidades de Médanos y Pedro Luro a los responsables o propietarios de los respectivos centros termales que posee cada una, así como a las autoridades de la municipalidad de cada distrito.

Con los datos obtenidos se elaboró un índice de potencialidad turística en el área de análisis siguiendo la metodología propuesta por la Secretaría de Turismo de México (2010), así como un diagnóstico integral del espacio de estudio a través de un análisis FODA el cual permitió considerar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la incorporación del producto al mercado. Seguidamente se detectaron estrategias necesarias que se deberán adoptar para acentuar o atenuar los puntos fuertes y débiles, respectivamente.

Finalmente, se realizó la conformación y diagramación de la ruta turística termal del sudoeste bonaerense y se aplicó la metodología de evaluación propuesta por la Consultora Desarrollo Turístico Sostenible (DTS), LTDA (2007).

Los resultados obtenidos permitieron comprobar las hipótesis planteadas y, por lo tanto, se constata que las localidades de Bahía Blanca, Médanos y Pedro Luro, poseen recursos turísticos asociados al termalismo, culturales, naturales, urbanos, que permitirían conformar una ruta turística temática termal y diversificada. Por consiguiente, es posible afirmar que la creación de una ruta termal posibilitará alcanzar un mayor desarrollo socioeconómico en las localidades objeto de análisis, a partir de la valoración integral del territorio y de su patrimonio.

ABSTRACT

The tourist activity is recognized as an engine of development in a territory and one of the activities that has had the greatest impact in recent times, especially the practice of alternative tourism, more precisely thermalism. In this way, the possibility arises of enhancing tourism in the different spaces and incorporating it among their activities.

In the region under study there are both current and potential resources that make possible the realization of a thermal tourist route in southwest of the province of Buenos Aires.

The general objective of the research is to analyze possible strategies of territorial development in the southwest of Buenos Aires starting from the thermal tourism as instrument of local and regional valorization.

The proposal links three localities: Pedro Luro, Médanos and Bahía Blanca; the first two already have thermal centers in operation, while Bahía Blanca, has the appropriate resources as well as the possibility to implement an investment project to develop a thermal complex.

Methodologically, a qualitative and quantitative strategy is addressed and the research was structured in different instances. First, a bibliographical review of the relevant concepts was carried out in order to make the proposal sustainable and sustainable over time, with the aim of enhancing the internal capacities of the region and local communities.

Surveys and field work were carried out on each node that would form the thermal route in order to form an inventory of current and potential tourist resources; the components of tourism supply and demand were analyzed; interviews were carried out in the localities of Médanos and Pedro Luro with the responsible persons or owners of the respective thermal centers that each has, as well as with the authorities of the municipality of each district.

With the data obtained, an index of potential tourism in the area of analysis was prepared following the methodology proposed by the Ministry of Tourism of Mexico (2010), as well as an integral diagnosis of the study space through an SWOT analysis which allowed to consider the strengths, opportunities, weaknesses and threats of product incorporation to the market. Subsequently, necessary strategies were identified to be adopted to accentuate or mitigate strengths and weaknesses, respectively.

Finally, the formation and diagramming of the thermal tourist route of southwest Buenos Aires was carried out and the evaluation methodology proposed by the Sustainable Tourism Development Consultancy (DTS), LTDA (2007) was applied.

The results obtained allowed us to verify the hypotheses raised and, therefore, it is found that the localities of Bahía Blanca, Médanos and Pedro Luro, possess tourist resources associated with thermal, cultural, natural, urban, that would allow to form a thermal and diversified thematic tourist route. Therefore, it is possible to affirm that the creation of a thermal route will allow to reach a greater development.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....1

PARTE I: Las relaciones entre territorio, desarrollo y turismo

CAPÍTULO I “Una aproximación conceptual a los componentes teóricos que dan soporte a la investigación”

1.1. La Geografía Humana..... 6

1.1.1. La nueva Geografía cultural.....7

1.1.2. La Geografía cultural del turismo.....7

1.1.3. La Teoría social.....9

1.2. Algunas consideraciones sobre el desarrollo..... 10

1.2.1. Desarrollo territorial, local, endógeno y sustentable..... 11

1.2.2. El turismo como estrategia de desarrollo local y regional.....15

1.3. El territorio..... 17

1.3.1. Los lugares turísticos..... 20

1.3.1.1. La turistificación de los lugares..... 20

1.3.2. Patrimonio y territorio..... 21

1.3.2.1. El patrimonio territorial y el turismo..... 22

1.3.2.1.1. Las aguas termales como patrimonio natural y cultural...23

1.4. Turismo alternativo. Los productos turísticos alternativos..... 24

1.4.1. Turismo termal y termalismo26

1.4.2. Una reseña de la evolución histórica del termalismo..... 27

1.4.2.1. Los antecedentes del termalismo en Europa..... 27

1.4.2.1.1. Premodernidad..... 27

1.4.2.1.2. Desde 1750 a 1900..... 28

1.4.2.1.3. Desde 1901 a la actualidad..... 29

1.4.2.2. El termalismo en Argentina..... 34

1.4.2.3. Revitalización del termalismo..... 34

1.5. Los recursos y los atractivos turísticos..... 35

1.5.1. El proceso de construcción de atractivos..... 35

1.5.1.1. Los imaginarios turísticos..... 38

1.5.2. Análisis de los recursos..... 38

1.5.2.1. La potencialidad turística 38

1.6. Rutas turísticas.....39

1.6.1. Concepto y características..... 40

1.6.2. Tipos de rutas turísticas.....41

CAPÍTULO II “Instrumentos metodológicos que orientan la investigación...”

2.1. Evaluación y análisis del potencial turístico: estimación del índice de Potencialidad turística.....43

2.2. Hacia un modelo metodológico para la creación de rutas turísticas.....49

2.3. El método adoptado para la evaluación de la ruta turística.....50

PARTE II: El área de estudio, un análisis de los territorios delimitados

CAPÍTULO III “Bahía Blanca: ciudad multifuncional”

3.1. Localización.....	60
3.2. Características geoambientales.....	60
3.2.1. Aspectos geológicos.....	60
3.2.2. Hidrografía.....	61
3.2.3. Clima.....	61
3.2.4. Flora y fauna.....	61
3.3. Aspectos históricos.....	62
3.4. Dimensión económica.....	64
3.5. Dimensión social.....	66
3.6. Dimensión urbana.....	66
3.7. Oferta turística.....	67
3.7.1. Recursos y atractivos.....	67
3.7.1.1. Recurso termal.....	68
3.7.1.1.1. Sistema hidrotermal profundo de Bahía Blanca.....	68
3.7.1.1.2. Propuesta centro termal “Termas de la Bahía”.....	70
3.7.1.2. Atractivos.....	88
3.7.2. Equipamiento.....	91
3.7.2.1. Alojamiento.....	91
3.7.2.2. Restauración.....	92
3.7.2.3. Esparcimiento.....	92
3.7.2.4. Otros.....	92
3.7.3. Instalaciones.....	93
3.7.4. Infraestructura.....	93
3.7.4.1. Transporte terrestre.....	93
3.7.4.2. Transporte aéreo.....	95
3.7.4.3. Servicios básicos.....	95
3.7.4.4. Otros servicios.....	95
3.8. Demanda turística.....	97
3.9. Evaluación del potencial turístico de la ciudad de Bahía Blanca.....	98
3.9.1. Cuestionarios.....	98
3.9.1.1. Recursos.....	98
3.9.1.1.1. Naturales.....	98
3.9.1.1.2. Culturales.....	99
3.9.1.2. Equipamiento y servicios turísticos.....	99
3.9.1.2.1. Alojamiento.....	100
3.9.1.2.2. Alimentación.....	100
3.9.1.2.3. Esparcimiento.....	100
3.9.1.2.4. Otros equipamientos y servicios turísticos.....	101
3.9.1.3. Instalaciones y servicios turísticos.....	101
3.9.1.4. Infraestructura general y turística.....	102
3.9.1.4.1. General.....	102
3.9.1.4.2. Turística y servicios.....	103

3.9.1.5. Mercado turístico.....	104
3.9.2. Índice de potencialidad turística.....	107
3.9.2.1. Calificación ponderada de la oferta turística.....	107
3.9.2.2. Calificación ponderada de la demanda turística.....	107
3.9.3. Localización de Bahía Blanca en el mapa de potencialidad turística.....	108
3.10. Diagnóstico.....	109
3.10.1. Análisis FODA.....	110

CAPÍTULO IV “Médanos: capital nacional del ajo”

4.1. Localización.....	111
4.2. Características geoambientales.....	111
4.2.1. Aspectos geológicos.....	111
4.2.2. Hidrografía.....	112
4.2.3. Clima.....	112
4.2.4. Flora y fauna.....	112
4.3. Aspectos históricos.....	113
4.4. Dimensión económica.....	113
4.5. Dimensión social.....	114
4.6. Dimensión urbana.....	114
4.7. Oferta turística.....	115
4.7.1. Recursos y atractivos.....	115
4.7.1.1. Recurso termal.....	115
4.7.1.1.1. Termas de Médanos.....	115
4.7.1.2. Atractivos.....	121
4.7.2. Equipamiento.....	121
4.7.2.1. Alojamiento.....	121
4.7.2.2. Restauración.....	122
4.7.2.3. Esparcimiento.....	122
4.7.2.4. Otros.....	123
4.7.3. Instalaciones.....	123
4.7.4. Infraestructura.....	123
4.7.4.1. Transporte terrestre.....	123
4.7.4.2. Transporte aéreo.....	123
4.7.4.3. Servicios básicos.....	123
4.7.4.4. Otros servicios.....	124
4.8. Demanda turística.....	124
4.9. Evaluación del potencial turístico de la ciudad de Médanos.....	125
4.9.1. Cuestionarios.....	125
4.9.1.1. Recursos.....	125
4.9.1.1.1. Naturales.....	125
4.9.1.1.2. Culturales.....	125
4.9.1.2. Equipamiento y servicios turísticos.....	126
4.9.1.2.1. Alojamiento.....	126
4.9.1.2.2. Alimentación.....	126

4.9.1.2.3. Esparcimiento.....	126
4.9.1.2.4. Otros equipamientos y servicios turístico.....	127
4.9.1.3. Instalaciones y servicios turísticos.....	127
4.9.1.4. Infraestructura general y turística.....	128
4.9.1.4.1. General.....	128
4.9.1.4.2. Turística y servicios.....	130
4.9.1.5. Mercado turístico.....	130
4.9.2. Índice de potencialidad turística.....	131
4.9.2.1. Calificación ponderada de la oferta turística.....	131
4.9.2.2. Calificación ponderada de la demanda turística.....	132
4.9.3. Localización de Médanos en el mapa de potencialidad turística.....	133
4.10. Diagnóstico.....	133
4.10.1. Análisis FODA.....	134

CAPÍTULO V “Pedro Luro: tierra de Ceferino Nanmucurá”

5.1. Localización.....	135
5.2. Características geoambientales.....	135
5.2.1. Aspectos geológicos.....	135
5.2.2. Hidrografía.....	136
5.2.3. Clima.....	136
5.2.4. Flora y fauna.....	136
5.3. Aspectos históricos.....	137
5.4. Dimensión económica.....	138
5.5. Dimensión social.....	138
5.6. Dimensión urbana.....	138
5.7. Oferta turística.....	139
5.7.1. Recursos y atractivos.....	139
5.7.1.1. Recurso termal.....	140
5.7.1.1.1. Termas de Pedro Luro.....	140
5.7.1.2. Atractivos.....	143
5.7.2. Equipamiento.....	144
5.7.2.1. Alojamiento.....	144
5.7.2.2. Restauración.....	145
5.7.2.3. Esparcimiento.....	146
5.7.2.4. Otros.....	147
5.7.3. Instalaciones.....	147
5.7.4. Infraestructura.....	147
5.7.4.1. Transporte terrestre.....	147
5.7.4.2. Transporte aéreo.....	148
5.7.4.3. Servicios básicos.....	148
5.7.4.4. Otros servicios.....	148
5.8. Demanda turística.....	149
5.9. Evaluación de la potencialidad turística de la ciudad de Pedro Luro.....	149
5.9.1. Cuestionarios.....	149

5.9.1.1. Recursos.....	149
5.9.1.1.1. Naturales.....	149
5.9.1.1.2. Culturales.....	150
5.9.1.2. Equipamiento y servicios turísticos.....	150
5.9.1.2.1. Alojamiento.....	150
5.9.1.2.2. Alimentación.....	151
5.9.1.2.3. Esparcimiento.....	151
5.9.1.2.4. Otros equipamientos y servicios turísticos.....	152
5.9.1.3. Instalaciones y servicios turísticos.....	152
5.9.1.4. Infraestructura general y turística.....	153
5.9.1.4.1. General.....	153
5.9.1.4.2. Turística y servicios.....	155
5.9.1.5. Mercado turístico.....	155
5.9.2. Índice de potencialidad turística.....	156
5.9.2.1. Calificación ponderada de la oferta turística.....	156
5.9.2.2. Calificación ponderada de la demanda turística.....	157
5.9.3. Localización de Pedro Luro en el mapa de potencialidad turística.....	158
5.10. Diagnóstico.....	158
5.10.1. Análisis FODA.....	159

PARTE III: Estrategia de desarrollo territorial a partir de una ruta turística termal

CAPÍTULO VI “Una propuesta para su implementación”

6.1. Diagramación y conformación.....	161
6.1.1. Análisis de las bases territoriales turísticas.....	161
6.1.2. Definición de los objetivos.....	162
6.1.3. Organización del producto de la ruta turística.....	162
6.1.3.1. Inventario y jerarquización de recursos.....	162
6.1.3.2. Definición de la estructura de servicios y diseño del producto.....	163
6.1.3.3. Comunicación y comercialización.....	167
6.1.3.4. Prestación del servicio y gestión.....	170
6.2. Diagnóstico.....	170
6.2.1. Análisis FODA.....	170
6.2.2. Evaluación de la ruta propuesta.....	171
6.2.2.1. Análisis estratégico de resultados.....	172
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	174
BIBLIOGRAFÍA.....	181
ANEXOS.....	195
Anexo I: Propuesta Centro Termal “Termas de la Bahía”:	
Flujo de fondos y aplicación de TIR social.....	196
Anexo II: Bahía Blanca, Médanos y Pedro Luro:	
Fichas de relevamiento de la oferta turística.....	201
Anexo III: Modelos de entrevistas utilizadas.....	286

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Contribuciones del Turismo al desarrollo local	16
Figura 2. Fase I, determinación del potencial turístico.....	44
Figura 3. Fase II, conformación del producto turístico	44
Figura 4. Secciones del cuestionario.....	45
Figura 5. Pesos de ponderación de la oferta turística.....	47
Figura 6. Pesos de ponderación de la demanda turística.....	47
Figura 7. Mapa de potencialidad turística.....	48
Figura 8. Ubicación geográfica del partido de Bahía Blanca	60
Figura 9. Plano de la Fortaleza Protectora Argentina 1859	63
Figura 10. Extensión de la napa del Norte o Cuenca de Bahía Blanca	69
Figura 11. Imagen satelital del terreno seleccionado para la localización del proyecto	79
Figura 12. Esquema de la división del complejo termal por zonas	80
Figura 13. Maqueta del sector recreación del proyecto Termas de la Bahía	80
Figura 14. Requisitos para la puesta en marcha del proyecto	81
Figura 15. Accesibilidad vial a Bahía Blanca.....	93
Figura 16. Servicios ferroviarios en Bahía Blanca	94
Figura 17. Zonas de estacionamiento medido y pago en Bahía Blanca	95
Figura 18. Redes de transporte.....	96
Figura 19. Calificación promedio por componente de la oferta turística de Bahía Blanca.	107
Figura 20. Calificación promedio por componente de la demanda turística Bahía Blanca	108
Figura 21. Localización de Bahía Blanca en el mapa de potencialidad turística	109
Figura 22. Ubicación geográfica de la ciudad de Médanos	111
Figura 23. Plano de la ciudad de Médanos	114
Figura 24. Vista satelital del complejo Termas de Médanos.....	116
Figura 25. Folleto promocional de las Termas de Médanos	117
Figura 26. Calificación promedio por componente de la oferta turística de Médanos.....	132
Figura 27. Calificación promedio por componente de la demanda turística de Médanos.	132
Figura 28. Localización de Médanos en el mapa de potencialidad turística	133
Figura 29. Ubicación geográfica de la ciudad de Pedro Luro	135
Figura 30. Esquema de la ciudad de Pedro Luro	139
Figura 31. Vista satelital de las Termas de Pedro Luro	140
Figura 32. Folleto promocional de las Termas de Pedro Luro	143
Figura 33. Calificación promedio por componente de la oferta turística de Pedro Luro ..	157
Figura 34. Calificación promedio por componente de la demanda turística de P. Luro ...	157
Figura 35. Localización de Pedro Luro en el mapa de potencialidad turística	158
Figura 36. Distritos que conforman el sudoeste termal bonaerense	164
Figura 37. Mapa de la ruta turística termal del sudoeste bonaerense	166
Figura 38. Marca de la ruta termal del sudoeste bonaerense.....	167
Figura 39. Despliegue exterior del díptico promocional.....	168
Figura 40. Despliegue interior del díptico promocional.....	169

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Criterios de evaluación del potencial turístico.....	46
Tabla 2. Calificaciones propuestas para cada subindicador.....	51
Tabla 3. Indicadores y subindicadores utilizados para la evaluación de la ruta	51
Tabla 4. Puntajes y jerarquía de la ruta.....	58
Tabla 5. Sedes académicas y equipamiento en Bahía Blanca	67
Tabla 6. Estimación de turistas y visitantes que arribaron a Bahía Blanca.....	72
Tabla 7. Estimación de turistas y visitantes que demandan turismo termal	72
Tabla 8. Estimación total de la demanda para la ciudad de Bahía Blanca.....	73
Tabla 9. Proyección de la demanda, horizonte de planeamiento 10 años	73

Tabla 10. Captación de la demanda total.....	74
Tabla 11. Competidores indirectos del proyecto.....	76
Tabla 12. Análisis FODA.....	77
Tabla 13. Consideraciones para estimar el factor de ponderación f.....	82
Tabla 14. Sueldos y salarios.....	82
Tabla 15. Estimación de los egresos respecto a los servicios básicos.....	83
Tabla 16. Costos fijos totales.....	84
Tabla 17. Modificación de los ingresos, variación en VAR y TIR.....	86
Tabla 18. Aumento en los costos, variación de VAN y TIR.....	86
Tabla 19. Contribución del proyecto al PBI.....	87
Tabla 20. Circuitos turísticos de la ciudad de Bahía Blanca.....	89
Tabla 21. Consulados en la ciudad de Bahía Blanca.....	92
Tabla 22. Establecimientos de alquiler de vehículos en Bahía Blanca.....	94
Tabla 23. Evaluación de los recursos naturales de Bahía Blanca.....	98
Tabla 24. Evaluación de los recursos culturales de Bahía Blanca.....	99
Tabla 25. Evaluación del sector alojamiento de Bahía Blanca.....	100
Tabla 26. Evaluación del sector alimentación de Bahía Blanca.....	100
Tabla 27. Evaluación del sector esparcimiento de Bahía Blanca.....	100
Tabla 28. Evaluación de otros equipamientos y servicios turísticos de Bahía Blanca.....	101
Tabla 29. Evaluación de instalaciones de Bahía Blanca.....	101
Tabla 30. Evaluación de transporte terrestre de Bahía Blanca.....	102
Tabla 31. Evaluación de transporte aéreo de Bahía Blanca.....	102
Tabla 32. Evaluación de transporte acuático de Bahía Blanca.....	103
Tabla 33. Evaluación del sector comunicación de Bahía Blanca.....	103
Tabla 34. Evaluación del sector salud de Bahía Blanca.....	103
Tabla 35. Evaluación del sector servicios urbanos de Bahía Blanca.....	103
Tabla 36. Evaluación del sector energía de Bahía Blanca.....	104
Tabla 37. Evaluación de infraestructura turística de transporte terrestre de B. Blanca....	104
Tabla 38. Evaluación de infraestructura turística del transporte aéreo de Bahía Blanca.....	105
Tabla 39. Evaluación de infraestructura turística del transporte acuático de Bahía Bca..	105
Tabla 40. Evaluación de la demanda turística de Bahía Blanca.....	105
Tabla 41. Atractivos identificados en la ciudad de Médanos.....	121
Tabla 42. Establecimientos hoteleros y para-hoteleros de Médanos.....	122
Tabla 43. Establecimientos gastronómicos de Médanos.....	122
Tabla 44. Evaluación de los recursos naturales de Médanos.....	125
Tabla 45. Evaluación de los recursos culturales de Médanos.....	125
Tabla 46. Evaluación del sector alojamiento de Médanos.....	126
Tabla 47. Evaluación del sector alimentación de Médanos.....	126
Tabla 48. Evaluación del sector esparcimiento de Médanos.....	126
Tabla 49. Evaluación del sector otros equipamientos y servicios turísticos de Médanos.....	127
Tabla 50. Evaluación del sector instalaciones de Médanos.....	127
Tabla 51. Evaluación de transporte terrestre de Médanos.....	128
Tabla 52. Evaluación del sector comunicación de Médanos.....	128
Tabla 53. Evaluación del sector salud de Médanos.....	129
Tabla 54. Evaluación del sector servicios urbanos de Médanos.....	129
Tabla 55. Evaluación del sector energía de Médanos.....	129
Tabla 56. Evaluación de infraestructura turística del transporte terrestre de Médanos....	130
Tabla 57. Evaluación de la demanda turística de Médanos.....	130
Tabla 58. Atractivos identificados en la ciudad de Pedro Luro.....	144
Tabla 59. Establecimientos hoteleros y para-hoteleros de Pedro Luro.....	145
Tabla 60. Establecimientos gastronómicos de Pedro Luro.....	146
Tabla 61. Evaluación de los recursos naturales de Pedro Luro.....	150
Tabla 62. Evaluación de los recursos culturales de Pedro Luro.....	150
Tabla 63. Evaluación del sector alojamiento de Pedro Luro.....	151

Tabla 64. Evaluación del sector alimentación de Pedro Luro	151
Tabla 65. Evaluación del sector esparcimiento de Pedro Luro	151
Tabla 66. Evaluación del sector otros equipamientos y servicios turísticos de P. Luro....	152
Tabla 67. Evaluación del sector instalaciones de Pedro Luro.....	152
Tabla 68. Evaluación de transporte terrestre de Pedro Luro	153
Tabla 69. Evaluación de transporte aéreo de Pedro Luro.....	153
Tabla 70. Evaluación del sector comunicación de Pedro Luro	153
Tabla 71. Evaluación del sector salud de Pedro Luro.....	154
Tabla 72. Evaluación del sector servicios urbanos de Pedro Luro.....	154
Tabla 73. Evaluación del sector energía de Pedro Luro	154
Tabla 74. Evaluación de infraestructura turística del transporte terrestre de Pedro Luro	155
Tabla 75. Evaluación de transporte aéreo de Pedro Luro	155
Tabla 76. Evaluación de la demanda turística de Pedro Luro.....	155
Tabla 77. Distancia entre localidades del recorrido por carretera	161
Tabla 78. Principales servicios disponibles por localidades intervinientes.....	162
Tabla 79. Atractivo base y complementarios diferenciados por localidad	162
Tabla 80. FODA de la ruta turística.....	170
Tabla 81. Calificaciones de indicadores y subindicadores utilizados en la evaluación	171

ÍNDICE DE FOTOS

Foto 1. Ingreso al complejo Termas de Médanos.....	118
Foto 2. Sector de camping y fogones.....	118
Foto 3. Piletas interiores.....	119
Foto 4. Pileta exterior.....	120
Foto 5. Lago artificial termal.....	120
Foto 6. Comparación de fachada anterior y actual de Hotel Termas de Luro.....	142
Foto 7. Comparación de spa anterior y actual de Hotel Termas de Luro.....	142
Foto 8. Comparación de habitación anterior y actual de Hotel Termas de Luro.....	142
Foto 9. Comparación de restaurante anterior y actual de Hotel Termas de Luro.....	142
Foto 10. Estado actual de las piletas termales al aire libre.....	143

INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades socio económicas que mayor impacto y crecimiento está provocando en las economías mundiales. En Argentina es considerado un motor importante de desarrollo de la economía debido a la generación de empleo directo e indirecto y al fomento de inversiones en el sector. Así, los diferentes eslabones de la cadena de valor del sector turismo tales como transporte, pernoctación, restauración, recreación y entretenimiento, se ven claramente beneficiados. Pero hay que rescatar y tener en cuenta cuáles son las necesidades de los consumidores a la hora de realizar una inversión turística. En el año 2018 según el informe anual elaborado por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) en conjunto con Oxford Economics, el sector viajes y turismo tuvo una contribución al PIB argentino de US\$ 51.7 billones (10.0% del PIB del país).

En la actualidad los hábitos, costumbres, gustos y necesidades de las personas fueron cambiando a raíz de las modificaciones en la vida cotidiana; más aún en las ciudades de mayor cantidad de habitantes donde todo es más rápido. De esta forma, la sociedad busca lugares donde puedan realizar actividades de ocio relacionadas al cuidado de su salud, relax y estética corporal.

Surge de esta manera, la necesidad de revalorizar el turismo en los distintos espacios e incorporarlo entre sus actividades. El *turismo salud*, más precisamente el *termalismo*, es una de las modalidades de *turismo alternativo*, que en nuestro país se encuentra en constante crecimiento.

“El Turismo Termal, no deja de ser un fenómeno atractivo, de interés creciente no sólo a escala internacional sino también en el ámbito nacional, regional y local, habida cuenta que el descanso y el bienestar físico constituyen argumentos poderosos para los movimientos turísticos actuales. La evolución que ha experimentado el Termalismo en las últimas dos décadas se puede calificar de espectacular” (Atlas turístico de la Provincia de Buenos Aires; 2011:9-10).

El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (Buenos Aires, Argentina; 2005), propone activar ciertas zonas que poseen potencial turístico, generando nuevas ofertas para la actividad. En la región en estudio existen recursos -actuales y potenciales- que posibilitan plantear la realización de una ruta turística termal del sudoeste de la provincia de Buenos Aires.

La presente investigación se inicia considerando como encuadre la Geografía Humanista con especial atención a la Geografía Cultural y del Turismo, debido a que se propone que el turismo debe ser analizado como una actividad social que requiere del espacio y ejerce una transformación sobre el mismo (Antón y González, 2008).

A su vez, se considera la Teoría Social propuesta por Anthony Giddens (1998), ya que permite analizar los procesos de transformación y reestructuración territorial como procesos sociales complejos donde la acción colectiva, privada y pública se articulan y posibilita la interpretación de los procesos de patrimonialización y valorización territorial relacionados con la actividad turística.

El termalismo ha sido estudiado por infinidad de autores, analizado desde diferentes perspectivas, períodos históricos y considerando territorios termales de todo el mundo. A nivel internacional la utilización de aguas termales fueron utilizadas por civilizaciones como los griegos, árabes y romanos con fines curativos y de relajación. Por consiguiente, proliferan escritos sobre las principales regiones termales de Europa tal como lo es España considerado como uno de los pioneros en impulsar y desarrollar el turismo termal, específicamente la región de Galicia (Balnegal, 2008; Savia, 2006), y Francia (Henn, Fraíz y Gonçalves, 2011).

En América Latina se han desarrollado investigaciones sobre turismo termal en la región de Goinás en Brasil (Lopes, 2005), en Cuba (Hernández y León, 2010), en Colombia (Pineda-Escobar y Falla Villa, 2017). En Argentina principalmente sobre las termas de Río Hondo en Santiago del Estero (Herrera, 2011); en Entre Ríos donde se destacan las localidades de Federación (Ramírez, 2011); y Villa Elisa

(Wallingree, 2011); así como sobre las termas de Copahue (Gaviria Reyes, 2016) localizadas en Neuquén. Específicamente en la provincia de Buenos Aires, además de los centros analizados en la presente investigación -Termas de Médanos y de Pedro Luro- poseen relevancia las termas de Carhué (Fuentes, 2009), las cuales si bien no cuentan con agua termal sino “termalizada”, se han posicionado como destino referente de la actividad a nivel regional y se desarrolla en su ámbito la fiesta provincial del turismo termal.

El antecedente de la presente investigación es el trabajo realizado con motivo de mi graduación como Licenciada en Turismo¹, que presenta un análisis de la implementación de un centro termal en la ciudad de Bahía Blanca. Gracias al estudio realizado se pudo comprobar que es factible la instalación del complejo termal y que su puesta en marcha le permitirá a la localidad, posicionarse con mayor fuerza en la actividad turística de la región, dejando de ser solamente una ciudad de paso hacia destinos de la Patagonia argentina.

La ciudad de Bahía Blanca es una ciudad intermedia² (Declaración de Lleida, 1999), y se encuentra emplazada en el Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires. Turísticamente está posicionada como un centro de paso y de distribución turística hacia destinos turísticos cercanos si bien actualmente se está posicionando como sede de congresos y convenciones. De esta manera, Bahía Blanca es una de las ciudades más importantes del Sur de la mencionada provincia que cuenta con un rico y variado abanico de posibilidades a la hora de visitarla y su sector turístico se encuentra en crecimiento: empresas relacionadas directamente con la prestación de servicios turísticos hasta los equipamientos de la planta recreativa local. Sin embargo, quedan recursos con los que cuenta la misma que aún no han sido tenidos en cuenta para convertirlos en atractivos, para que mayor cantidad de visitantes lleguen a dicha localidad y que no sea sólo en calidad de “paso”.

Ante lo planteado surgen los siguientes interrogantes: ¿la actividad turística constituye una alternativa viable capaz de promover el desarrollo de la región sudoeste bonaerense?, ¿se encuentran dadas las condiciones que posibilitarían la implementación de una estrategia de desarrollo territorial a partir del turismo en el espacio estudiado?, ¿resulta potencialmente viable la conformación, promoción y gestión sustentable de una ruta turística termal en el sudoeste bonaerense?

A partir de estos interrogantes se plantea como problemática en el espacio objeto de estudio la falta de valoración del recuso termal en Bahía Blanca. Asimismo se observa la inexistencia de una estrategia integral de desarrollo regional que facilite la articulación de Bahía Blanca, Médanos y Pedro Luro, como ciudades del sudoeste bonaerense que poseen un patrimonio termal distintivo.

El presente trabajo plantea la incorporación de un elemento dinamizador de la actividad turística en la región, utilizando el recurso termal a partir de la conformación de una ruta turística. La propuesta vincula tres localidades: Pedro Luro, Médanos y Bahía Blanca; las dos primeras ya poseen centros termales en funcionamiento, mientras que Bahía Blanca, cuenta con los recursos apropiados para desarrollar un complejo termal si se implementa un proyecto de inversión que le permita su concreción. Asimismo, Bahía Blanca es una ciudad intermedia que ejerce gran atractivo como centro de desarrollo regional.

¹ Gambarota, D. (2012). “Estudio de pre-factibilidad de la implementación de un centro termal en la ciudad de Bahía Blanca, Buenos Aires: *Termas de la Bahía*”. Universidad Nacional del Sur, Departamento de Geografía y Turismo.

² Declaración de Lleida sobre ciudades intermedias y la urbanización mundial, 1999. “...la definición no puede realizarse tan solo en función de su tamaño físico o de su peso demográfico sino que debe además de contemplar otras características de tipo más cualitativo. Las ciudades intermedias se caracterizan por presentar una cierta complejidad funcional, por tener un grado significativo de centralidad y por poseer significativos elementos de simbología histórica y/o arquitectónica de referencia territorial”.

La conformación de una ruta termal en el área de estudio permitirá alcanzar un mayor desarrollo socioeconómico en las localidades involucradas, a partir de la valoración integral del territorio y de su patrimonio, lo que dinamizaría y propiciaría el desarrollo en la zona.

El *objetivo general* de esta investigación consiste en analizar posibles estrategias de desarrollo territorial en el sudoeste bonaerense a partir del turismo termal como instrumento de valorización local y regional.

Considerando lo planteado anteriormente, se plantean las siguientes hipótesis que orientan la investigación:

H 1: La región del sudoeste bonaerense, específicamente las localidades de Bahía Blanca, Médanos y Pedro Luro, poseen recursos turísticos asociados al termalismo, culturales y naturales, que posibilitarían la creación de una ruta turística temática termal y diversificada.

H 2: La conformación de una ruta termal en el área objeto de estudio permitirá alcanzar un mayor desarrollo socioeconómico en las localidades involucradas, a partir de la valoración integral del territorio y de su patrimonio.

Desde esta perspectiva, se aborda una estrategia metodológica tanto cualitativa como cuantitativa. Se realiza una revisión bibliográfica de los conceptos utilizados en el mencionado trabajo, tales como: termalismo, circuitos turísticos (especialmente rutas turísticas) y desarrollo regional, dedicando particular atención al modelo de desarrollo endógeno, a los fines de que las propuestas sean sustentable y sostenible en el tiempo, buscando potenciar las capacidades internas de la región y las comunidades locales. Sobre “desarrollo”, “desarrollo territorial”, “desarrollo local/regional” y “desarrollo endógeno”, se consideran los aportes realizados por varios autores, tales como, Alburquerque (1997; 2002; 2005); Bustos Cara (1998; 2008); Sili (2005; 2018), Boisier (1985; 1993; 1997; 1999; 2001; 2002), Saenz (1999), Vázquez Barquero (1995; 2000), Madoery (2001; 2005; 2009; 2011; 2016) Bozzano (2000; 2009; 2012a; 2012b) Massiris Cabeza (2006; 2012).

Se efectúa un relevamiento y trabajo de campo en cada nodo que conforma la ruta termal con el propósito de inventariar los recursos turísticos (EOI, 2015); analizar los componentes de la oferta y demanda turística y realizar entrevistas en las localidades de Médanos y Pedro Luro a los responsables o propietarios de los respectivos centros termales que posee cada una, así como a las autoridades a cargo del área turismo de la municipalidad de cada distrito.

Se elabora un índice de potencialidad turística en el área de análisis siguiendo la metodología propuesta por la Secretaría de Turismo de México (2010); así como un diagnóstico integral del área a través de un análisis FODA el cual permite considerar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la incorporación del producto al mercado y da las pautas de las estrategias necesarias que se deben adoptar para acentuar o atenuar los puntos fuertes y débiles, respectivamente.

El estudio de mercado del producto agua termal implica el desarrollo de un análisis de demanda y de oferta en cada nodo. La metodología a aplicar en este caso, depende de la información existente. Se trabaja en principio con información secundaria y luego primaria, con el aporte obtenido a partir de encuestas y entrevistas realizadas (Marradi y Otros, 2007). Mediante este estudio se pretende demostrar la existencia del nicho de mercado que busca, en turismo salud, los atributos ofrecidos por el proyecto, adecuando la información obtenida al diseño del producto a ofrecer.

Siguiendo lo implementado por la Secretaría de Turismo de México (2010) se calcula un Índice de potencialidad turística en cada localidad interviniente en el área de estudiada. A su vez, el diagnóstico del espacio objeto de estudio se realiza a través de un análisis FODA (Ansoff, 1965) que permite considerar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la incorporación del producto al mercado. Seguidamente se detectaron estrategias que deberían adoptarse para acentuar o atenuar los puntos fuertes y débiles respectivamente.

El análisis de factibilidad tecno-económica de instalar un complejo termal en la ciudad de Bahía Blanca, se realiza aplicando el método costo-beneficio de evaluación financiera de proyectos, utilizando indicadores de rentabilidad, tales como Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

El análisis de diagramación, conformación, comercialización y plan de gestión de la ruta, se realiza siguiendo a autores como Nélide Chan (1994), Leno Cerro (1992) y Návalon García *et al.* (2014). En referencia a la evaluación de la ruta propiamente dicha, se realiza teniendo en consideración la metodología propuesta por DTS Consultores LTDA (2007).

Con la premisa de lograr claridad en la estructura del trabajo de tesis queda conformado en tres partes generales que organizan los ejes de la investigación: I) Las perspectivas teóricas; II) Los territorios de análisis; y III) Conformación de la ruta turística termal del Sudoeste bonaerense.

En la primera parte se presenta el conjunto de conocimientos a partir del cual se le da sustento teórico al presente estudio y se establecen las relaciones entre los conceptos que estructuran la investigación. En esta misma sección se despliega además el marco teórico metodológico con el que se realiza el análisis de cada localidad interviniente en la propuesta.

El primer apartado, aborda la perspectiva desde la Geografía, más precisamente a la Geografía Humana y sus ramas, como la Geografía cultural y la Geografía del Turismo, junto con la Teoría social propuesta por el autor Giddens (1998). El segundo apartado, analiza el concepto de desarrollo, que en este caso será territorial, local, endógeno y sustentable a fin de que la propuesta a llevar a cabo resulte coincidente con el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (2014) de la Nación Argentina.

Seguidamente, en el tercer apartado, se hace hincapié respecto al papel del territorio en su relación con la actividad turística y el patrimonio.

A continuación, en el cuarto capítulo, se analiza al turismo termal como una forma de turismo alternativo, se realiza una reseña sobre la historia del termalismo en el mundo y en Argentina acerca de las formas de utilización del recurso termal, con el objetivo de comprender cómo son actualmente las prácticas propias del termalismo, buscando identificar las continuidades y cambios que ocurren en torno al uso y representación de las aguas.

En el quinto, se trata el proceso de construcción de atraktividad de los recursos y, finalmente, se analizan aspectos relevantes respecto a las rutas turísticas tales como el concepto, sus principales características, la metodología adoptada para su conformación, así como el método de evaluación adoptado en la presente investigación.

En el apartado sexto, se desarrollan los instrumentos metodológicos que se utilizan a fin de analizar la potencialidad turística de las localidades, así como la evaluación de la ruta turística termal propuesta.

En la segunda parte, se procede a analizar en detalle cada localidad propuesta para la conformación de la ruta turística, atendiendo a la caracterización geoambiental, histórica, económica, social, urbana y turística, junto a la realización de una evaluación y posterior cálculo de potencialidad turística de cada área de estudio.

La tercera parte, aborda la propuesta de desarrollo territorial propiamente dicha para el sudoeste bonaerense considerando la actividad turística termal como eje estructurador, por lo tanto, se realiza la conformación de la misma teniendo en consideración el diagnóstico, la comercialización, así como el plan de gestión. Por último, se presentan las conclusiones y reflexiones finales.

**PARTE I: las relaciones entre territorio,
desarrollo y turismo**

CAPÍTULO I**“Una aproximación conceptual a los componentes teóricos que dan soporte a la investigación”****1.1. La Geografía Humana**

Los territorios se encuentran inmersos de forma permanente en la ocurrencia de cambios (culturales, sociales, económicos, políticos) los cuales afectan su dinámica constantemente. La Ciencia Geográfica, se encarga de estudiar, analizar y aportar su capacidad para ofrecer una explicación integradora de los territorios, brindar una variedad de enfoques para el estudio de los procesos territoriales, en sus aspectos físicos y sociales que pueden ser abordados desde perspectivas muy diversas.

Actualmente, junto a los paradigmas clásicos, existen nuevos enfoques que permiten distintas formas de entender el objeto de estudio de la Geografía y sus métodos de investigación. Las mismas, se complementan y enriquecen recíprocamente, brindando herramientas para abordar el territorio como proceso socio espacial.

En este marco, la corriente de pensamiento desde la cual se aborda la investigación está dentro de la Geografía Humana, particularmente en las tendencias propuestas por la Nueva Geografía Cultural la cual ha contribuido a analizar de otro modo los lazos entre sociedad, espacio y cultura; y donde la Geografía del Turismo ha avanzado a través del tiempo en el estudio de la actividad turística en relación con el territorio entendido, como una construcción social. Es decir que existe una construcción simbólica y afectiva que las personas realizan en una porción determinada de espacio geográfico, la cual es diferente al resto.

La geografía del turismo, como rama de la geografía humana, centra su análisis en el turismo y sus múltiples vinculaciones con el territorio; que en el caso del estudio del termalismo, permite identificar las continuidades y cambios que ocurren en torno al uso y representación de las aguas.

Los principales rasgos que identifican a la Geografía Humanista se centran en la investigación de los lazos existentes entre los individuos y su entorno. Le otorga prioridad a la experiencia subjetiva inmediata y concibe el espacio como lugar vivido y percibido. Tal como lo asevera Marron Gaité (2009), investiga acerca de la intencionalidad de los actos humanos a través de la toma de decisiones, a la vez que persigue entender los hechos sociales desde la propia perspectiva de los actores.

Por su parte Santarelli y Campos (2002) afirman que este enfoque humanista constituye una nueva alternativa crítica contra los positivistas lógicos y los marxistas, el cual destaca las intenciones, principios, objetivos y las acciones humanas. De su mano se produce un redescubrimiento de la cultura, los valores y el comportamiento de los hombres, por lo tanto, concluye que no es posible someter una teoría de la sociedad al modelo de las ciencias naturales.

“El concepto de lugar contiene distintos significados. Se entiende desde una visión racional como el punto de encrucijada de las variables temporal y espacial (topo) y desde una visión de raíz geográfica, aparece asociado al de comunidad (concepto de raíz antropológica) y al de identidad” (Ortega Valcárcel, 2004:34).

Desde esta última visión, el lugar se constituye en “dador de identidad”.

Desde la Geografía Humanista, el concepto de territorio desplazó paulatinamente a los términos espacio o lugar. En sus inicios el concepto de territorio se utilizaba desde un enfoque político, asociado al concepto de control político dentro de un espacio determinado, pero la Nueva Geografía Cultural retomó el concepto de territorio poniendo énfasis en su carácter simbólico y su rol identitario.

Cabe aclarar que en la presente investigación se concibe al espacio en torno a lo mencionado por Hiernaux y Lindón (2006:19): *“dentro de las tendencias más recientes, surge la perspectiva de una coproducción mutua: el espacio como productor de la sociedad y al mismo tiempo, como producto social”*.

Asimismo, el giro cultural planteó el redescubrimiento de la dimensión cultural en Geografía y su presencia, de una forma u otra, en casi todos los campos de la disciplina. Lo mencionado se desarrolla en los párrafos siguientes.

1.1.1. La nueva Geografía cultural

Diversas transformaciones ha experimentado la disciplina geográfica pero es a partir de los denominados “giros”, producidos en las dos últimas décadas del siglo pasado, que se plantea el redescubrimiento de la dimensión cultural en Geografía y su presencia en casi todos sus estudios. Es por esto que el espacio es desprendido de su exceso de materialidad y se reconoce que el componente físico posee una carga simbólica y que a través de la misma se construyen imaginarios. En palabras de Paul Claval (1999:52): *“[...] los lugares no tienen solamente una forma y un color, una racionalidad funcional y económica. Están cargados de sentido por quienes lo habitan o frecuentan”*.

Además, se produce un regreso al individuo prestando atención a sus prácticas en el espacio, y resurgen las categorías de paisaje y lugar con una connotación más simbólica, como herramientas para la exploración de la dimensión cultural de los espacios. Es decir que, desde el surgimiento del abordaje cultural en Geografía, se producen nuevas formas de analizar el territorio, dando lugar al desarrollo de líneas investigativas que involucran la dinámica cultural y los espacios.

El enfoque de la Nueva Geografía Cultural fue mutando a lo largo del tiempo mediante la interacción con otras ciencias; inicialmente se relacionó con la Antropología, luego tuvo un acercamiento con la Sociología y en su última etapa se encuentra asociada a la Psicología. De lo mencionado se desprende que todo lugar -además de sus funciones económicas, históricas y sociales- es también un espacio psicológico, que posee una carga de significados subjetivos y condicionados por las múltiples variables tanto internas como externas que afectan al individuo. En palabras de Méndez *“la Nueva Geografía se caracteriza por sus preocupaciones teórico metodológicas que defienden una progresiva apertura hacia otras Ciencias para incorporar de ella, conceptos, teorías, temáticas, y técnicas de análisis capaces de elevar la calidad científica del trabajo geográfico”*. (2008:132).

A su vez Capellà afirma que esta perspectiva comprende los *“valores culturales expresados no tan sólo en aspectos más visibles o materiales (construcciones), sino también invisibles (lengua, religión) y de orden subjetivo (psicología, idiosincrasias)”* (2002:12). Desde esta manera, el territorio concebido como construcción cultural, tiene un rol relevante en la construcción de marcos culturales.

Por su parte Flores (2010:249, citado en Santarelli y Campos, 2012:152) argumenta que:

“Vale replantearse sobre las futuras direcciones de esta Geografía Cultural, que parece mostrar menor interés por los estudios del paisaje, y un mayor acercamiento a las temáticas referidas al consumo y la mercantilización, donde existe [...], la posibilidad de saltar los límites entre lo económico y lo cultural, centrando la atención en la cultura material de los artículos de consumo específicos y en sus significados metafóricos y simbólicos asociados”.

Desde este nuevo contexto, se considera el territorio como una porción de espacio vivido por una comunidad en constante cambio. Consiste en un espacio en mutación que se aleja de la idea política del territorio como marco fijo e inquebrantable (Capellà, 2001:13).

1.1.2. La Geografía cultural del turismo

La Geografía del Turismo constituye uno de los campos emergentes de la disciplina, dentro de la denominada Geografía Humanista. Si bien tradicionalmente el turismo se ha estudiado desde sus inicios con una fuerte orientación economicista y en pequeña escala, privilegiando los enfoques estructuralistas donde se han destacado autores como Richard Butler (1980), George Cazes (1989; 1992) y Fernando Vera (1997)³, es a través de la Geografía Humanista que se propone hacer mayor hincapié en la dimensión cultural, en el individuo y sus prácticas turísticas en el espacio y más conectada a lo cotidiano de las mismas, donde la observación es central.

Actualmente, el turismo es una actividad compleja para analizar debido a que constituye una práctica social y que es acompañado y genera a su vez, por diversos cambios económicos, culturales, políticos y tecnológicos.

A partir de finales de los años setenta del siglo XX, la madurez del modelo turístico tradicional (asociado al turismo de masas, donde la modalidad convencional de sol y playa es la principal), adicionada a los nuevos comportamientos de la demanda turística, conllevan al desarrollo del turismo alternativo, determinando un nuevo escenario sumamente complejo para el estudio por parte de la disciplina geográfica. Donaire manifiesta al respecto:

“[...] las respuestas a la crisis del fordismo dibujan una nueva geografía del turismo, en la que conviven la puesta en valor del patrimonio, la reconversión de los destinos turísticos tradicionales, la implantación de nuevos complejos hiperreales, la progresiva consolidación de formas de turismo sostenible o, incluso, la pervivencia de formas turísticas fordistas en los espacios periféricos” (1998:4).

La declinación del papel del Estado como impulsor del desarrollo e inversión en los destinos, que caracterizó el periodo de 1970 a 1990, acercó la Geografía del turismo al estudio de las nuevas modalidades (asociadas al turismo alternativo), la sostenibilidad, *“[...] la operación, los nuevos espacios ocupados, [...] el turismo cultural, el turismo patrimonial y el turismo urbano”* (Hiernaux, 2006:413).

A partir de 1990 el turismo sostenible, cobró un gran protagonismo. Desde esa perspectiva, Salinas Chávez y Osorio destacan:

“el término turismo sostenible aparece en el debate geográfico en la década de los noventa del siglo XX, para describir un desarrollo ideal del turismo que no implique impactos ambientales y sociales negativos [...], como parte de una propuesta mundial de diversos organismos y organizaciones internacionales relacionadas con la actividad turística que se pone de manifiesto mediante la realización de varias conferencias y la elaboración de diversos documentos [...]” (2006:204).

Se establece un nexo directo entre el desarrollo de la actividad turística y la planificación y gestión del turismo en dicho espacio turístico. La articulación y ordenamiento armónico de los elementos que configuran el territorio deben adecuarse de forma integral a la actividad, de modo que los perjuicios sean menores y los beneficios mayores, ya sea en el ámbito sociocultural, ambiental, económico o paisajístico (Salinas Chávez, 2008).

En este contexto complejo y dinámico, el “giro cultural” producido en las ciencias sociales se expande hasta alcanzar también a la Geografía del turismo (Gibson, 2008; Hall, 2013).

Hiernaux (2008) la ha denominado Geografía cultural del turismo y sostiene que:

“el desarrollo de esta Geografía [...] sugiere recorrer nuevas orientaciones de análisis, sustentadas no solo en un mayor hincapié en la dimensión cultural [...], sino también en el individuo y sus prácticas turísticas en

³ Citados por Hiernaux, D. (2011), “El giro cultural y las nuevas interpretaciones geográficas del Turismo”, en Zusman, P. y Otros (2011). “*Geografías culturales. Aproximaciones, intersecciones y desafíos*”. Ed. De la Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Bs. As.

el espacio, en una geografía más ligada a lo inmediato, lo cotidiano o lo trivial (la “lay geography” de los anglosajones) y a la “corporeidad” de las prácticas turísticas” (2008:178).

La irrupción de estas nuevas variables produce un cambio en la consideración del objeto de estudio de la ciencia geográfica y de su escala de análisis. Se “humaniza” al turismo, ya sea desde la perspectiva del individuo o de su comportamiento socio espacial cotidiano, e interesa lo particular y habitual, antes que lo generalista.

En este marco, Almirón (2004) manifiesta los “nuevos aportes en la geografía del turismo” destacando las contribuciones de Soja (1996), mediante el concepto de Tercer espacio (Third space) en el cual, “*la especificidad espacial del urbanismo es investigada como un espacio enteramente vivido, un lugar simultáneamente real e imaginario, actual y virtual, lugar de experiencia y agencia estructuradas, individuales y colectivas*” (Soja, 2008:40).

Este tercer espacio tiene su anclaje en las ideas de Lefebvre (1974; 1988), quien distingue tres dimensiones o configuraciones del espacio en relación dialéctica: un espacio físico, uno concebido y uno vivido.

Es por lo expuesto, que analizar al turismo desde esta perspectiva geográfica implica estudiar a los turistas y su vinculación socio espacial en una triple esfera: la primera, enmarcada en las prácticas de ocio que realizan y su comportamiento en una dimensión espacio temporal dada; la segunda, la concepción y aprehensión de la realidad de la cual son partícipes; y la tercera, determinar los espacios simbólicos que ellos construyen a partir de dicha actividad.

La sociedad se constituye como consumidora y productora del espacio, y la autora Almirón lo afirma al enunciar que “*[...] el turismo sería una práctica social [...] que precisa del espacio material, conceptual y vivido, y produce [a su vez] espacio, tanto material, conceptual como vivido*” (2004:176). Es así que es necesario analizar al visitante y al residente como recreador, a partir de su pensar, sentir y forma de concebir el desplazamiento y la práctica turístico recreativa.

En la actualidad la separación entre tiempo de trabajo y tiempo de ocio no resulta tan disgregada, al contrario, cada vez en mayor medida se integran y complementan siendo ejemplos concretos los viajes que combinan reuniones y negocios con placer. Al respecto Balastrieri Rodrigues sostiene que:

“[...] es interesante insistir en el tema de la polaridad entre las esferas de trabajo y ocio, tanto en su dimensión social y territorial, lo que dificulta en gran medida el análisis más preciso de la naturaleza de las territorialidades turísticas, ya que las prácticas son cada vez más entrelazadas” (2006:300).

En síntesis, se entiende que el marco teórico propuesto por la Nueva Geografía Cultural de la mano de la Geografía del turismo, es adecuado para el estudio del fenómeno turístico ya que sus prácticas se relacionan con valores individuales del ser humano. De este modo, el enfoque teórico propuesto permite una mejor aprehensión del turismo en tanto aborda la subjetividad del individuo y los lazos que establece con su entorno, entendiendo al espacio como un lugar vivido y percibido. Todo lo cual también se encuentra en estrecha relación con la teoría social, la cual se aborda a continuación.

1.1.3. La Teoría Social

La Teoría Social es constituida por Giddens como un marco conceptual para el análisis de la forma en que los seres humanos producen y reproducen la sociedad a través de sus prácticas. Desde su perspectiva, ningún sujeto ni objeto puede primar sobre el otro, sino que cada uno de ellos está constituido en, y a través, de prácticas recurrentes (Giddens, 1999).

Por ello, considera que las ciencias sociales no deben estudiar ni las vivencias de los actores en forma individual, ni la existencia de alguna forma de totalidad societaria, sino las prácticas sociales ordenadas

en tiempo y espacio. Las actividades humanas sociales que se auto-reproducen revisten un carácter recursivo, esa continuidad de prácticas presupone la reflexividad del entendimiento de los agentes humanos, que a su vez sólo es posible por la continuidad de prácticas. No obstante, aclara que la reflexividad no debe entenderse como mera auto-conciencia sino como el registro del fluir de la vida social, asumiendo que el registro reflexivo de una acción supone una racionalización (Giddens, 1995).

La noción de acción supone la noción de institución y viceversa. De esta manera, para explicar esta relación se debe dar cuenta de cómo se produce la estructuración de las prácticas sociales, entendida como la producción y reproducción a través del tiempo y del espacio (Giddens, 1999). Por lo expuesto, el autor se centra en el carácter repetitivo de las prácticas sociales, considerando que aquello que persiste en el sistema social, son las prácticas de los hombres las que permiten producir y reproducir la estructura.

En resumidas palabras, el núcleo de la teoría de la estructuración está compuesto por los conceptos de estructura, sistema y dualidad de la estructura. Allí se definen las propiedades estructurales de raíz más profunda como principios estructurales, y a las prácticas que poseen la mayor extensión espacio-temporal, seguidas y reconocidas por la mayoría de los miembros de la sociedad, como instituciones (Giddens, 1999).

Los sistemas sociales, entonces, incluyen las actividades sociales situadas en tiempo y espacio, y en ellos está implícita una estructura. Según Giddens, estudiar la estructuración de los sistemas sociales implica estudiar de qué manera los sistemas sociales son producidos, reproducidos y condicionados en las interacciones (Giddens, 1995).

Giddens considera que las prácticas sociales pueden ser estudiadas desde tres puntos de vista: como actos realizados por los actores; como formas constituyentes de interacción; y finalmente como estructuras constituyentes que pertenecen a comunidades sociales; de hecho entiende que la vida social puede considerarse como un conjunto de prácticas reproducidas (Giddens, 1987). Entonces, podría pensarse que, como las estructuras conservan su entidad virtual y ahistórica -y por ende abstracta-, no pueden ser estudiadas directamente por los científicos sociales, que analizan la reproducción de las prácticas sociales y los sistemas de interacción, es decir la vida social. En palabras del autor: “(...) las estructuras pueden en principio ser examinadas siempre en función de su estructuración como una serie de prácticas reproducidas (...)” (Giddens, 1987:164).

Giddens, adopta una concepción más abierta que la del estructuralismo respecto al concepto de estructura, en tanto afirma que la estructura se produce y se reproduce a partir de las prácticas sociales.

En conclusión, la Teoría Social propuesta por Anthony Giddens (1998), posibilita el análisis de los procesos de transformación y reestructuración territorial como procesos sociales complejos donde la acción colectiva, privada y pública, se articulan y, además, permite interpretar los procesos de patrimonialización y valorización territorial relacionados con la actividad turística.

1.2. Algunas consideraciones sobre el desarrollo

En la actualidad el desarrollo sigue siendo asociado en muchos casos, tal como lo afirma Joan Prats (2006:304), a la *“idea de enriquecimiento material, de cómo expandir el volumen de los bienes y servicios producidos”*.

Sin embargo, debido a profundos cambios económicos, sociales, políticos e institucionales, numerosas ciudades y regiones impulsan iniciativas locales de desarrollo buscando obtener nuevas respuestas a los desafíos que se plantean, como a las necesidades y demandas de las poblaciones locales.

En este marco, *“los territorios locales se configuran como espacios sustantivos de expresiones sociales complejas y nuevos ámbitos donde se centran las políticas de desarrollo”* (Madoery, 2009:71). De esta

manera se observa que lo local se convierte en un nuevo punto de encuentro de la relación entre territorio y desarrollo.

En palabras de Madoery (2016) el desarrollo puede ser entendido como un proceso de construcción social complejo, en el cual los actores tienen un rol protagónico, los cuales, condicionados por el contexto, orientan y la sustentan el proceso a través de acuerdos y estrategias sostenidos en el tiempo.

El desarrollo tiene siempre lugar en un territorio, es decir, en un lugar concreto donde existen determinadas características medio-ambientales, una población con una cultura y bases productivas determinadas, además de organizaciones e instituciones sociales y políticas.

Se debe aceptar que comprender y analizar el desarrollo de un territorio requiere un enfoque multiescalar y multidisciplinar donde el mismo sea entendido como un proceso a través del cual se produzcan mejoras en la capacidad económica, en la calidad de vida y la sustentabilidad ambiental, donde deben considerarse aspectos clave que viabilizan o limitan el desarrollo (Sili, 2010).

Bustos Cara afirma que “*el territorio se ha transformado en una referencia de identidad de los pueblos*” (2008:91), y Zusman (2011), ratifica este encuadre mencionando que participan de las dinámicas que configuran las identidades, los paisajes, los lugares y las regiones.

El espacio se relaciona constantemente con la sociedad la cual ejerce un control y construye una imagen (paisaje) sobre él, conformando de esta manera un territorio. Cada uno de los sitios posee un sentido diferente para los actores lo cuales definen sus imaginarios a partir de sus vivencias y experiencias.

Madoery sostiene que en la actualidad el desarrollo es entendido como

“un conjunto de capacidades generadas endógenamente, ligadas a la calidad de los recursos humanos, la capacidad organizativa y de articulación público-privada, la innovación de los agentes locales, la capacidad institucional territorial, donde los impulsos exógenos se incorporan un territorio organizado con una estructura de relaciones establecidas y consolidadas. Y esto sólo es comprensible desde una visión sistémica del desarrollo, desde una mirada compleja que se aproxime a la realidad admitiendo la unidad en la diversidad, la universalidad en la singularidad y permita replantear los temas y valores a partir de intereses propios, locales, sectoriales” (2001:2).

A su vez, es interesante destacar que el desarrollo territorial sostenible constituye un concepto integrador dado que no sólo apunta al crecimiento económico, sino también a la sostenibilidad en los aspectos social, cultural y medioambiental (ESPON, 2007).

1.2.1. Desarrollo territorial, local, endógeno y sustentable

Las concepciones más recientes sobre desarrollo se observan en propuestas tales como: desarrollo regional o endógeno, desarrollo a escala humana, desarrollo sustentable y desarrollo agropolitano (Furlani *et al.*, 1993). Bustos Cara (2008:88) afirma que “*...la búsqueda de una teoría que enmarque las actividades de intervención y mediación del desarrollo es fundamental*”; lo cual significaría pasar de una concepción tradicional del desarrollo a una nueva visión, como algo construido a partir de las capacidades de los actores locales.

Es necesario un marco de acción con la finalidad de encauzar las acciones a realizar para propiciar el desarrollo de un lugar. En el caso de la actividad turística, han surgido muchos destinos sin una planificación previa, sin tomar en cuenta a los lugareños, los beneficios ni las consecuencias que traería aparejado su implementación. Esto ha traído como resultado que, en numerosas oportunidades, surjan inconvenientes ambientales, de capacidad de carga, de insuficiencia de servicios públicos y/o degradación del paisaje, entre otros.

Se considera al desarrollo local/regional como una escala de desarrollo territorial tal como lo sostiene el autor Casalis al afirmar que:

“[...] lo local es una escala del desarrollo territorial –como también es lo microrregional, provincial, lo regional y lo nacional– y que por lo tanto no puede plantearse de forma aislada o recluida a sí misma sino en complementación con otras escalas del desarrollo territorial. Por ello, el desarrollo territorial –como también el desarrollo local– introduce el desafío de ser abordado desde la multiescalaridad” (2011:163).

Por su parte Vázquez Varquero advierte que

“[...] El «desarrollo endógeno» [...] se trata de una aproximación territorial al desarrollo, que hace referencia a los procesos de crecimiento y acumulación de capital de una localidad o un territorio, que tiene cultura e instituciones que le son propias (2007:184).

Y agrega

“el desarrollo endógeno con la capacidad de una comunidad local para utilizar el potencial de desarrollo existente en el territorio y dar respuesta a los desafíos que se le plantean en un momento histórico determinado” (2007:187-188).

El autor Massiris (2012) sostiene que referirse al desarrollo territorial es hablar de un desarrollo territorializado; comprenderlo implica considerar la articulación entre los distintos componentes territoriales “*medio ambiente, población, actividades productivas, gobierno del territorio, etc.*” (2012:29). En la medida que estos componentes se acoplen en las distintas escalas y exista equilibrio y orden de la estructuras territoriales, es cuando se demuestra la territorialidad del desarrollo. De esta manera, el desarrollo adquiere significados diferentes en función de la diversidad sociogeográfica y de las expectativas de las personas que lo ocupan y usan.

Massiris (2006) señala además, que cada espacio plantea condiciones particulares en su organización y funcionamiento, en su posición en el sistema económico, en la visión del mundo de sus gentes, en su problemática y, en consecuencia, se les debe dar un manejo que responda a sus particularidades, buscando aprovechar al máximo las potencialidades y superar las limitaciones.

En el mismo sentido, Madoery (2011) agrega que con la idea de desarrollo territorial se trata de incorporar una política orientada por estrategias territoriales, de desarrollo productivo y empresarial, consensuadas entre los diferentes actores locales en referencia a una visión compartida del territorio, orientándose por el diagnóstico de necesidades concretas desarrollo para la innovación local.

Es así, que considerando la perspectiva territorial

“[...] el desarrollo no solo debe concebirse a partir de las potencialidades productivas que ofrece el patrimonio natural y cultural existente sino, fundamentalmente, de las demandas que la sociedad plantea que incluyen la satisfacción plena de las necesidades materiales y espirituales, y la protección de las condiciones ambientales [...]” Massiris (2012:30).

Por su parte, Sili (2018:16) define al desarrollo territorial citando a Campagne y Pecqueur (2014) como

“un escenario deseado de futuro que se caracterizaría por las siguientes imágenes:

- 1. La existencia de una real capacidad de gestión y control del territorio por parte de los actores concernidos por dicho territorio.*
- 2. Una identidad territorial fortalecida, fuente de innovación y desarrollo cultural que le permite a la sociedad comprender su existencia, su lugar y su relación con el mundo.*
- 3. Un hábitat, un paisaje y un ambiente sano, garante de una elevada calidad de vida segura y de sostenibilidad del empleo.*

4. *Una organización espacial que favorece la integración social y económica y minimiza los conflictos por el uso del suelo y los recursos.*
5. *La presencia de infraestructuras y equipamientos adaptados a las condiciones del territorio y con capacidad para mejorar la calidad de vida, mitigar los riesgos y promover el empleo de calidad.*
6. *La existencia de un ambiente de innovación y valorización de la multiplicidad de los recursos del territorio de manera de sostener sistemas de producción con empleo de calidad”.*

Por su parte Bozzano define al desarrollo territorial como

“un proceso basado en el despliegue simultáneo de acciones en materia de desarrollo endógeno o local, desarrollo institucional y ordenamiento territorial -sostenibles los tres- referidos a un objeto de intervención concreto -reactivación de un tren, mejoramiento barrial, circuitos y/o emprendimientos turísticos, pequeña agricultura familiar, pavimentación de caminos rurales, radicación de una gran empresa, construcción de un puerto, otros- en un recorte espacial concreto, con la participación de actores públicos, privados y de la sociedad civil, promoviendo comunicación, apropiación, valorización y organización,, y generando círculos de transformación virtuosas en conciencias, en acciones y en objetos” (2012b:541-542).

De acuerdo a lo expresado en los párrafos anteriores, el desarrollo territorial constituye un concepto asociado a la idea de contenedor y no a la idea de contenido. En palabras de Boiser *“puede ser considerado como una propiedad emergente de un sistema (espacial, social, económico, tecnológico, cultural) de alta complejidad” (2002:14).*

Para implementar una estrategia de desarrollo territorial, se debe definir con claridad el escenario hacia dónde avanzar y a partir de allí definir los instrumentos y los mecanismos para construir dicho escenario (Sili, 2018). Lo expuesto precedentemente se asocia a los conceptos de territorios enunciados por Bozzano (2000; 2009; 2012a,); *“territorios reales”* los cuales son concretos, descriptivos y visibles; *“territorios pensados”* que son más explicativos, conceptuales y relacionales y, por último, los *“territorios posibles”* que sintetizan los dos anteriores y existen en la medida que aportan elementos viables para producir transformaciones.

Por lo tanto, el punto de partida es analizar el territorio a fin de definir qué elementos existen, evaluar las fortalezas o distinciones posee a fin de lograr una estrategia territorial transformadora en el mismo. En palabras de Madoery (2016:10):

“De nada sirve un proyecto por mejor diseñado que esté, si no se encuentra “situado” en el contexto concreto de los actores de un territorio y si no está debidamente apoyada en el conocimiento pertinente, en la inteligencia territorial necesaria para encauzar el proceso de desarrollo”.

La teoría del desarrollo endógeno se apoya en las contribuciones que han hecho los economistas clásicos y los contemporáneos, recuperando los aportes de Joseph Schumpeter (1978) y Simon Kuznets (1966) sobre formación de capital, cambio tecnológico y aumento de la productividad; Alfred Marshall (1980; 1919) y Paul Rosenstein Rodan (1943) sobre la organización de la producción y rendimientos decrecientes; Francois Perroux (1955) y Edgar M. Hoover (1948) sobre los polos de crecimiento, desarrollo urbano y economías de aglomeración; Ronald Coase (1973) y Douglas North (1990) sobre el desarrollo de las instituciones y la disminución de los costes de transacción.

Esta teoría sostiene que el desarrollo es un proceso territorial, de construcción social, en el que la capacidad emprendedora e innovadora es el mecanismo impulsor de los procesos de transformación de la empresa y de la sociedad. En ella se integran la economía y los aspectos socioculturales en un proyecto sustentable que involucra a la sociedad local, teniendo como objetivo mejorar la calidad de vida de la población.

Boisier afirma que:

“Desarrollo endógeno significa, en efecto, la capacidad para transformar el sistema socio - económico; la habilidad para reaccionar a los desafíos externos; la promoción de aprendizaje social; y la habilidad para introducir formas específicas de regulación social a nivel local que favorecen el desarrollo de las características anteriores. Desarrollo endógeno es, en otras palabras, la habilidad para innovar a nivel local” (2002:12).

Siguiendo a Boiser (1993) señala también que la endogeneidad del desarrollo regional habría que entenderla como un proceso que se presenta en por lo menos cuatro planos que se cortan, se cruzan entre sí: el plano político, el plano económico, el plano científico, tecnológico y el plano de la cultura.

Por su parte Madoery (2005) sostiene que la perspectiva endógena del desarrollo señala la necesidad de delinear una política de creación de recursos específicos en el nivel territorial.

En síntesis, el desarrollo endógeno se produce como resultado de un fuerte proceso de articulación de actores locales y de variadas formas de capital intangible, en el marco preferente de un proyecto político colectivo de desarrollo del territorio en cuestión.

“Todo proceso de desarrollo endógeno se vincula al desarrollo local de una manera asimétrica: el desarrollo local es siempre un desarrollo endógeno, pero éste puede encontrarse en escalas supra locales, como la escala regional por ejemplo” (Boisier, 2002:14).

El desarrollo regional, por su parte, comienza a ser tenido en cuenta a partir de la década de los años 70', cuando el Estado ve disminuida su capacidad de brindar condiciones de bienestar a la población, a partir de la incidencia del proceso de globalización y la descentralización de las decisiones públicas.

Sergio Boisier (1991:416) define el desarrollo endógeno como *“el progreso permanente de la región, de la comunidad regional como un todo y de cada persona en ella”*.

El modelo de desarrollo endógeno en América Latina (Sáenz, 1999) se inscribe en:

- Concepciones y programas promovidos por organismos de planificación nacional y/o regional (planificación para el desarrollo), que proponían el equilibrio regional y la integración territorial sobre un planteo “top down”.
- Transformaciones y crisis del rol del Estado, que ha renunciado y/o desnaturalizado funciones que le resultan esenciales (por ejemplo la educación, la atención a la salud, la seguridad de los ciudadanos) y transfiere responsabilidades propias a la sociedad civil, lo cual da origen al surgimiento de ONG, que cumplen el rol de intercambio de información, búsqueda de apoyos y formulación de reclamos en salvaguarda de la sociedad civil.
- Incorporación del territorio puesto que la gente vive, trabaja y se relaciona en un lugar determinado, cuya observación es de interés para la planificación regional.

Se puede concluir entonces que el desarrollo endógeno es la denominación atribuida a un modo de organización socio-económica, sobre el cual las comunidades locales y regionales expresan y concretan sus propias propuestas de desarrollo comunitario. La forma de realización de este modelo es de “adentro hacia afuera” y de “abajo hacia arriba”, lo cual permite:

- Reconocer e identificar las necesidades y potencialidades reales de una comunidad.
- Integrar de modo participativo a los ciudadanos en el proceso de identificar oportunidades y la toma de decisiones.
- Generar conciencia acerca de un desarrollo sustentable y compatible con la conservación del medio ambiente.

En su concepción, este modelo tiene consecuencias sobre la organización social, la participación política y las necesidades sociales y económicas, en particular, el nivel de empleo, la creación de valor a

partir de recursos locales, la formación de capital social (inclusive capital humano) y la sostenibilidad del medio ambiente.

Por su parte, el *desarrollo sustentable* se define como aquel que:

“atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida” (OMT, 1998:22).

El enfoque hacia el desarrollo sostenible del turismo reviste particular importancia si se tiene en cuenta que la actividad encuentra en los recursos naturales y culturales su principal sustento. Estos se deben conservar para no perjudicar ni menguar la experiencia. Es así como muchas veces es la misma actividad turística, la que propicia y guía la conservación de los recursos y la conciencia patrimonial de muchas comunidades.

En el plano de los problemas socioculturales y ambientales del turismo, y con el objeto de evitar la aparición de los mismos, se debe tender a que el desarrollo del mismo sea planificado, siguiendo criterios ambientales y de capacidad turística.

Desde la perspectiva del visitante, hay que tener en cuenta que los turistas están altamente motivados a concurrir a destinos con una calidad ambiental alta. Esto termina generando una influencia positiva en los residentes, ya que crea conciencia y fomenta la preocupación por el medio, que redundará en una mejora de la calidad de vida de la comunidad.

En cuanto a los beneficios del turismo en la sociedad éstos deben orientarse a que la distribución de los mismos sea la mayor posible, ya que de esta manera el apoyo de los residentes al turismo local se verá magnificado. Es por ello que los desarrollos turísticos se deben planificar y gestionar teniendo en cuenta esta premisa.

Por último es de destacar que el turismo sostenible debe contar con el apoyo político que así lo guíe, de otra manera no logrará prosperar. Es a través de la planificación, desarrollo y gestión del sector turístico, que es posible alcanzar o lograr un turismo sostenible.

La Agenda XXI, que surge de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, celebrada en Río de Janeiro en 1992, marcan desde ese entonces los organismos rectores de la actividad, y muchos gobiernos nacionales, optaron por la sostenibilidad como política de desarrollo. En ella se afirma que deben participar todos los sectores de la sociedad en el turismo, creándose oportunidades para todos los sectores sociales. Esto se consigue con adecuados programas de capacitación.

1.2.2. El turismo como estrategia de desarrollo local y regional

El turismo es una actividad que en la actualidad es reconocida como motor de desarrollo en un territorio provocando que los distintos gobiernos y entidades privadas, le otorguen una mayor atención promoviendo diferentes programas y actividades de fomento a la misma. El turismo se encuentra en pleno auge y crecimiento aunque algunos destinos tradicionales han perdido relevancia por la aparición y demanda de productos alternativos, tal es el caso del turismo de salud y el termalismo. Las motivaciones termales han adquirido un peso creciente, ganando al resto de las motivaciones turísticas gracias a causas explicativas que según expresa Martínez Moure (2004) son: una nueva cultura del ocio presente en la sociedad actual, la cual implica ser respetuoso con el medio ambiente y las características inherentes al producto termal que son la calidad y la novedad del mismo. Por lo mencionado, el turismo constituye una alternativa de desarrollo local y regional.

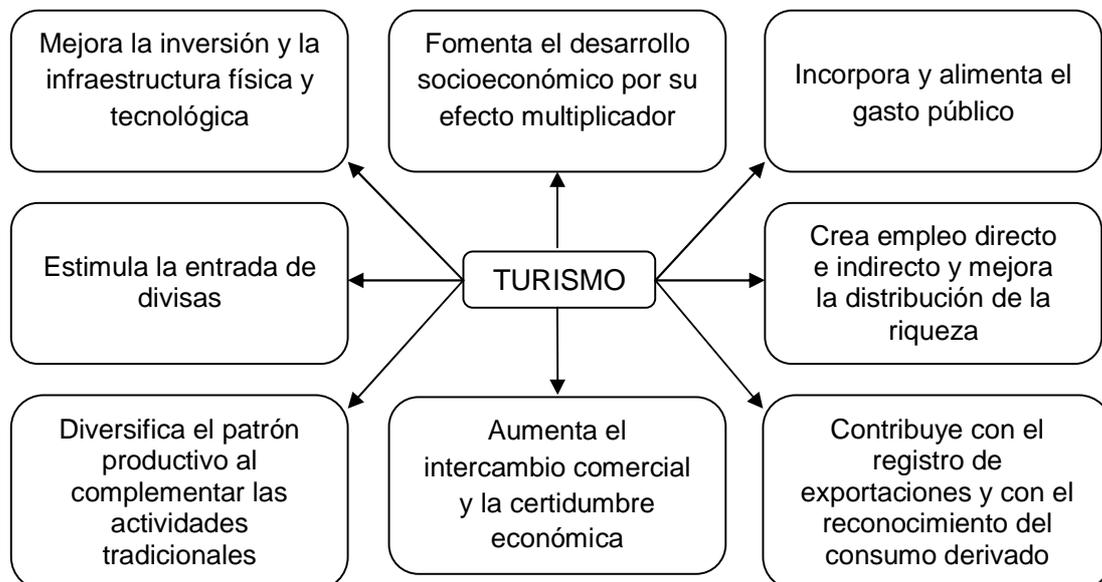
Oyarvide, Nazareno y Ferrales (2016), justifican su importancia tomando en consideración que “*el turismo es una de las mayores industrias a nivel mundial*”, centrándose en el desarrollo sostenible. Esto supone una gran oportunidad en algunas zonas urbanas y rurales en las que no existen otras alternativas de actividad económica, y ofrece la posibilidad de diversificación de la economía.

De esta manera, el turismo puede convertirse en una estrategia de desarrollo local y regional teniendo en consideración que se amplían cada vez más las modalidades turísticas, ajustándose a las necesidades de los consumidores turísticos. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2003), en su informe “Turismo y atenuación de la pobreza”, afirma que el turismo tiene ventajas para los países subdesarrollados, a saber:

- a) el consumo turístico se realiza en el lugar de producción,
- b) no hay barreras arancelarias significativas contra las exportaciones tradicionales de los países en desarrollo,
- c) el turismo se presenta como una actividad que brinda grandes posibilidades para sumar exportaciones competitivas,
- d) su producción depende del capital financiero, productivo, humano, pero también natural y cultural,
- e) es una actividad que aprovecha los recursos,
- f) requiere elevados índices de mano de obra,
- g) en esta actividad hay más puestos ocupados por mujeres en comparación con otros sectores.

Por lo tanto, es posible sostener que la actividad turística impacta positivamente en los lugares, en su desarrollo económico y en la calidad de vida de las personas. Si bien puede generar aspectos negativos que influirán directamente en la población local (alta dependencia de la actividad turística, aumento de precios, degradación del espacio y contaminación, entre otros), los cuales, con una adecuada planificación, pueden atenuarse o evitarse, se observa en el siguiente esquema los puntos de contribución que realiza el turismo.

Figura 1: Contribuciones del turismo al desarrollo local



Fuente: Gambarota, D. (2016) en base a Wallingree y Villar (2009).

Tal como afirma Vera *et al.* (1997:18): “...la creciente demanda de destinos y experiencias alternativas ha propiciado que todos los espacios sean potencialmente turísticos, en razón a su especificidad”; y agrega (1997:12): “el turismo debe ser reconocido [...] como pieza en la construcción de nuevos espacios decrecimiento a escalas regional y local [...], en la transformación de las sociedades y territorios”.

Ante el surgimiento de iniciativas de desarrollo turístico local y regional se debe plantear una metodología a seguir, a fin de planificar el nuevo espacio turístico, la cual podría resumirse en los siguientes puntos:

1. Definición de objetivos: desarrollar estrategias en materia de política turística, establecer líneas dónde se realizarán intervenciones, objetivos específicamente turísticos como alojamiento, infraestructura, medioambiente, demanda, oferta complementaria, entre otros.

2. Análisis y diagnóstico: organizar unidades espaciales para la planificación, analizar aspectos socio-turísticos, medio ambientales y territoriales, definir criterios para el ordenamiento de los espacios turísticos.

3. Bases para el ordenamiento de los espacios turísticos.

A su vez, Beni (1997) sostiene que el desarrollo regional y el planeamiento turístico integrado deben estar conformados por directrices generales basadas en necesidades identificadas de un área determinada, con orientaciones específicas que tiendan a la gestión y desarrollo permanente del territorio.

Es un proceso continuo, permanente y dinámico con una gran interdependencia de los elementos que lo componen, destinado a establecer los objetivos generales del desarrollo, así como el uso, evaluación y jerarquización de los recursos turísticos.

“El enfoque del desarrollo económico local [...] busca difundir el desarrollo desde abajo y con los actores locales, tratando de endogeneizar territorialmente las bases de sustentación del crecimiento económico y el empleo productivo. Con ello, además, se incrementan las posibilidades de aprovecharlas oportunidades de dinamismo externo existentes” (Alburquerque, 2004:17).

Resulta clave la cuestión de la endogeneidad del proceso de desarrollo cuando se aplica esta teoría al campo del turismo debido a que:

1. El desarrollo turístico genera ingresos y empleos; lo que en ocasiones se dificulta es que estos ingresos y empleos se traduzcan en mejoras en la calidad de vida de las comunidades receptoras;

2. Lo anterior no significa adoptar una postura extrema de rechazo a las inversiones extranjeras o extralocales; se deben aprovechar oportunidades, pero manteniendo la capacidad de decisión y liderazgo local.

Vázquez Barquero (2000) sostiene que se puede definir el desarrollo económico local como un proceso de crecimiento y cambio estructural que, mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio, conduce a la mejora del bienestar de la población de una localidad o una región. Cuando la comunidad local es capaz de liderar el proceso de cambio estructural, la forma de desarrollo se puede convenir en denominarla desarrollo local endógeno.

Siguiendo a Vázquez Barquero (2001), los determinantes del desarrollo endógeno son la creación y difusión de innovaciones, la organización flexible de la producción, el desarrollo urbano del territorio y el desarrollo de las instituciones. De los cuatro factores mencionados, la innovación es el que con mayor frecuencia se considera como disparador de procesos de desarrollo. La incorporación permanente de innovaciones en un entorno productivo, es el factor clave de crecimiento y competitividad territorial. La concepción evolucionista de la innovación considera que ésta se genera de manera incremental, en contextos de incertidumbre y que también puede darse en el contexto PYMES, aunque son las redes de empresas y los agrupamientos los que favorecen la creación y difusión del conocimiento que la sustenta.

1.3. El territorio

Tal como se refirió en apartados anteriores, se determinó que el enmarque teórico propuesto para el presente estudio, se corresponde con el proporcionado por el enfoque de la Geografía Humana (Marrón Gaité, 2009; Santarelli y Campos, 2002; Ortega Valcárcel, 2004) y la Nueva Geografía Cultural, siendo algunos de los autores relevantes en el tema Claval, 1999; Capellà, 2001, 2002; Hiernaux y Lindón, 2006; Méndez, 2008; Flores, 2010; entre otros.

La Nueva Geografía cultural ha retomado el concepto de territorio, poniendo énfasis en su carácter simbólico y su papel identitario. Desde esta perspectiva, se considera el concepto de territorio como una porción de espacio vivido por una comunidad en constante cambio. Se trata de un espacio en mutación que se aleja de la idea política del territorio como marco fijo e inquebrantable (Capellà, 2001:13). Deja de ser el mero portador de recursos turísticos, condicionantes de la actividad turística, y se transforma en un concepto socio-espacial integrador. Bertonecello (2002) lo aclara afirmando que se articula la valorización turístico-recreativa de lugares diferentes, con caracteres propios y particulares, en la que dicha distinción es uno de los condicionantes que determinan el desplazamiento y posibilita la integración de espacios disímiles en un territorio turístico. En esta articulación e integración de espacios, interviene la "mirada del turista" propuesta por Urry:

"varía según la sociedad, el grupo social y el periodo histórico. Dichas miradas se construyen a través de la diferencia. [...] Lo que conforma una mirada particular del turista depende de aquello con lo cual se le contrasta, y de cuales resulten ser las formas de actividad no turística. Por lo tanto, la mirada presupone un sistema de actividades y signos sociales que identifican prácticas turísticas particulares, no en términos de características intrínsecas, sino a través de contrastes implicados por las prácticas sociales no turísticas, en particular asociadas con el hogar y el trabajo asalariado" (2004:2).

Dicha subjetividad social es la estructuradora del territorio en cuestión. Esta es dada por la apreciación de ciertos recursos, en un espacio disímil al receptor de turistas, y condicionada por factores políticos, culturales, económicos y sociales.

Bustos Cara (1998) propone definir al territorio como espacio con sentido. El sentido está influido por las ideologías dominantes en una etapa histórica determinada en relación a un proyecto compartido, colectivamente o no, pero hegemónico.

El territorio se reconoce como una construcción social, formado a través de procesos desarrollados en el tiempo y en el espacio, que resulta de la incidencia de relaciones sociales con diferentes lógicas adoptadas por los distintos actores, a fin de lograr su conformación.

Según Furió (1996:14), la noción de territorio hace alusión a *"la naturaleza de estos factores y su carácter localizado ha dado lugar al surgimiento de la noción de territorio como la idea-fuerza de la cual depende el desarrollo económico regional"*.

El desarrollo endógeno coloca su atención en el papel de las iniciativas locales y se orienta a satisfacer las necesidades de la población local fomentando su activa participación, y promoviendo su acercamiento al funcionamiento del sistema productivo. De esta manera, el territorio funciona como un factor de transformación, donde los actores se desarrollan interrelacionándose y no como un mero soporte de las actividades (Vázquez Barquero, 1988), lo cual permite observar con claridad la potencialidad que posee y entender al territorio como un ente que se nutre de las acciones de sus instituciones, gobernantes y empresas para lograr el incremento de su competitividad.

El territorio, socialmente construido, puede apoyar u obstaculizar los procesos de desarrollo, el cual se basa en una adecuada utilización de los recursos propios y orientarse a satisfacer las necesidades de la población. De esta manera, las medidas de apoyo más adecuadas serán las destinadas a revalorizar esas potencialidades territoriales, y promover iniciativas que puedan utilizar los grupos humanos en forma eficiente.

Todo lo expuesto exige poseer un adecuado conocimiento de la realidad local, siendo aconsejable una descentralización de las decisiones políticas en esta materia, lo cual facilita la definición de objetivos apropiados para cada caso y una gestión más eficaz.

Boisier afirma que:

“Territorio es todo recorte de la superficie terrestre, pero no cualquier territorio interesa desde el punto de vista del desarrollo. Se refiere a la escala geográfica de un proceso y no a su sustancia” (2002:6).

El territorio es considerado por Méndez (1997) como un sistema constituido por varios subsistemas (natural, social, cultural, tecnológico, productivo, político), interactivo y dinámico, y se traduce en la consideración de varios factores del desarrollo, que pueden sintetizarse en cinco tipos de variables estratégicas analizadas:

1) Infraestructuras técnicas: constituidas por infraestructura de transporte y telecomunicación. Biehl (1988) considera que un mejor equipamiento infraestructural incrementa la productividad de la inversión privada, en la medida que rebaja los costes privados, por lo que una región bien equipada de infraestructura tendrá una ventaja comparativa respecto a otra peor equipada.

Si bien poseer este tipo de infraestructura no es suficiente para lograr el desarrollo regional, produce efectos más relacionados con la mejora de accesibilidad (externa/interna) y la reducción de costes asociados al movimiento, así como una mayor facilidad para que las empresas operen en una red en una forma más eficiente.

2) Estructura productiva y del mercado del trabajo: se destacan los beneficios de una cierta diversificación productiva en la que coexisten múltiples actividades, ocupaciones profesionales y niveles de cualificación. Se valora a las PYMES con capacidad innovadora como motores del crecimiento exponencial por algunas regiones, así como a una abundante oferta de servicios empresariales. La existencia de recursos humanos con un elevado nivel de formación y/o un saber hacer pueden ser un factor importante para la generación de iniciativas como en la obtención de altos niveles de productividad.

3) Características socioculturales e institucionales: los sistemas sociales poseen capacidad para propiciar la aparición de emprendedores con iniciativa, recursos económicos y formación suficientes, así como para asimilar e impulsar el cambio y la innovación.

Las instituciones públicas tienen una importante funcionalidad en la promoción directa de la actividad económica, el fomento de la cooperación entre los diferentes agentes involucrados en los procesos productivos y de distribución, y en la búsqueda de una favorable inserción del territorio en los mercados globales.

4) Estructura del sistema regional de innovación: es importante que el sistema nacional o regional de innovación esté articulado con relaciones de colaboración entre los centros de innovación/formación, las instituciones públicas y las empresas del área, generadoras de redes de innovación.

5) Estructura espacial y recursos ambientales: si bien las primeras referencias al desarrollo endógeno se centraron en las áreas rurales, ha crecido la aceptación de que resulta más favorable la existencia de un cierto grado de concentración y urbanización, ya que la proximidad favorece las interrelaciones, una cierta densidad asegura la superación de un umbral mínimo de demanda y la existencia de una red urbana suele correlacionarse positivamente con una dotación suficiente de servicios y equipamiento.

Además, la calidad ambiental ha comenzado a valorarse también como un recurso para el desarrollo, ya que, aparte de vincularse directamente con la calidad de vida de la población, puede ser un factor que tiende a elevar su influencia sobre las decisiones de localización de las empresas y sobre la imagen externa de los territorios.

Es importante aclarar que según Luengo (1998:1) se entiende por calidad ambiental a

“...las condiciones óptimas que rigen el comportamiento del espacio habitable en términos de confort asociados a lo ecológico, biológico, económico-productivo, socio-cultural, tipológico, tecnológico y estético en sus dimensiones espaciales. De esta manera, la calidad ambiental urbana es por extensión, producto de la interacción de estas variables para la conformación de un hábitat saludable, confortable y capaz de satisfacer los requerimientos básicos de sustentabilidad de la vida humana individual y en interacción social dentro del medio urbano”.

Siguiendo la teoría del desarrollo local, el territorio puede considerarse como actor, y no solamente como un conjunto de recursos naturales o infraestructura, siempre que se lo entienda como una compleja trama de relaciones que los individuos producen en su interacción determinando una identidad local.

Los turistas provienen por definición de otros centros emisores, y los residentes conforman la comunidad anfitriona; los otros subsistemas pueden tener su centro de actividad e interés tanto en el territorio como fuera de él.

1.3.1. Los lugares turísticos

El turismo, en tanto práctica sociocultural y económica implica usos y valorizaciones específicas del espacio, el cual conforma una dimensión constitutiva de la práctica turística. Justamente, involucra un desplazamiento espacial de sujetos desde un lugar hacia otro a fin de realizar actividades de ocio y recreación, para luego retornar a sus lugares de origen. Por tanto, el conjunto articulado lugar de origen, lugar de destino y de tránsito, conforman, en términos generales, el territorio turístico.

Asimismo, los lugares valorizados como destinos turísticos se diferencian del lugar de origen de los turistas por el hecho de que en él se encuentran aquellos atributos que atraen a los turistas y motivan su práctica, y al mismo tiempo, porque la llegada de turistas conlleva transformaciones en dichos lugares de destino que reproducen la diferenciación territorial. Al mismo tiempo, la diferenciación también acontece en relación con otros lugares (con los que se compite como destino turístico, o se coopera en la definición de nuevos destinos) y de una totalidad socioterritorial en la que el turismo se realiza.

Se puede aseverar entonces, que el desarrollo de la práctica turística conlleva la transformación de los lugares que se valorizan turísticamente, y que estas transformaciones se expresan tanto al interior del lugar, como en las relaciones entre distintos lugares o fragmentos territoriales.

En contextos sociales específicos se encuentran las dinámicas que producen y estructuran el territorio. Así, el territorio es un elemento intrínseco a las lógicas de los actores, que pretenden apropiarlo, valorizarlo y transformarlo tanto material como simbólicamente. En otras palabras, y tal lo afirma Bertonecello (2002) la producción del territorio en general y del territorio turístico en particular (y su control) se vuelve una forma específica de ejercer poder, que transforma tanto el territorio como la práctica misma.

1.3.1.1. La turistificación de los lugares

Valorizar un sitio como destino turístico implica un conjunto de transformaciones territoriales que se operan en su interior y que se expresan a diferentes escalas. En efecto, algunos de sus atributos deberán ser acondicionados para su consumo por parte de los turistas. Además, para que este consumo se pueda efectivizar se debe construirse una infraestructura que posibilite la permanencia del turista en destino. De esta manera, la incorporación de un territorio en la dinámica turística en tanto destino, conlleva un proceso de transformación donde se articulan sus elementos, los gustos y deseos de los turistas (que en parte se definen en sus sociedades de origen) y la concreción de prácticas económicas orientadas a la satisfacción del turista.

Al respecto, Knafou (1992) desarrolla el concepto “turistificación” que refiere al proceso específico de producción de un lugar turístico, el cual involucra tanto la transformación material del espacio turístico en su interior, como la producción de imágenes y representaciones del mismo. Específicamente, el autor formula que la “invención de un lugar turístico” consiste en “una nueva lectura del territorio” (Knafou, 1992:835) como resultado de un doble movimiento que radica en, por un lado, la subversión de los usos dominantes del sitio a partir de la refuncionalización utilitaria del espacio para la práctica turística y, por otro, la incorporación de nuevos espacios, resultando en una nueva organización territorial.

De esta manera, la transformación de un espacio en destino turístico, implicará la producción de un espacio organizado por y para el turismo, en el cual se pueden incorporar nuevas áreas y/o refuncionalizarse otras a fin de responder a las necesidades de los turistas. En la producción de este espacio turístico cumplen un rol central el Estado y diferentes agentes económicos.

Asimismo, la iniciativa de conformar un lugar turístico conlleva la construcción de un territorio turístico como resultado de la apropiación por los turistas del territorio. Esto es así ya que los turistas, además de utilizar el espacio mediante la concreción de actividades de ocio, recreación, alojamiento y gastronomía, valorizan el lugar simbólicamente, se apropian del mismo en la medida que construyen nuevas representaciones e imágenes de él en tanto destino turístico. Es decir, se valorizan los atributos y la construcción de nuevas representaciones del lugar. Estas valorizaciones, a su vez, se relacionan con las necesidades y deseos, ideas e ideologías de los turistas, las cuales se definen, en gran medida, en sus lugares de residencia habitual.

En definitiva, surgen nuevas representaciones e imágenes de los lugares “turistificados” que se explican por la interacción de agentes económicos que actúan a diferentes escalas, con el objetivo de generar nuevos negocios –explotando especificidades locales material y simbólicamente–, y los turistas, que concretan el consumo material y simbólico de los atractivos turísticos en particular y de los destinos turísticos en general.

Asimismo, un lugar “turistificado” conforma un territorio que ha adquirido nuevas valoraciones que lo diferencian, no sólo de los lugares de residencia de los turistas, sino de otros lugares con los cuales compite (o coopera) turísticamente.

Por tanto, un destino turístico será objeto de nuevas valoraciones en la medida que exista un interés por diferenciar ese lugar de otros con los cuales compite y, así, captar un potencial. En este sentido, procesos de escenificación de especificidades, la “exaltación” de otras, e incluso la invención de atributos en determinados lugares, serán algunas de las formas mediante las cuales, promotores turísticos y agentes gubernamentales construyen diferencias y representaciones que, si bien se articulan en el mercado turístico, su difusión excede estos ámbitos y se instala en las representaciones del territorio en general.

1.3.2. Patrimonio y territorio

Entre los conceptos de patrimonio y territorio existe una fuerte relación, debido a que ambos juegan en la sociedad como mediadores interpersonales e identitarios. En este sentido, Bustos Cara (1998) define la territorialización como un proceso de construcción y estructuración que incluye como totalidades al conjunto de la organización social global u organizaciones parciales. Cada proceso de estructuración implica también un proceso de desestructuración que genera las condiciones para la reestructuración que vendrá. En términos de territorio son los procesos identificados en la teoría de C. Raffestin (Lorda, 2005), territorialización, desterritorialización y reterritorialización. Es de esta manera que en el territorio se suceden continuamente los procesos mencionados los cuales modifican también a las sociedades y su patrimonio.

Además, Bustos Cara sostiene que la patrimonialización es un:

“proceso voluntario de incorporación de valores socialmente construidos, contenido en el espacio-tiempo de una sociedad particular y forma parte de los procesos de territorialización que están en la base de la relación entre territorio y cultura. La apropiación y valorización como acción selectiva, individual o colectiva, se expresa en acciones concretas que permiten construir referencias identitarias durables” (2004:11).

El proceso de territorialización, implica la transformación del espacio en territorio mediante la asignación de sentido.

Junto al proceso de territorialización, se desarrolla también el proceso de patrimonialización que resignifica el patrimonio a partir de procesos sociales de asignación de sentido al territorio que llevan a la construcción de atraktividad turística.

Almirón, Bertonecello y Troncoso (2006), agregan que los procesos sociales de asignación de sentido llevan a la legitimación cultural en la medida que el patrimonio produce adhesiones por parte de la sociedad dado que se vincula estrechamente con valores identitarios y culturales. De esta forma, el patrimonio no sólo se define como la herencia, sino también es el resultado de procesos actuales de activación patrimonial que consisten en un proceso de selección de determinados objetos entre un conjunto amplio de objetos pasibles de ser patrimonializados y una vez que son legitimados culturalmente se convierten en fuente de atraktividad turística.

1.3.2.1. El patrimonio territorial y el turismo

El patrimonio territorial constituye una noción amplia e integradora del patrimonio a partir de la cual es posible su puesta en valor considerando una perspectiva sostenible. Según Ortega Valcárcel (1998) incluye el conjunto de recursos culturales y naturales heredados en un espacio geográfico determinado y antropizado, que poseen un elevado grado de reconocimiento y aceptación social y que han demostrado equilibrio ambiental.

La connotación territorial es otorgada por la valorización que realiza la sociedad sobre este conjunto de elementos. Es decir, sin el reconocimiento por parte de una comunidad, sólo se está en presencia de meros componentes portadores de atributos, pero carentes de significado social. Sin embargo, en la actualidad el patrimonio es considerado, en palabras de Troncoso (2012:47): *“...como un espacio de conflicto, lucha, tensión y negociación entre diferentes sectores por hacer prevalecer su versión del patrimonio”*, debido a que el Estado se constituye en un actor central y determinante, donde la participación social en el proceso de decisiones públicas respecto al patrimonio es escasa.

Magnaghi (2011:114) afirma que se debe *“considerar el territorio como patrimonio a aprovechar para producir riqueza, atribuyéndole nuevos valores como recursos y para seguir aumentando constantemente el valor, a través de la producción de nuevos actos territorializantes”*.

En las últimas décadas del siglo XX, se produjo un cambio de mirada sobre el concepto de patrimonio, como también una reelaboración teórica del término de territorio. Por lo cual, se comienza en este período a estimar el territorio como un recurso cultural y económico, a partir de su valoración como parte del patrimonio histórico y cultural.

Por lo dicho anteriormente, se puede decir que entender al territorio como patrimonio no implica “museificarlo”. Más bien al contrario, consiste en realizar una reinterpretación del lugar para transformarlo activamente en relación a las necesidades contemporáneas de su población.

El turismo, considerado como una práctica social, la conceptualización del territorio como patrimonio (Ortega Valcárcel, 1998), una adecuada comprensión de la dimensión territorial del patrimonio (Castillo, 2009), la sostenibilidad de los destinos turísticos (Carta del Turismo Sostenible, Lanzarote, 1995) y los requisitos que estos deben reunir para que sean considerados como patrimoniales (Brito, 2009),

contribuyen a crear condiciones favorables para analizar las dinámicas territoriales y las relaciones entre patrimonio y turismo.

Todo lo mencionado resulta favorable para que se perfilen modelos de gestión sostenibles entre el patrimonio y el turismo y se incorporen de forma equilibrada a los programas o proyectos de desarrollo territorial y urbano (Troitiño Vinuesa y Troitiño Torralba, 2013); comprender apropiadamente estos procesos de cambio es fundamental para elaborar definiciones positivas de las realidades y dinámicas territoriales.

1.3.2.1.1. Las aguas termales como patrimonio natural y cultural

La relación de los conceptos cultura y patrimonio se originó a partir de procesos históricos y sociales generados durante el siglo XIX y que surgen en el siglo XX (Ariño, 2012) la constitución de los Estados, la aparición de un nuevo sistema económico mundial y el desarrollo de los países modernos dentro del contexto de la incipiente globalización, la cual provocó la homogenización de la vida cultural y la desaparición de sus fronteras culturales.

Como consecuencia, se instala una problemática emergente en donde debían de redefinirse culturalmente los Estados y las sociedades, dejando bien claro qué era lo que los describía y diferenciaba, encerrando dentro de sus límites culturales sus elementos más representativos.

Así comienza a configurarse una “*mirada patrimonial sobre la cultura*” (Ariño, 2012:12) y el concepto de patrimonio cultural para asegurar esa cohesión social y continuidad temporal de una sociedad. Siguiendo a Ariño (2012), esta mirada se construye estableciendo un nuevo campo de significación que se organiza en torno a la valoración social de los objetos y prácticas como expresiones testimoniales que implica una toma de conciencia de la distancia temporal entre presente y pasado; una nueva interpretación de los objetos y prácticas como bienes colectivos, frágiles y perennes, que poseen un gran valor y deben ser resguardados.

La importancia de la preservación de los objetos y prácticas de una sociedad radica en que éstos poseen información para comprender su historia y forman parte de su identidad. Es por esto que Tugores y Planas (2006) afirman que determinados objetos y prácticas se reconocen como bienes culturales, los cuales concentran un alto valor para una sociedad, es decir, asumen valores simbólicos que sintetizan el perfil de la cultura a la que pertenecen.

El patrimonio cultural según lo expresa Bolfy (2001:82), está constituido por “*aquellos productos culturales tangibles o intangibles que tienen un valor excepcional para una colectividad social determinada y que forma parte fundamental de su identidad cultural*”. Gonçalves (2005:47) por su parte, afirma que el “*patrimonio cultural constituye una categoría de pensamiento extremadamente importante para la vida social y mental de las colectividades humanas*”.

Resumiendo, el patrimonio cultural consiste en una categoría de clasificación de objetos socialmente construida; es una construcción social que se materializa a través de una selección y concentración de bienes culturales (Prats, 1998; Tugores y Planas, 2006; Hernández I. Martí, 2008; Ariño, 2012; García Cuetos, 2012; Davallon, 2014). Su interpretación es dinámica, ya que depende de la construcción social, de la interpretación y de la definición que hace una sociedad de él en un tiempo y un contexto determinado.

Respecto a las aguas, se puede afirmar que tienen una historia, un pasado y una forma, y es en torno a ellos, que se construyen las representaciones sociales sobre las mismas “*(...) identificando virtudes y vicisitudes que conducen a la existencia cultural de las aguas*” (Quintela, 1999:171). Son consideradas como patrimonio natural y cultural, como parte constitutiva de un territorio. El autor Haesbaert (2002) lo sostiene cuando alega que son parte de espacios, los cuales además de ser la base económica y política de determinados grupos sociales, son fuentes de identificación cultural y referencia simbólica.

Asimismo, las Naciones Unidas en el informe sobre los recursos hídricos (2006), expresa que las aguas son patrimonios culturales materiales que podrían convertirse en el bien más caro de la historia de la humanidad y desencadenar hasta más guerras que el petróleo.

Quintela (1999) advierte además que las aguas y sus propiedades han inspirado imaginarios sociales de diferentes versiones, entre las cuales se encuentran los utilizados en la salud, para actividades religiosas o para recreación hace milenios. Forman parte de las representaciones culturales sobre las experiencias termales, usadas para —el cuerpo, la enfermedad crónica, el dolor, el sufrimiento- y, al mismo tiempo, la recreación, asociado a *“las virtudes atribuidas al agua y al territorio en el contexto del espacio termal”* (Quintela, 1999:171).

Quintela (1999), refiere que las prácticas terapéuticas e higiénicas de los baños termales, es decir, el comportamiento de las personas en los parques termales, sus hábitos y sus discursos al respecto, permiten identificar una “cultura termal”. De esta manera, con base en sus estudios y en la etnografía de las experiencias termales realizadas en Termas de San Pedro del Sur (Portugal) y de Santo Amaro da Imperatriz (Estado de Santa Catarina, Brasil), constata que la jerarquización de las aguas calientes por virtudes y cualidades, está relacionada con la historia del lugar según el cual se establecen los criterios para la atribución de autenticidad. Algunas serán “mejores” y “más fuertes” que otras. Asimismo, advierte que los practicantes del turismo termal son asiduos, frecuentan diversas termas y establecen relaciones entre sí y con los nativos de las localidades que visitan. Del mismo modo, considerando a los visitantes y la población local, intenta comprender, a través de la observación etnográfica, determinados aspectos de la construcción social de las representaciones en torno al cuerpo, la enfermedad crónica, del dolor, del sufrimiento y de la recreación, tal como se estructuran en torno de las virtudes atribuidas al agua y al territorio, en el contexto del espacio termal. Según sus observaciones, los baños adquieren funciones diferentes de acuerdo al uso social del agua termal, a la cual corresponden diferentes rituales, que acentúan las propiedades de transmutabilidad de este líquido y, siendo así, la función atribuida al agua caliente (termal) también cambia en el espacio termal de acuerdo con el día de la semana y con la época del año.

En varios lugares del mundo, incluida la Argentina, las personas frecuentan las aguas termales en busca de cura y alivio para sus males, pero también por el placer de disfrutarlas como parte de sus actividades recreativas.

La utilización de las aguas termales como fuente de salud y bienestar, como patrimonio y fuente de identificación cultural, fue y sigue siendo igualmente responsable de transformar ciudades en destinos turísticos. Tales son los casos de las localidades de la provincia de Entre Ríos, Villa Elisa, que fomentó el turismo termal a partir de 1999, y San José inició sus actividades turísticas relacionadas al termalismo en el año 2004 (Wallingre, 2011a y 2011b).

1.4. El Turismo alternativo. Los productos turísticos “alternativos”

Durante las últimas décadas, profundas transformaciones se han producido debido a la irrupción de la revolución tecnológica, el proceso de globalización de la economía y de la comunicación, modificando las formas de producir, consumir, informar, gestionar y pensar. Estos cambios han influido en la actividad turística, la cual debe adaptarse a las nuevas demandas de los viajeros. Los requerimientos fueron mutando desde destinos clásicos como el de sol y playa hacia otros, donde el contacto con la naturaleza y la cultura del lugar es mayor y desde una perspectiva sustentable.

Como consecuencia, se observa un proceso de desvalorización de productos y áreas tradicionales y, simultáneamente, se crean y valorizan nuevos productos alternativos, presentándose como opciones exclusivas y sofisticadas en relación a los tradicionales, configurándose como nuevas formas de distinción sociocultural. Bertoncetto (2002:7) refiere que:

"...Nuevamente, son estas condiciones económicas, sociales y culturales las que van a permitir interpretar en profundidad las nuevas prácticas turísticas. Nuevos y más numerosos agentes económicos ofrecen nuevos y diversificados productos. Sociedades fuertemente fragmentadas y excluyentes consumen esta diversidad de productos; algunos multiplican sus consumos turísticos aprovechando la mayor y más diversificada oferta, y a ellos se orientan la mayoría de los productos de turismo alternativo; otros seguirán consumiendo los productos del turismo masivo, muchos de ellos degradados simbólicamente y materialmente; otros no consumirán nada..."

Este proceso constituye una oportunidad de crecimiento y desarrollo para territorios que desarrollan nuevos destinos o actividades turísticas atrayendo de esta manera una nueva dinámica a su territorio que le permite una mayor diversificación de la economía y beneficios para la población residente, tales como creación de puestos de trabajo, mejora de la infraestructura, mayor movimiento comercial, entre otros.

Los cambios contemporáneos en el turismo implican la forma en que el turista interactúa y percibe sus relaciones con el entorno, los otros turistas y sus anfitriones. Esta tendencia ha generado un nuevo modelo de turismo conocido como "turismo de nichos", que difiere del "turismo tradicional" o de masas (Huber, 2001; Wallingree, 2012). En este contexto y respecto a la práctica turística, Marchena (1994) da cuenta de sus cambios e identifica el paso de un turismo fordista de carácter inclusivo y masivo, con productos homogéneos y estandarizados, vinculados a la restauración física en destinos de sol y playa, etc., hacia una nueva modalidad denominada "turismo posfordista" (Donaire, 1998; Santana, 2000 y 2003). Modalidad asociada a nuevos procesos de fragmentación y mayor selectividad de la demanda, y configurada a partir de una multiplicación y mayor diversidad/heterogeneidad de los destinos, de los tiempos de desplazamiento y de las modalidades puntuales y específicas.

De esta manera, actualmente se asiste a una oferta creciente de productos turísticos diversificados y muy orientados a la satisfacción de intereses heterogéneos de potenciales turistas que buscan lo diferente y lo que satisfaga sus intereses más específicos con el nombre de turismo de nichos a la carta o alternativos (Meethan, 2001). Por lo tanto, la multiplicación de productos y destinos resulta una condición fundamental para alimentar estos nuevos y heterogéneos intereses.

Es a partir del auge del turismo de nichos, y la consecuente multiplicación de productos y variantes del turismo, lo que conlleva la posibilidad de que cualquier localidad, región o circuito pueda llevar adelante el proceso de construcción de atractividad necesario para convertirse en un destino turístico.

Bertoncello *et al* (2016:110), afirman que:

"el énfasis en la experiencia en sí misma pone también una dosis de cambio, en la medida en que lo que motiva el viaje turístico ya no es sólo el conocimiento de lo diferente y valioso por sus cualidades intrínsecas, sino la posibilidad de vivencias y experiencias agradables y confortables, que satisfagan necesidades de descanso o alejamiento del lugar de residencia habitual, contribuyendo asimismo a evidenciar distinción social. De esta forma, se expanden modalidades turísticas que se aproximan a experiencias cotidianas desplazadas".

Las características más solicitadas son la atención personalizada y la oportunidad de una experiencia de viaje prácticamente a la medida, donde el destino es lo importante y las vivencias con la comunidad receptora son personales, únicas, irrepetibles y de calidad (Salcedo y San Martín, 2012). Esta nueva demanda, que crece día a día, tiene como principal motivación el consumo del espacio turístico valorando su paisaje, su naturaleza, la vida saludable, y la tranquilidad, generando así un turismo más especializado que apunta a satisfacer una demanda más segmentada.

Los centros urbanos intermedios, sumado al impulso de la actividad turística, puede convertirse en una verdadera oportunidad de desarrollo ya que se cuenta con recursos potencialmente turísticos y factibles de ser incorporados a un destino. En palabras de Vera *et al*, (1997:12): *"el turismo debe ser reconocido*

[...] como pieza en la construcción de nuevos espacios de crecimiento a escalas regional y local [...], en la transformación de las sociedades y territorios”.

De esta manera, el surgimiento del turismo de nichos y sus modalidades, adquiere relevancia y con el mencionado, el turismo salud, donde se incluye a la actividad termal.

1.4.1. Turismo termal y termalismo

El termalismo se asocia a fuentes de aguas minerales calientes o termales con temperaturas superiores a los 30° C, que varían desde rústicas fuentes que afloran desde la tierra hasta modernos centros con los más diversos servicios para el bienestar y tratamientos terapéuticos para el estrés.

La actividad termal se produce por condiciones geográficas, climáticas, geológicas e hidrogeológicas que, combinada con el turismo, representa una rentable actividad económica, que ha pasado a llamarse *turismo termal*, de gran desarrollo en Europa y con gran expansión en nuestro país. En estos centros aparte del servicio de baños termales, se ofrecen servicios de hotelería, restaurante, recreación y tratamientos.

Existen dos orientaciones de Termalismo: balnearios termales para vacacionar o *Termoludismo* donde si bien se tiene en cuenta el cuidado de la salud, apunta más al ocio; y los *Centros o Complejos Termales*, donde la motivación principal es la acción terapéutica de las aguas. (Millot, 2002).

La primera orientación es la más difundida en nuestro país y la concurrencia a los Balnearios está motivada a practicar *Turismo de Salud* que consiste en una nueva tendencia mundial donde en una región se combinan el tratamiento del cuerpo utilizando técnicas terapéuticas, el paseo, la diversión y el ocio.

Se utilizan zonas con aguas mineromedicinales para el tratamiento de diversas enfermedades o con fines estéticos y de relajación, y sobre la base de una infraestructura turística ya existente como producto turístico.

El Turismo de Salud es reconocido por la Organización Mundial del Turismo (OMT) como una tipología cuya práctica es proclamada en todo el mundo y difundida junto a la Organización Mundial de la Salud (OMS). Es una conjunción de la salud y el turismo.

La Secretaría de Turismo de la Nación Argentina considera que:

“El Turismo Termal es apto tanto para personas sanas que necesitan relax, como para personas que presentan síntomas de diversas afecciones, tales como problemas respiratorios, enfermedades de la piel, trastornos del aparato locomotor, circulatorio, digestivo y tratamientos estéticos” (Secretaría de Turismo de la Argentina, 2011).

Además, determina que:

“El Turismo de Salud es una actividad que aprovecha las diferentes fuentes termo-minero-medicinales y sus derivados (aguas, peloides y algas), con la posibilidad de combinarlos con el sol y el clima; a través de diversas técnicas de aplicación al ritmo, intensidad, duración y frecuencias establecidas por un médico; con fines curativos, preventivos y de rehabilitación en pos de mejorar la calidad de vida del turista” (Secretaría de Turismo de la Argentina, 2011).

El aprovechamiento del recurso termal con fines de ocio y/o para la salud se remonta a lugares y contextos históricos sumamente diversos. Culturas diversas han explorado y desarrollado formas específicas de utilizar las aguas termales, a partir del reconocimiento de cualidades benéficas para la salud. Asimismo, las aguas han sido objeto de diversas representaciones, otorgándoles propiedades mágicas, sobrenaturales, divinas, científicas, siempre en torno a sus virtudes “sanadoras”.

Justamente, el carácter benéfico de las aguas termales para la salud humana ha sido una representación constante en todas las culturas que conocieron este elemento natural. Sin embargo, las formas de aprovecharlas han sido diversas y complejas y, por tanto, han cumplido diferentes funciones y roles en el contexto de las diferentes culturas que utilizaron el recurso. Precisamente, los lugares donde se encontraban las termas y se utilizaban fueron conformando sitios que posibilitaron la restauración y/o preservación de la salud, junto a la concreción de actividades de recreación y de ocio. Los mencionados constituyeron ámbitos de distinción social o, por el contrario, siendo prohibidos al considerar el uso de las aguas una práctica “infame”. (Quintela, 2004).

La limpieza con agua se ha asociado desde la antigüedad a numerosas prácticas religiosas, en especial a los ritos de purificación, actualmente muy importantes en las religiones musulmanas e hindú. Muchas civilizaciones han considerado el aseo personal como una práctica saludable y placentera, sobre todo las culturas clásicas griega y romana, y esta tradición se ha transmitido a lo largo del tiempo a otras culturas, como la islámica, hasta llegar al mundo moderno occidental; además, puede servir como medio de relación social.

Diferentes civilizaciones han desarrollado conocimientos y prácticas respecto a las “aguas termales” a lo largo de la historia. Culturas prehispánicas en Sudamérica, la antigua Grecia, celtas, árabes, judíos, cristianos son sólo algunas culturas antiguas que han sabido usar las aguas termales con fines curativos y a las cuales han otorgado cualidades de carácter mágico, religioso o exaltando positivamente sus virtudes únicas asociadas a su capacidad “sanadora”.

En tierras europeas, el uso de las aguas aconteció en lugares localizados por, prácticamente, todo el continente. Desde Portugal hasta Turquía y desde el Reino Unido hasta Italia, podemos encontrar sitios donde se ha practicado termalismo. Su aprovechamiento ha derivado en distintas tradiciones de uso, por ejemplo una tradición en torno a países de Europa oriental (Turquía, Hungría, Bulgaria, Rumania, etc.), otra en relación a Alemania y Austria (Europa central) y finalmente una tradición que abarca países de Europa occidental. Sin embargo, la caracterización centra el análisis en los países de Europa occidental, ya que es aquí donde surge y se consolida una tradición termal que posteriormente se difundirá en otros continentes y países, entre ellos Argentina.

1.4.2. Una reseña de la evolución histórica del termalismo

1.4.2.1. Los antecedentes del termalismo en Europa Occidental

1.4.2.1.1. Pre-modernidad

El uso de las aguas se consolida como una práctica asociada directamente con el “placer” y la “salud” con el imperio romano, a partir de su poder terapéutico proveniente de alguna divinidad sanadora (Villar, 2004). Se comienzan a construir, en lugares donde el recurso tenía surgencia y un equipamiento especializado para su uso, inaugurando así, los primeros edificios que podrían ser denominados “proto-estaciones termales” donde se concretaban baños termales públicos⁴. Ferré se refiere a este equipamiento como:

“monumentos públicos emblemáticos por excelencia de las civitas de la urbanidad, termas construidas en el corazón de las ciudades que se acompañaran además de suntuosos espacios complementarios (gimnasios, bibliotecas, y otros lugares de esparcimiento requeridos para el ejercicio y la distracción) y que son sin duda el embrión de las villas termales europeas” (2001:3).

⁴ El término “público” aquí refiere a edificios con piletas a los que pueden acceder diferentes individuos, aunque no cualquiera. Precisamente, a los baños concurrían sectores con una alta jerarquía en la estructura social romana, sean sectores ricos y/o pertenecientes a las clases patricias, estableciendo así, un específico ámbito de sociabilidad

Tras la caída del imperio romano y hasta el inicio de la Edad Media (siglo IX aproximadamente) hay una relativa continuidad en el uso de las aguas y la preservación del equipamiento termal romano a partir de las culturas árabes y judías (sobre todo en el sur de la península ibérica) que concretaban prácticas termales terapéuticas por medio de la reutilización o reconstrucción de las termas romanas (Villar, 2004 y Sánchez Ferré, 2001) y por tanto, utilizándolas como baños públicos.

Durante el siglo XI al XV (la Baja Edad Media), estas prácticas declinan y tienden a desaparecer debido a:

1. El crecimiento de las ciudades medievales implicaba una vida urbana “intramuros” caracterizada por condiciones precarias de higiene que favorecieron la transmisión de enfermedades que conllevó una creciente percepción negativa de los baños en comunidad, por miedo al contagio de enfermedades infecciosas;
2. A partir de la consolidación de la moral cristiana que consideraba los baños como un acto “infame”. Precisamente, el placer del cuerpo obtenido por el uso de las aguas y la exposición pública de los cuerpos desnudos fueron considerados actos profanos, pecaminosos, y por tanto asociados a la “oscuridad” (Quintela, 2004). Esto llevó al control riguroso de los baños por parte de la Iglesia, que llegó a prohibirlos en algunos casos.

Durante los siglos XVI y XVII, esta moralidad tiende a cambiar, como también los actores, las prácticas y las representaciones en torno a las aguas. Reformulando su rígida posición, la iglesia Católica organiza peregrinaciones hacia establecimientos termales que se hallaban bajo su control y construye, consecuentemente, una nueva representación de las aguas, asociando sus propiedades benéficas con cualidades “santas” y subordinadas a un origen divino (González y De la Hoz, 1991; Tailleur, 1991 y Amirou, 1995).

Recién en el siglo XVIII sectores aristocráticos comienzan a utilizar, con cierta regularidad, las aguas por fuera del aparato institucional de la Iglesia, retomando, en parte, las representaciones y formas de uso que existieron en el Imperio Romano. Este es el momento en que puede establecerse un inicio respecto al desarrollo del termalismo que derivó en las actuales formas de practicar turismo termal.

1.4.2.1.2. Desde 1750 a 1900

Durante el Siglo XVIII, el termalismo en Europa se desarrolla como una práctica social exclusiva de los grupos aristocráticos (nobles, diplomáticos, viajeros, exploradores y escritores), debido a que eran los únicos que poseían con los recursos necesarios para concretar expediciones hacia las estaciones termales (Alonso Álvarez, 2010 y 2012). El viaje y los tratamientos que allí se realizan es una de las formas específicas de concretar estos viajes iniciáticos, aunque también se vincula con la búsqueda de la salud o el tratamiento de dolencias en un contexto donde epidemias y enfermedades no poseían una cura inmediata. Por tanto, el uso terapéutico de las aguas termales constituía una de las pocas formas conocidas de tratar distintas dolencias o afecciones. Así, para satisfacer las necesidades de estos sectores, se reconstruyen algunos baños romanos (por ejemplo Bath en Inglaterra), al tiempo que se construyen y consolidan instalaciones denominadas estaciones termales (Moldoveanu, 1999). Estos equipamientos conformaban pequeños y lujosos palacetes que poseían toda la infraestructura necesaria para que los viajeros concreten tanto el pernocte como el conjunto de prácticas terapéuticas durante una estadía prolongada de semanas o meses, debido a la gran demanda de recursos, el tiempo que el viaje requería y al tratamiento terapéutico basado en la sistematización de rutinas diarias en el uso de las aguas (prácticas de inmersión del cuerpo en las piletas y/o con duchas de aguas) y en actividades “saludables” que se concretaban por fuera de las “salas de baño”. De esta manera y de forma incipiente, comienza a configurarse una especial asociación entre salud y juego, junto a una valorización de la naturaleza en su cualidad sanadora y cuyo acceso se definía por el desplazamiento temporal hacia una estación termal.

De esta manera se consolida en un primer momento la función clínica de la estación termal aunque, hacia finales de siglo XVIII, irá aumentando progresivamente su rol como lugar de recreación y socialización en general, asociado a la “preservación/mantenimiento” de la salud. Cabe mencionar que para esta época, concretar una serie de actividades lúdicas y recreativas en la estación termal significaba una forma de alcanzar una condición vital y saludable.

Asimismo, con el objetivo de responder a las nuevas necesidades y deseos de “ocio saludable”, las estaciones termales amplían la infraestructura interna que complementan las salas de baño y de duchas. Se construyen, restauran y/o agrandan las salas de lectura, los edificios de hospedaje y las áreas de jardines. Modificaciones en el equipamiento termal y en las prácticas termales que se diversifican y complejizan a finales de este siglo y a lo largo del siglo XIX con la emergencia de una nueva burguesía. El uso de las aguas se produce a partir de una revalorización de las prácticas termales romanas, del antiguo equipamiento y de las “virtudes curativas” de las aguas. Este proceso que se enmarca en el desarrollo de las artes y las ciencias dentro del Renacimiento y en torno al crecimiento urbano y el paso a economías industriales, aspectos contextuales que incidirán en la construcción de nuevas representaciones de las termas en tanto lugares naturales y de salud. Se originan y consolidan en este periodo, prácticas termales que se concretan, primero, en las estaciones termales, y posteriormente en las Villas termales, las cuales conformarán el equipamiento paradigmático en el aprovechamiento del recurso (Moldoveanu, 1999).

1.4.2.1.3. Desde 1901 a la actualidad

Hacia los inicios del siglo XIX, el termalismo como “práctica aristocrática” se encuentra consolidado, al tiempo que las estaciones termales diversifican su infraestructura interna y se incrementa la cantidad de establecimientos. El fuerte crecimiento y consolidación de la burguesía provocará transformaciones en torno al termalismo. Por un lado, se consolida como un sector que accede a las prácticas termales y las consume tratando de “emular” prácticas aristocráticas y diferenciarse como clase, en un contexto donde el capitalismo se encontraba en plena expansión y por tanto, las sociedades europeas, en plena transformación. Tal como menciona Villar (2004:76) en relación a las prácticas termales por parte de la burguesía:

“se trata de un cliente derrochador vitalista, deseoso de disfrutar y mostrar su poder con ostentación de sus riquezas y que quiere ser admitido dentro de las clases aristocráticas europeas, adaptándose a su estilo de vida y costumbres del viejo continente...”

Se genera, de esta manera, una nueva dinámica por una creciente demanda que es impulsada, además, por dos factores centrales. El primer factor refiere a los cambios tecnológicos en la infraestructura vial y en el transporte (la aparición del ferrocarril) que posibilitaron reducir costos y distancias, otorgándole, además, una nueva “comodidad” al desplazamiento. El segundo factor refiere al crecimiento acelerado de los centros urbanos –lugar predominante de residencia de la burguesía– donde se generan condiciones materiales deficientes y precarias en términos de higiene y salud. La acelerada industrialización, las migraciones hacia las ciudades, los cambios en la esfera de la producción y en el mercado de trabajo, son elementos que inciden en la producción de condiciones urbanas insalubres y que la burguesía tratará de evitar o evadir de distintas formas, entre ellas, viajando a lugares naturales y de salud: las estaciones termales.

Se puede argumentar entonces que en el contexto de crecimiento urbano y la conformación de una nueva estructura social, los viajes hacia las estaciones termales por parte de la burguesía se ven motivados por un incipiente deseo de “cambio de aire” (Quintela, 2004). El autor, analiza la dinámica del termalismo e identifica el mencionado término que se utilizaba en esa época que refería a estos viajes como una forma de alejarse temporalmente de un cotidiano percibido negativamente, y acceder a un lugar natural (en oposición a lo urbano) que contenía “una fuente de salud y vitalidad”.

Esta demanda creciente de equipamiento termal conducirá al segundo cambio. La oferta de equipamiento termal no sólo se diversifica y aumenta en su cantidad, sino que comienzan a ser adquiridos por la misma burguesía, interesada ahora, en estas prácticas en tanto actividades económicas rentables. De esta manera, el equipamiento termal deja de ser propiedad exclusiva de sectores aristocráticos pasando a funcionar bajo una dinámica capitalista, basada en el juego de oferta y demanda; y orientada a la obtención de beneficios económicos.

En conclusión, la burguesía se convierte en actor central del desarrollo del termalismo desempeñando el doble rol de producir y explotar el equipamiento termal, al tiempo que conforma una demanda masiva.

En relación a las prácticas, conserva su eje en torno a la restauración de la salud y como un conjunto integrado de actividades “saludables” que oscilan entre el control del cuerpo para curar un estado de enfermedad y el “placer” asociado al elemento lúdico, que es intrínseco a la cura termal y evidencia de un estado de vitalidad.

La principal innovación se observa en los cambios motivacionales que incentivan al agüista que se refleja en mayor presencia del componente lúdico, búsqueda del ocio, divertimento y la recreación. Todo lo mencionado se tradujo en la ampliación de las estaciones termales a partir de la construcción de teatros, casinos, salas de baile y mayor infraestructura de alojamiento. De esta forma, gracias a la concentración de diversas funciones en una misma instalación, las estaciones termales se convierten en esta etapa en una mezcla de sanatorio, hotel y casino. (Llanos de la Plaza, 2000).

Con el transcurso del siglo XIX y en relación al crecimiento de una demanda que, sin estar necesariamente enferma, visita los lugares donde se explota el recurso termal, se van a producir transformaciones en la organización del equipamiento termal que tiende a la conformación de villas termales, también denominada “ciudad de aguas”.

Surge una nueva oferta de entretenimiento lúdico, y de hospedajes que comienzan a ofrecerse y localizarse en los alrededores de las estaciones termales. De esta manera, los lugares donde se explotaba el recurso termal, continúan ofreciendo los mismos servicios (alojamiento-salud-lúdicos) pero ahora de manera dispersa, fragmentada y especializada.

El crecimiento y consolidación de las villas termales ocurre en la segunda mitad del siglo XIX, alcanzando una etapa de “esplendor” en tanto se posicionaba como una de las pocas prácticas saludables y “proto-turísticas” de las sociedades europeas. Precisamente, se hace referencia al contexto en el cual las prácticas de viaje, ocio, recreación y salud se encuentran en plena transformación, debido a que tiende a disgregarse el “grand tour”.

Por lo tanto, el estatus y valoración del termalismo se encontraba en relación directa con el crecimiento de las ciudades (y unas condiciones precarias de vida urbana, pero con sectores con nuevo poder adquisitivo y capacidad de desplazamiento); el, todavía, escaso desarrollo de la medicina moderna; y los avances tecnológicos (sobre todo en el área del transporte y comunicaciones) que posibilitaban más desplazamientos al tiempo que se reducían los tiempos y costos de los mismos (Moldoveanu, 1999).

De esta forma, y de la mano de las premisas del movimiento higienista, áreas rurales, de montaña, de litoral comenzaron a ser representadas como “ámbitos naturales” y por tanto portadoras de las cualidades que el capitalismo destruía con la urbanización y la industrialización. La naturaleza fue valorizada como un “sanatorio”: los aires limpios y sanos, las aguas puras y cristalinas, la vegetación abundante conformaban algunos elementos naturales que podían ser utilizados tanto para recuperar la salud como para preservarla.

Las termas se configuraron como los lugares “de naturaleza” por excelencia ya que, hasta ese momento, eran uno de los pocos espacios que contaban con el equipamiento y la infraestructura necesaria para acceder y utilizar elementos naturales con fines de salud. Además, esta valorización y

uso fue incentivado a partir de los saberes expertos (la hidrología médica) que, apoyados en el corpus higienista, indicaba formas específicas de utilizar las aguas al tiempo que definía conductas y hábitos higiénicos. De esta manera, se legitimaba científicamente el uso de la naturaleza con fines de salud, reafirmando la condición de distinción y exclusividad para aquellos reducidos sectores que podían acceder a las prácticas termales (Quintela, 2004).

Ya a finales del siglo XIX, se producen transformaciones socioculturales en general y en el termalismo en particular. El surgimiento y consolidación del turismo como práctica hegemónica de viajes en pos de la restauración del cuerpo del sujeto moderno y asalariado, absorberá a lo largo del siglo XX al termalismo y lo transformará en un producto más de la oferta turística. Asimismo, este proceso acontece articulado en torno a transformaciones socioeconómicas generales, las cuales, constituyeron condiciones de posibilidad para el efectivo crecimiento del turismo y la reestructuración del termalismo hacia el turismo termal.

Nace una nueva demanda en torno al termalismo impulsada, de manera gradual, por sectores populares que, al disponer de recursos, pretende acceder a un disfrute del cual sólo participaban las elites.

Esta nueva situación se produce en un contexto socioeconómico que continúa en plena transformación y que, ahora, presenta nuevas condiciones que posibilitarán e incidirán directa o indirectamente en las transformaciones de la práctica termal.

Como aspectos contextuales generales, se encontraba en plena conformación la “sociedad de masas” donde sectores populares alcanzaban un confort sin precedentes, definiendo novedosos estilos de vida, y ocupando nuevos lugares en la estructura social (Hobsbawm, 1998). Así, la consolidación de sectores medios con el poder adquisitivo suficiente para destinarlo al consumo de bienes por fuera de sus necesidades básicas, incentivó (en parte) la concreción de ciertas prácticas, tal como acceder a las curas termales pretendiendo, también, diferenciarse y acceder a un nuevo estatus a partir de la adquisición de gustos, hábitos y prácticas, antes con aires aristocráticos, ahora propias de una elite burguesa.

Al mismo tiempo, incide en el desarrollo del termalismo las mejoras materiales que ocurrían en las ciudades a partir de políticas públicas orientadas por saberes expertos, tal como el urbanismo modernista⁵. Por tanto, las mejoras en las condiciones higiénicas de las ciudades, produjeron que la “insalubridad urbana” abandone progresivamente su rol como motivador del viaje hacia las termas en tanto lugar de restauración de la salud.

El formato estación y villa termal de la práctica termal se encuentra consolidado, pero se produce una innovación que, en parte, dará origen a la reestructuración y crisis del termalismo: la aparición de estaciones termales en áreas de litoral (estaciones balnearias) localizadas en zonas de litoral relativamente cercanas a los grandes centros urbanos, se apoya en tratamientos “saludables” a partir del uso de aguas marinas. Nuevo tipo de agua que se incorpora a los tratamientos termales y cuyo uso en pos de la salud se legitima por medio de experimentaciones que ocurrían dentro del campo de la, ya consolidada, hidrología médica.

Asimismo, esta innovación es central en la medida en que incentivó la incorporación de áreas de litoral como lugares de ocio y de salud; y que en el transcurso del siglo XX se convertirán en las áreas por

⁵ El urbanismo modernista conforma un conjunto de ideas, formas de concebir y actuar sobre el espacio urbano. Esta corriente urbanista aparece a principios de siglo XX, en Europa y conforma un conjunto de propuestas que surgen para dar solución a problemáticas vinculadas básicamente al “orden”, a la división y organización de usos del espacio y al control de la ciudad como “unidad” o “totalidad” funcional. Así, el desarrollo urbano se organiza en torno a proyectos eficaces, de gran escala –guiados por una racionalidad técnica-experta (propia del saber científico)– para satisfacer alguna necesidad social o económica.

excelencia de prácticas turístico-recreativas. En relación a la novedosa configuración material y representación de los espacios de litoral, Villar (2004:58) menciona:

“A finales del siglo XIX, con la efervescente dinámica de nuevos valores sociales y actividades no-industriales emergentes, se producirá una reasignación conceptual y espacial de determinados lugares específicos sobre los que recaen nuevas consideraciones médicas, estéticas y culturales. Ello supondrá la intersección del termalismo, los baños de mar y el veraneo coincidiendo sobre un mismo espacio en un contexto geográfico e histórico de práctica balnearia, de valoración de la naturaleza y del entorno climático”.

La progresiva consolidación de las estaciones marinas durante la primera mitad del siglo XX, provoca una reestructuración del termalismo vinculada a dos procesos:

1. Las estaciones/villas termales pierden progresivamente su hegemonía como lugares naturales ya que, comienzan a competir con zonas de litoral que se configuran como novedosas áreas de ocio y restauración; ahora fuertemente vinculadas al uso del sol como elemento natural saludable y la actividad deportiva al aire libre como actividad saludable.
2. Los avances de la medicina moderna (sobre todo en el campo de la farmacología y la biología) posibilitan el desarrollo de nuevas terapias y tratamientos médicos que se tornan más efectivas y eficientes que los tratamientos con aguas minero-medicinales. De esta manera, los tratamientos termales pasan de ser una de las pocas alternativas para la cura de dolencias específicas y de restauración física en general, a una alternativa “obsoleta” y limitada frente a nuevos protocolos médicos y tratamientos alopáticos.

Se configura una demanda “sana”, con poder adquisitivo y que comienza a tener novedosas necesidades (vinculadas a los tiempos del trabajo industrial) y deseos (de mejorar una posición social) por viajar hacia nuevas áreas con fines de restauración física, y concretar novedosas actividades recreativas y lúdicas. La demanda se conforma por sectores medios que, al contar con los recursos suficientes para destinarlos a un novedoso ocio (también saludable), se desplazan a zonas de litoral con el objetivo de restaurar el cuerpo. Restauración que, ahora será entendida como el restablecimiento de fuerzas y el descanso necesario en un periodo del año, donde un sujeto se “recompone” del desgaste propio del ritmo del trabajo industrial.

Concomitantemente a estas nuevas prácticas emergentes, las representaciones de la naturaleza como “sanatorio” tienden a ser relegadas (aunque nunca perderá esa condición en el marco de la modernidad), al tiempo que toma mayor fuerza su función como lugar saludable y fuente de vida en general. Precisamente, el ocio, la recreación y el deporte se significan como prácticas saludables que tienen el objetivo de preservar un estado de salud, y esto se concreta en nuevos lugares naturales: las zonas de litoral (Molina Villar, 2004).

Por lo mencionado, se podría interpretar que la expansión del termalismo entre finales de siglo XIX y principios del siglo XX generó una serie de condiciones que se independizaron de la dinámica propia del termalismo, conformando factores causantes de su posterior decadencia.

A principios de la década de 1950, el contexto europeo es caracterizado por una de las etapas de mayor crecimiento económico de la historia moderna. Este orden socioeconómico se conforma por una consolidada “sociedad salarial” (Castel, 1997) cuya dinámica de reproducción implica una organización del tiempo basada en la delimitación de una esfera del trabajo (tiempo obligado) separada de una esfera del ocio (tiempo libre o de no trabajo). Tiempos que se configuraron y articularon a lo largo del siglo XX –definiendo estructuras temporales diarias y también anuales– y que, en esta etapa, posibilitan el desarrollo de nuevas actividades de ocio, recreación y de turismo. Asimismo, resulta importante mencionar que, en estos años dorados, se produjo una mejora en el bienestar material de los sectores asalariados, a partir del acceso a nuevos bienes de consumo y, en particular, a prácticas de ocio, entre ellas el turismo.

Precisamente, las nuevas condiciones económicas de sectores asalariados y la posibilidad de acceso a lugares fuera de sus residencias (las grandes urbes) con el objetivo de restaurar el físico (emulando, en parte, hábitos burgueses) son aspectos contextuales que incidirán directamente en la conformación de una novedosa y específica práctica de ocio (dentro del tiempo libre) que recibió la denominación común de turismo de masas.

El turismo de masas se difunde y consolida en esta etapa como la práctica sociocultural por excelencia que implica un viaje con fines de “ocio saludable”, reemplazando, en parte, al rol asignado al termalismo como práctica de restauración y preservación de la salud; el cual ahora se re-configura como una forma más de practicar turismo. Asimismo, el crecimiento del turismo de masas también implicó la difusión masiva y hegemónica de las zonas de litoral destinadas al ocio y la restauración física, las cuales desplazaron (y reemplazaron) a las estaciones termales en su valorización como lugares naturales y de salud por excelencia.

Es en este momento en el que se comienza a hablar de turismo termal para dar cuenta de una reestructuración en las prácticas de ocio y salud asociadas al uso de las aguas minero-medicinales, por lo tanto, durante las décadas de 1950 y 1960 fue incorporándose como una modalidad/opción más, dentro del turismo de masas.

Durante 1950, se consolida la tendencia observada en la primera mitad de siglo XX respecto a la dinámica de oferta y demanda del turismo termal: un público sano que abandona el viaje a las termas para concretar prácticas de restauración en zonas de litoral; tratamientos termales que han perdido su efectividad frente a la medicina moderna y un equipamiento termal que ha quedado obsoleto. Así, muchos de los tradicionales establecimientos termales se encuentran en una situación de deterioro o abandonados, cuando no refuncionalizados y utilizados como hospitales o sanatorios (Sánchez Ferré, 2001).

En este contexto, algunas estaciones termales son reacondicionadas y adaptadas para poder competir nuevamente en tanto atractivos turísticos termales. Esta adaptación consistió básicamente en adecuar la infraestructura hacia la función de hospedaje y servicios recreativos generales. Así, las estaciones termales especializaron y ampliaron su función de alojamiento donde las instalaciones de hidroterapia pasaron a ser un servicio más de la oferta hotelera.

Asimismo, surge una nueva demanda conformada por sectores de la tercera edad, turistas que concurren a los centros termales con el objetivo de restaurar la salud, aunque utilizando el agua como técnica paliativa y complementaria de tratamientos alopáticos. Igualmente y más allá del uso de las aguas, la visita a las estaciones termales continúa valorizándose como práctica restauradora y saludable (curativa) aunque ahora esto es una función asignada al turismo de masas.

Durante las décadas de 1960 y 1970 se consolida el uso de las termas por parte de grupos envejecidos y para la década de 1980 se observan nuevas transformaciones en el turismo termal.

En términos generales, se produce una gradual modernización y acondicionamiento de las instalaciones, orientada a la búsqueda de una nueva demanda (que supere la “exclusividad” de la tercera edad). Así, tiene origen una nueva configuración del atractivo termal que, sin perder sus vínculos con los criterios higienistas y de salud, se comienza a asociar con valores estéticos y centrarse en la prevención de la enfermedad. Aquí, la salud es puesta en relación con alcanzar un estado de relax; con la búsqueda de la belleza y el cuidado estético corporal; con lograr un “sofisticado estilo de vida urbano” que se opone a nuevas formas de insalubridad urbana, expresado en la diversificación de nuevos servicios y tratamientos que ahora, son consumidos por sectores de alto poder adquisitivo.

En este contexto, el turismo termal conforma una oferta específica enmarcada dentro de la modalidad denominada “turismo salud”, modalidad que formará parte de la oferta de productos turísticos

alternativos que se definen como nuevas opciones frente al tradicional turismo de masas y sus destinos de sol y playa.

Justamente el turismo salud comprende un conjunto de actividades de ocio y recreación orientadas al cuidado del cuerpo humano y la preservación de la salud a partir de alcanzar un estado de relax mental, emocional y “espiritual” (Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable PFETS 2016, 2005). Así, comprende un conjunto de actividades que conducen a estados de tranquilidad, armonía, serenidad y equilibrio, diferenciándose de otros productos turísticos que implican experiencias adrenalínicas, de aventura, o del descanso en áreas masivas. Al menos esta es la manera en que el producto “turismo salud” se orienta a representar un conjunto de lugares y prácticas como saludables; y el turismo termal conforma la práctica por excelencia de esta modalidad.

Se configuran, de esta manera, novedosas formas de distinción social dadas, no sólo por el acceso a esta modalidad turística orientada a sectores con alto poder adquisitivo (en el contexto de una demanda fragmentada y de una proliferación de productos turísticos) sino también por alcanzar –mediante la concreción de prácticas de ocio con fines estéticos– un aspecto corporal “sano”, una actitud “vital”, las cuales son evidencia de quienes acceden a un estilo de vida saludable y quienes quedan excluidos del mismo.

Cabe mencionar que también surgen servicios especializados y equipamiento que, en cierta medida, se van a apropiarse de las representaciones de las estaciones termales del siglo XIX para generar una nueva oferta de servicios en torno a la preservación de la salud: los “spa”, que ofrecen muchos de los servicios de las estaciones termales, pero sin termas. En general, son edificios con un equipamiento altamente especializado que permite alcanzar un estado de relax, equilibrio y armonía, utilizando técnicas específicas articuladas con exóticos y eclécticos elementos “naturales”, instrumentos tecnológicos y habilidades manuales. Los mencionados se establecen al interior o en la periferia los grandes centros urbanos convirtiéndose en un nuevo servicio especializado tanto para turistas como para residentes locales.

De esta forma, las estaciones termales y sobre todo, los lugares de “salud” que antes se encontraban por fuera de los centros urbanos, fueron “llevados” al interior de las ciudades. Sea como estrategia para crear nuevos mercados, sea respondiendo a nuevas necesidades y deseos culturales, se puede interpretar que los actuales spa urbanos conforman aquellos lugares de salud que un siglo atrás conformaban las estaciones termales.

1.4.2.2. El termalismo en Argentina

Si bien la bibliografía respecto al surgimiento y antecedentes sobre el termalismo en Argentina es bastante escasa, en términos generales, es posible reconocer un proceso similar al europeo, aunque desfasado en el tiempo. Como experiencias pioneras en Argentina, se puede destacar que desde fines del Siglo XIX comienzan a establecerse grandes hoteles termales, similares a las estaciones termales europeas, como el de Puente del Inca en Mendoza, Termas de Reyes en Jujuy o el de Rosario de la Frontera en Salta, orientados a grupos sociales acomodados (Schluter, 2001).

Posteriormente se consolidan nuevos destinos turísticos termales masivos como Río Hondo en la provincia de Santiago del Estero (fuertemente vinculado al turismo social y de la tercera edad) y Carhué en la provincia de Buenos Aires; o los exclusivos complejos termales de Caviahue y Copahue en la provincia de Neuquén, los que constituyen la oferta de equipamiento termal tradicionalmente reconocida y consolidada del país.

1.4.2.3. Revitalización del termalismo

Tal se ha mencionado en párrafos anteriores, a partir de la década de 1980 surge la necesidad de una vuelta a la naturaleza debido al estrés que provoca la vida en las grandes ciudades, el surgimiento de la

cultura del ocio, los avances en medicina que permiten que la sociedad empiece a preocuparse por la prevención, surge la idea de bienestar, de belleza, de descanso y, con todo ello, aparece el concepto de termalismo lúdico o turismo termal a los que acuden personas que buscan remedio al mal que afecta a las sociedades modernas: el estrés.

Los centros termales además de ser lugares dedicados a recuperar la salud pasan a convertirse en establecimientos hoteleros para escapadas vacacionales y su objetivo es mejorar la calidad de vida en general. Para esto se han ido incorporando nuevas tecnologías y avances en el ámbito de la hidroterapia para ofrecer un gran número de servicios. Entre las diferentes técnicas se encuentran masajes, baños, chorros y duchas a presión, envolvimientos de lodos y algas, cabinas de estética, piscinas de rehabilitación, electroterapia, piscinas con contracorrientes y un largo etcétera donde se combinan las técnicas más tradicionales con las más innovadoras del mundo de la salud. Es en este contexto donde surge la Hidroterapia Estética, Estética Termal o Hidroestética: tratamientos con fines estéticos y de puesta en forma que utilizan todas las técnicas hidrotermales que no tienen un fin terapéutico en sí mismas, excluyendo las puramente médicas.

Por otra parte, el tiempo para *salir de vacaciones* se acorta y no siempre es posible desplazarse hasta un centro termal, con lo que surgen los denominados centros spa o balnearios urbanos.

Enmarcado en estos nichos, el turismo de salud junto al termalismo ganan terreno y se posicionan cada vez más entre las actividades y destinos más solicitados por los viajeros. La Secretaría General para el turismo, la Consejería de Cultura y Turismo y la Junta de Galicia (2011) en el marco del Congreso Internacional Turismo Termal, se definió el turismo termal como aquel que tiene como motivo fundamental del viaje, el uso y disfrute de los recursos naturales del agua minero medicinal y termal, así como sus derivados, y del agua de mar, bajo vigilancia médica y en instalaciones turísticas adecuadas, de acuerdo con las normas de calidad ISO: Medical Spa (en Europa balnearios), Thalaso y Wellness Centers.

Se reconoce al turismo termal como un sector con una importancia estratégica para Argentina, por su capacidad desestacionalizadora; por la desconcentración geográfica de la oferta; por su contribución a la creación de empleo cualificado y especialmente, por su sostenibilidad, contribuyendo así al desarrollo local. Es por esto, que las condiciones generales de la sociedad occidental, con poblaciones cada vez más envejecidas, con más tiempo para disfrutar del ocio, y más preocupadas por su salud, hacen que florezcan múltiples propuestas que buscan el bienestar de la población y entre ellas surge el termalismo.

1.5. Los recursos y los atractivos turísticos

1.5.1. El proceso de construcción de atractivos

La condición de atraktividad puede ser construida socialmente, no sólo a partir de cualidades propias del destino turístico; sino también por el interés en transformar diferentes lugares en destinos turísticos, a partir de la puesta en valor de patrimonios potenciales presentes en el territorio. La condición de atractivo turístico no es una condición inherente a dicho rasgo sino una asignación social; esto es, el resultado de un proceso social que conduce a otorgarle una valoración positiva que conscita el interés por utilizarlo, transformándolo de este modo en un recurso turístico. Los lugares donde esto sucede, devienen por lo tanto en lugares de destino turístico (Cammarata, 2009).

Para que un recurso sea transformado en atractivo turístico, es necesario el desarrollo de un proceso de construcción social de atraktividad, debido a que los atractivos no son atributos absolutos de un lugar, sino que se crean en términos relacionales con la sociedad de origen de los turistas (Bertoncello, 2002). John Swarbrooke (2007) distingue varios *pulsos* que estimulan la creación y resignificación de atractivos. El autor, además de los avances tecnológicos tanto en los medios de transporte como de comunicación y los cambios en estilos de vida, considera: 1. El reconocimiento del turismo como actividad generadora de impactos económicos y sociales, por parte de los gobiernos y del sector

privado; 2. La evolución en la definición del turismo como una actividad eminentemente relacionada al ocio.

Otras perspectivas, analizan el proceso sociocultural mediante el que determinados recursos se convierten en atractivos turísticos. Navarro (2015:351–352) sostiene que:

*"Este proceso de transformación del recurso en atractivo consiste en hacer que el recurso sea conocido y sea visitable. Registrar un recurso, gestión que aquí se denomina **identificación**, supone acciones de reconocimiento y valoración. Hacer visitable un recurso o facilitar la experiencia turística, gestión que aquí se refiere como **conversión**, implica la provisión de instalaciones y/o el desarrollo de un relato (y aún de actividades), desde el ámbito público o del privado. En consecuencia, los atractivos turísticos son recursos turísticos convertidos".⁶*

De esta manera, la condición de atraktividad se considera socialmente construida en referencia a características de los lugares, pero en relación estrecha con diversas dimensiones (Bertoncello y Troncoso, 2003) tales como los intereses específicos y la lógica de los actores sociales involucrados: la de los turistas y la de los actores locales.

Los turistas configuran sus deseos, necesidades y gustos a través de la construcción de una mirada turística (Urry, 1996) a través de una recopilación de signos asociados a lugares distintos a los que forman parte cotidianamente. Urry (1996) advierte que la mirada del turista es diferenciada, debido a que los objetos a mirar y que motivan el desplazamiento hacia un destino, en parte se definen en función de los diferentes grupos sociales, de cada sociedad y de cada contexto socio-histórico, entre otras cuestiones.

Es así que sólo algunos atributos de los lugares son jerarquizados, acondicionados y resignificados por y para la práctica turística, transformándose en atractivos turísticos. En palabras de Almirón *et al.* (2006:107):

"En definitiva, no importaría cuan destacados, únicos y excepcionales sean los rasgos de un determinado lugar de destino, dado que sólo se valorizarán los atractivos turísticos si logran coincidir con y responder a las demandas presentes en las sociedades de origen de los turistas. En consecuencia, la valorización de un lugar como destino turístico no se produciría sólo por los rasgos que le son propios ni exclusivamente por la lógica de la sociedad que habita ese lugar".

Los actores locales también participan en la construcción de atraktividad, no sólo subordinado al interés del turista, por el contrario, la misma se concreta en relación a sus propios intereses y objetivos (políticos, económicos y sociales) donde también se ven involucradas sus propias representaciones e imágenes del lugar. Por lo tanto, la construcción de atraktividad implica un juego de fuerzas, acciones e intervenciones que de por sí, es múltiple, cuando no complejo y contradictorio, tal como lo afirma Bertoncello (2008:9):

"(...) las potencialidades diferenciales que los atributos de un lugar tengan para generar beneficios económicos (el negocio turístico) o para otorgar legitimidad política (las propuestas de desarrollo turístico) o para alcanzar fines sociales (de disciplinamiento o de valoración cultural), entre otros, van definiendo también que cosas devendrán atractivos turísticos y que lugares serán de destino turístico y cuáles no lo serán".

Por lo tanto, en el proceso social de construcción de atraktividad de un recurso, participan turistas y actores localizados en los lugares de destino con capacidad de actuar en el lugar. Es en estos espacios donde recursos específicos son definidos como atractivos mediante una mirada turística, al tiempo que estos recursos son acondicionados por y para la práctica turística por actores que, además, persiguen sus propios intereses y objetivos, sean estos económicos, políticos y/o culturales.

⁶ El uso de negritas corresponde al texto original.

Prats (2005) hace referencia sobre procesos de patrimonialización de recursos y asegura que los mismos, obedecen a dos construcciones sociales, distintas pero complementarias y sucesivas; una corresponde a la sacralización de la externalidad cultural y otra, a la puesta en valor o activación. La sacralización se corresponde con un mecanismo mediante el cual toda sociedad define un ideal cultural del mundo, es decir, sistemas de representación que varían de una cultura a otra y dentro de una misma cultura en distintos momentos de la historia, que surgen con el desarrollo del capitalismo y la revolución industrial, basándose en la creciente separación de la naturaleza, del pasado y la valoración del individualismo. Se considera al patrimonio como un conjunto de símbolos que contiene valores y una visión del mundo. A partir de allí, se produce la puesta en valor de ciertos elementos patrimoniales y su activación, la cual conlleva actuar de alguna manera sobre ellos (selección, ordenación e interpretación) y dependen fundamentalmente de los poderes políticos los cuales deben negociar a fin de contar con el mayor grado de consenso posible para que la activación sea legitimada y según la realidad socialmente percibida. La puesta en valor está vinculada con un proyecto, es decir, es una operación espacial para establecer un orden de ese espacio y jerarquizar sus funciones en un "proyecto total" que constituya su adecuación y puesta al día.

Asimismo, Prats (2005) realiza una distinción entre patrimonio local y patrimonio localizado. Al referirse al patrimonio local, habla de localidades con referentes patrimoniales con escaso interés más allá de la comunidad, mientras que la valoración e interpretación del patrimonio localizado a nivel local no tiene necesariamente que coincidir con la de los visitantes. Así, el interés del patrimonio localizado trasciende su ubicación y es capaz de provocar por sí mismo flujos de visitantes con relativa independencia de la misma (Prats, 2005:23).

De forma muy precisa García Canclini (1999:18) considera que el patrimonio tiene que ver, más que con una herencia, con un "proceso social que, como el otro capital, se acumula, se renueva, produce rendimientos que los diversos sectores se apropian en forma desigual". Así, el patrimonio sólo existe cuando es activado –el patrimonio es siempre una construcción social (García Canclini, 2005:186-194; Prats y Santana, 2005), posee eficacia simbólica; esto es, se trata de una porción de naturaleza o una producción material o intangible de una sociedad cuya significación y consideración social supera la cosa misma para convertirse en una representación de la sociedad que lo posee y lo ha heredado, y de su pasado: deviene de este modo en un signo de identidad cultural. Llorenç Prats (1997) y Néstor García Canclini (1999; 2005) también ponen énfasis, en que el patrimonio tiene que ver con la capacidad creativa de una sociedad y no solamente con lo heredado.

La activación del patrimonio se puede realizar desde una perspectiva macro donde se interviene en un territorio amplio, y una perspectiva micro, la cual se corresponde con iniciativas en una localidad.

Miró (1997) destaca tres aspectos básicos a considerarse en la planificación de una oferta patrimonial:

1. El valor identitario, entendido como bien patrimonial puede actuar como elemento generador de imagen y de identidad territorial.
2. El valor económico, a partir de la puesta en valor del bien patrimonial como generador de empleo y constituirse en una nueva fuente de riqueza para el territorio.
3. El valor social, considerando que a partir del desarrollo de un proyecto de puesta en valor, el bien patrimonial puede convertirse en un nuevo recurso educativo y contribuir a la sensibilización hacia el respeto del ambiente y su tradición cultural.

La activación del patrimonio contribuye con el desarrollo local, sentando las bases para consolidar la identidad y el sentido de pertenencia, que pueden motivar a un grupo social a pensar al desarrollo desde abajo hacia arriba, es decir, en términos de lo local (De Kuna *et al*, 2012:23).

Concretar un vínculo entre el patrimonio y el turismo, equivale a su introducción en el mercado y produce cambios cualitativos en las activaciones y su evaluación. Las activaciones patrimoniales y el turismo contribuyen a una continua reformulación de la identidad local.

1.5.1.1. Los imaginarios turísticos

Los turistas antes de comenzar el viaje, poseen determinadas expectativas, conocimientos, ideas e imágenes acerca de los lugares a visitar y conocer. Estos aspectos, se articulan y entrecruzan con otros más generales, tanto individuales como colectivos, tales como deseos, necesidades, anhelos y fantasías, etc. Todos ellos relacionados, juegan un rol en la configuración de las motivaciones de un turista por efectuar un viaje, y por tal, en la elección del destino a visitar.

Hiernaux (2002) respecto al rol que determinados aspectos subjetivos tienen en la configuración de las motivaciones de un turista, retoma el concepto **imaginario social** para desarrollar el concepto de **imaginario turístico** con el objetivo de comprender, entre otras cuestiones, los vínculos existentes entre los imaginarios y el desarrollo de la práctica turística en las sociedades modernas y capitalistas. Además, analiza cómo estos imaginarios juegan un rol relevante en la definición de motivaciones y objetos turísticos a mirar o disfrutar, los cuales se expresan en la concreción de diferentes modalidades turísticas, llevadas a cabo por diferentes grupos sociales. Precisamente, el autor define al “imaginario social” como:

“el conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, un período y una persona (o sociedad) en un momento dado. (...) El imaginario es entonces algo vivo, un proceso inacabado, sujeto a revisiones, ajustes, cambios, y nuevas interpretaciones aun de hechos viejos, (...) recurre también a las construcciones propias de la representación, construcciones sustentadas por la imaginación, el sueño, la fantasía individual y colectiva” (2002:8-9).

Asimismo, sostiene que un imaginario es el resultado de la interacción de múltiples **idearios** y éste es definido como “un sistema de valoración particular, que tiende a priorizar como útiles y buenos, ciertos ideales societarios que orientan las acciones de los miembros de la sociedad” (2002:10). En definitiva, los imaginarios son representaciones que construimos acerca de lo que miramos, a partir de la interacción de diferentes idearios, los cuales orientan nuestras acciones y comportamientos en función de un conjunto de anhelos subjetivos y haces de conceptos situados socialmente y en un contexto espacio-temporal.

Siguiendo a Hiernaux, considerando el contexto y reconociendo al turismo como una práctica propia de la sociedad moderna y capitalista, el imaginario turístico es la porción del imaginario social referido al hecho turístico, que se define, en torno a cuatro **idearios turísticos**: el deseo de la felicidad, el descubrimiento del otro, el deseo de evasión y el retorno a la naturaleza los cuales continuamente se encuentran jugando un rol en la definición de la mirada de aquello que se observa, de lo que se busca en tanto deseo, anhelo y necesidad, y por tanto motivando el viaje del turista.

1.5.2. Análisis de los recursos

1.5.2.1. La potencialidad turística

Para realizar una aproximación al concepto de potencialidad turística, se puede señalar que “... está determinada por la capacidad que tienen los productos turísticos de ese sitio para satisfacer los gustos y preferencias actuales de los visitantes a una región en particular” (SECTUR México, 2010:25).

Covarrubias Ramírez (2015) establece que a fin de valorar los recursos con los que cuenta un lugar es necesario realizar un análisis para definir y caracterizar aquellos atributos con los que cuentan dichos recursos, que les permitirán definirse como viables para ser desarrollados turísticamente. De esta forma, para comprobar que un territorio posee verdaderamente potencial para el desarrollo turístico, es fundamental realizar una evaluación previa sobre sus aptitudes para tal fin.

Al respecto Blanco Murillo sostiene:

“la única manera de confirmar que un territorio posee verdaderamente un potencial de desarrollo turístico que justifique unas determinadas inversiones es a través de una evaluación rigurosa que tenga en cuenta los atractivos del territorio, la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado” (2008:5).

En relación a la potencialidad turística de un territorio, se puede afirmar que la misma radica en su capacidad de atracción de turistas y satisfacción de sus necesidades, es necesario que los atractivos cuenten con instalaciones e infraestructuras para la realización actividades turísticas. Antes de comenzar cualquier desarrollo turístico es imperativo determinar su situación actual, a través de índices y factores claves. Según Reyes y Sánchez (2005) los componentes que conforman la potencialidad de un determinado sitio son: los recursos, la accesibilidad y el equipamiento.

Al momento de realizar una planificación responsable en el ámbito de la actividad turística de una determinada región, la evaluación de potencialidad resulta una herramienta que permite efectuar una selección del camino a seguir dentro de las múltiples alternativas que ofrezca, es decir, tiene como objetivo definir la aptitud o la capacidad de una zona determinada frente a las diversas posibilidades de actuación antrópica. A partir de este análisis se pueden identificar potencialidades susceptibles de atraer una demanda turística y que justifiquen la elaboración de planes y programas, permitiendo detectar la vocación turística del área de estudio, ya que como establece Leno Cerro (1993, citado en Rodríguez, 2003:3):

“La vocación turística deriva únicamente de la presencia en determinada zona de uno o varios atractivos naturales, artificiales o culturales, de modo que la tarea de valorar, clasificar y comparar de una manera consiste y realista una gama de recursos de naturaleza y funcionalidad muy diversa es una tarea difícil, pero sumamente necesaria para poder definir la vocación turística de un lugar, y, sobre todo para seleccionar la alternativa más favorable para el desarrollo turístico dentro de una gama amplia de posibilidades”.

De esta manera, toda región o municipio con la intención de crear o fortalecer su actividad turística debe evaluar cuidadosamente los componentes de su oferta, así como el perfil y las tendencias de la demanda actual y futura. Esta evaluación integral permitirá, tal como lo expresa Secretaría de Turismo de México (2010) definir su vocación turística específica y dimensionar su potencial.

1.6. Rutas Turísticas

Como ya se ha mencionado en apartados anteriores, el turismo es actualmente una de las actividades más utilizadas para promover el desarrollo de una localidad o determinada región.

La proliferación de actividades turísticas no tradicionales para visitantes cada vez más informados y exigentes, ha propiciado el desarrollo en lugares que antes quedaban por fuera de un sistema turístico donde se buscaba principalmente recursos de sol y playa (auge del turismo “de masas”).

De esta manera que se localizan recursos innovadores que puedan ser capaces de provocar el desplazamiento de visitantes hacia ese sitio, y se comienza a promocionar turísticamente el mismo, a fin de lograr un sistema económico alrededor proporcionando servicios, actividades complementarias y todo el equipamiento necesario para explotarlo turísticamente. Generalmente, todo este proceso se realiza sin una adecuada evaluación ni planificación sobre los recursos que se quiere comercializar, lo cual puede ocasionar el deterioro de los mismos y provocar su obsolescencia rápidamente.

Una de las formas hoy más utilizadas para promover el crecimiento de una región a través del turismo es la conformación de rutas turísticas, las cuales consisten en unir varios sitios a través de una temática común.

Se compone de un conjunto de localidades, elementos, comunidades, etc., organizados en forma de red dentro de una región determinada y que, estando debidamente señalizadas, suscitan un reconocimiento de interés turístico. Se organizan en torno a un tema que caracteriza la ruta y le otorga su nombre (o identidad). La ruta deberá ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas

con los elementos distintivos de la misma, así como presentar una imagen integral a partir de la complementariedad entre sitios, servicios, atractivos y lenguaje para las comunicaciones. Por ejemplo, la Ruta del Vino.

1.6.1. Concepto y características

En palabras de Nélide Chan (1994:17): *“las rutas turísticas son un elemento promocional que, basado en un itinerario previo, facilita la orientación del pasajero en el destino”*.

En su 98ª reunión, celebrada en España en el mes de junio del año 2014, el Consejo Ejecutivo de la Organización Mundial de Turismo (OMT) puso de relieve el papel de las rutas turísticas en el fomento de la integración y el desarrollo de las regiones.

Señalaron además que las infraestructuras, el transporte, las asociaciones público-privadas, la coordinación del sector público y el posicionamiento de marca son factores fundamentales para el éxito de la creación de rutas turísticas.

El desarrollo de rutas turísticas ha adquirido especial importancia en los últimos años, ya que sirve a los objetivos de desestacionalizar la demanda y responder a la vez a las nuevas tendencias de los mercados, según las cuales los viajeros buscan un enriquecimiento de su experiencia que entraña más flexibilidad, descubrimiento, aprendizaje y contacto con los pueblos autóctonos y sus tradiciones.

Las rutas ofrecen así importantes oportunidades de desarrollo sostenible del turismo, ya que tienen potencial para:

- a) propiciar la distribución regional de la riqueza, reduciendo la presión que soportan los principales polos de atracción y contribuyendo a abordar la estacionalidad;
- b) crear productos nuevos e innovadores y agregar valor a los existentes, incrementando así la satisfacción de los visitantes, la duración de sus estancias y el gasto;
- c) abrir nuevos destinos y revitalizar destinos en declive;
- d) crear un factor de arrastre que atraiga a nuevos segmentos del mercado;
- e) fomentar las asociaciones público-privadas y estimular el emprendimiento;
- f) promover la coordinación entre autoridades locales, regionales y nacionales;
- g) proteger y promover el patrimonio natural y cultural, tanto material como inmaterial, generando ingresos para la conservación y proporcionando viabilidad económica a actividades que de otro modo podrían “perdersé”;
- h) generar financiación y condiciones más atractivas para la inversión del sector privado;
- i) promover el entendimiento cultural y el fortalecimiento de los lazos entre las personas en todos los ámbitos: local, regional, nacional e internacional.

Las rutas turísticas pueden tener un papel fundamental en la promoción del desarrollo regional y la integración, ya que propician la creación de redes en una región o entre varias regiones, impulsando las oportunidades de creación de empleo y de negocios que facilitarían su desarrollo. Asimismo, combaten la migración a zonas urbanas y refuerzan los vínculos económicos, la cohesión social y el entendimiento cultural.

La implementación con éxito de una ruta debe tener en cuenta que es necesaria una planificación integral, la creación de mecanismos de coordinación y gobernanza eficaces entre agentes diversos, incorporando el concepto de sostenibilidad. Además, Es importante el compromiso de las comunidades locales en el diseño y la operación de las rutas así como el desarrollo de una imagen de marca “compartida”, integrando marketing y la promoción de la ruta turística.

Una ruta turística puede articular localidades y conformar un producto de interés para distintos segmentos de visitantes. Siendo un camino hacia fines diversos es también un recorrido que permite

observar paisajes, visitar sitios históricos, disfrutar de actividades deportivas o de aventura, siguiendo un itinerario predeterminado, conectando zonas con diversos atractivos con el fin de facilitar a los visitantes el recorrido por el sitio deseado.

Morales (citado por Rodríguez, 2010), plantea que las rutas turísticas dependen principalmente de los recursos culturales y naturales que posee una zona, tomando en cuenta el tipo de público al cual se desea llegar, debido a que la ruta permitirá a los visitantes ser partícipes de situaciones curiosas y eventos ajenos a su cotidianidad.

Se pueden definir entonces, como *“un clúster de actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y que sirven para estimular el desarrollo a través del turismo, implicando que deben tener una serie de elementos que las respalden como destino turístico”* (Briedenhanny Wickens, 2003, citado en López-Guzmán, 2011:919).

Tal lo refiere Navalón García (2014), en los últimos años adquieren un carácter novedoso como acción estratégica de innovación turística, mediante la cual se pueden aplicar a territorios que buscan iniciar la actividad turística, como vía de desarrollo de recursos naturales y culturales, y también en destinos maduros en los que la incorporación del patrimonio de distintas modalidades turísticas constituye un elemento de diferenciación.

Por su parte, la Organización Mundial de Turismo (2014) expresa que las rutas turísticas adquieren relevancia en el desarrollo sostenible del turismo por variados factores, entre los cuales cabe mencionar, la explotación de las mismas puede realizarse durante todo el año, lo que posibilita hacer frente a la estacionalidad y para la distribución regional de la riqueza. Asimismo, se constituyen en una oportunidad para la creación de nuevos y novedosos productos y para agregar valor a los ya existentes; lo cual tiene efectos tanto en la demanda como en la oferta. En relación a la primera, el de impactar positivamente en la experiencia de los visitantes, incrementando sus estancias y el gasto; además de generar un arrastre que permita atraer nuevos segmentos de mercados y a aquellos que se vean motivados por un interés especial. En lo que respecta a la oferta, permitiendo el surgimiento de nuevos destinos y/o revitalizando aquellos en su atapa de declive.

Al mismo tiempo impulsan la asociación de los sectores público y privado. En el caso de los organismos gubernamentales se hace indispensable la coordinación en todos los niveles (local, regional y nacional). En el ámbito privado se generan condiciones más propicias para que surjan inversiones y emprendimientos.

Finalmente, poseen un papel destacado en la conservación del patrimonio natural y cultural (material o inmaterial) y fomentan las interrelaciones culturales tanto entre visitantes y visitados, como entre los actores involucrados en el producto, de forma directa o indirecta.

1.6.2. Tipos de rutas turísticas

En una primera aproximación, se puede dividir a las rutas turísticas en dos grandes grupos, por un lado aquellos caminos prefijados que resaltan recursos que existen en el territorio, y por el otro las imaginadas para el turismo.

Según lo afirma Hernández Ramírez (2011), en el primer caso se trata de recursos genuinos para la actividad, que una vez puestos en valor integran la oferta turística, y que pueden constituirse en un producto turístico ellos mismos. La visita se orienta en un recorrido donde predomina una categoría patrimonial específica, la cual puede ser manifestaciones culturales, testimonios arqueológicos o históricos, patrimonio artístico, industrial o espacios naturales.

Torres Bernier *et al* (2006) indica que dentro de este grupo, y en función del uso que hace el turismo, pueden ser consideradas como recurso, destino y producto, según la posición que ocupen en la cadena de producción turística.

Las rutas como recurso en la mayoría de los casos tienen un significado histórico y existen en la cultura tal como es el Camino Inca, por ejemplo. En caso de no haberse puesto en valor y uso turístico, las mismas tienen el potencial para hacerlo, ya sea por decisión del mercado o por la implementación de políticas públicas orientadas en este sentido.

Como *destino* es el caso de aquellos recorridos que el visitante realiza, a través de referencias históricas y material de difusión en torno a los mismos.

Son consideradas *producto* cuando pasan a ser ofertadas por operadores y organizadas en paquetes en forma de circuitos o excursiones. A los atractivos se les suma una estructura de servicios orientado al consumo, y que además de la mejora en la experiencia turística, genera un beneficio económico.

En el caso de que las rutas sean diseñadas expresamente para el turismo, conforman destinos en tanto nuevo producto turístico, y constituyen rutas temáticas. Las mismas, integran un recorrido fundamentado en los intereses que propiciaron su creación, y la realidad histórica y cultural del destino se incorporan como valores agregados de los mismos.

Además se puede realizar una clasificación de las rutas desde la óptica de la demanda, lo que se relaciona directamente con la motivación del viaje o visita. Según su contenido, se pueden identificar los siguientes elementos genéricos sobre los que se desarrollan las rutas turísticas según lo manifiesta Torres Bernier *et al* (2006:87):

- **Rutas históricas, artísticas y monumentales.** Tienen que ver con el patrimonio material relacionado con el arte y suelen incorporar elementos que se salen de lo meramente monumental. Su demanda en muchos casos está formada por personas con inquietudes culturales que quieren conocer los monumentos y los lugares donde se ubican.
- **Rutas folklóricas y artesanales.** Las principales están relacionadas con la música y con la artesanía, y en ellas se enmarcan las fiestas populares en su conjunto.
- **Rutas gastronómicas.** Recientemente han tomado protagonismo. Como ejemplo pueden mencionarse las rutas enológicas.
- **Rutas de memoria, recreación e interpretación histórica.** En esta categoría se encuentran las rutas históricas.
- **Rutas de eventos culturales.** Son menos frecuentes y suelen estar relacionadas con manifestaciones artísticas.
- **Rutas religiosas.** Poseen un elevado arraigo popular.

De todas maneras, sea cual fuere la naturaleza de la ruta, Navalón García (2014) considera que es indispensable tener en cuenta que como productos poseen dos dimensiones. Una de ellas sería la ruta en sí, con sus elementos consecutivos y trazado, que es lo que percibe el visitante. La otra dimensión es más amplia y abarcativa, la cual incluye a la ruta y al territorio que conforma el recorrido. Esta dimensión se compone de valores auxiliares tangibles (recursos complementarios del paisaje, equipamiento, servicios), o intangibles (la amabilidad de la comunidad local, el ambiente de la sociedad) que refuerzan la experiencia.

Si se logra una adecuada gestión de estas dos dimensiones, la ruta va a tener ventajas competitivas por sobre otras, haciéndose indispensable para su creación considerar el territorio y el destino turístico como un todo integrado e interdependiente, lo cual va a conformar la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor de la misma, gracias a la oferta de un producto turístico integrado.

CAPÍTULO II

“Instrumentos metodológicos que orientan la investigación...”

Las actividades desarrolladas se agrupan en búsqueda, análisis e interpretación de bibliografía y documentos, elaboración y aplicación de entrevistas y recopilación de información, decodificación, análisis e interpretación, mapificación y graficidad, realización de trabajo de campo, aplicación de metodologías de evaluación, elaboración de conclusiones y redacción final del escrito.

La comprensión de la conformación de los territorios involucrados en el estudio implica estudiar sus recursos, infraestructura, equipamiento, actividades turísticas, entre otros. Para tal fin, el acercamiento se realiza a través de la realización de trabajo de campo que permite aproximarse a ese medio.

Abordar propuestas de desarrollo local/regional de la mano del turismo requiere la identificación de las posiciones y relaciones de los actores involucrados en el proceso. Es posible indagar acerca de lo mencionado a partir de la observación, la aplicación de entrevistas y encuestas, debido a que favorece a la recopilación fehaciente de información.

Las técnicas a emplear pueden ser agrupadas en un nivel desagregado, en:

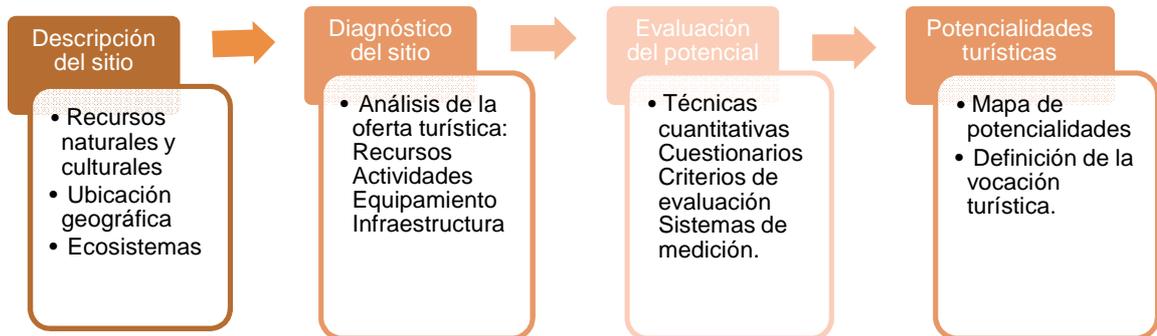
- Consulta de documentación convencional (bibliográfica) y no convencional (diarios locales, Internet, entre otros),
- Interpretación de imágenes satelitales, documentación cartográfica histórica y actual,
- Realización de un inventario de recursos y/o atractivos turísticos, existencia de infraestructura, equipamiento y servicios de cada localidad,
- Estimación del índice de potencialidad turística de cada localidad propuesta para integrar la ruta turística,
- Proceso de conformación y evaluación de la ruta turística propuesta.

2.1. Evaluación y análisis del potencial turístico: estimación del índice de potencialidad turística

A fin de realizar la evaluación del potencial turístico, se empleará la herramienta metodológica propuesta por la Secretaría de Turismo de México (SECTUR, 2010) la cual consiste en una serie de herramientas técnicas de medición, para que los agentes involucrados en el turismo e interesados en desarrollar la actividad puedan analizar, diagnosticar y definir el potencial turístico de su municipio de manera sencilla.

De forma integral, dicha metodología consta de dos fases:

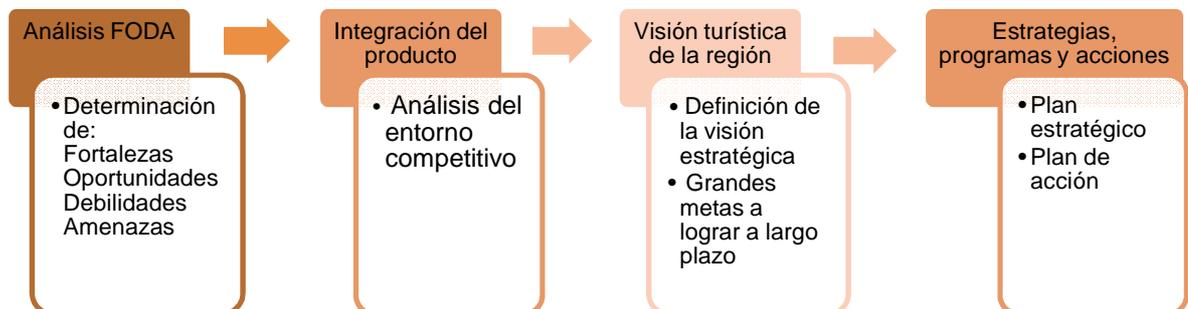
1. La fase I sustenta que la determinación del potencial se fundamenta en las condiciones de una región o municipio para desarrollar productos turísticos con la posibilidad de satisfacer la demanda actual de los turistas. De esta manera, tiene cuatro componentes: descripción del sitio, diagnóstico del sitio, evaluación del potencial y la determinación de potencialidades turísticas (Figura 2).

Figura 2: Fase I, determinación del potencial turístico

Fuente: Gambarota, D. (2019), elaboración propia en base a SECTUR 2010.

Las dos primeras actividades evalúan los componentes del producto turístico; la tercera incorpora las tendencias de mercado y la cuarta determina la vocación turística del lugar (SECTUR México, 2010).

- La fase II también se conforma de cuatro etapas de planeación (Figura 3): se inicia con el análisis FODA, continúa con la integración del producto turístico, luego la determinación de la visión turística del lugar (guía estratégica para diseñar los planes de desarrollo en la región), para finalmente volcarse al diseño de estrategias, programas y acciones de desarrollo del turismo.

Figura 3: Fase II, conformación del producto turístico

Fuente: Gambarota, D. (2019), elaboración propia en base a SECTUR 2010.

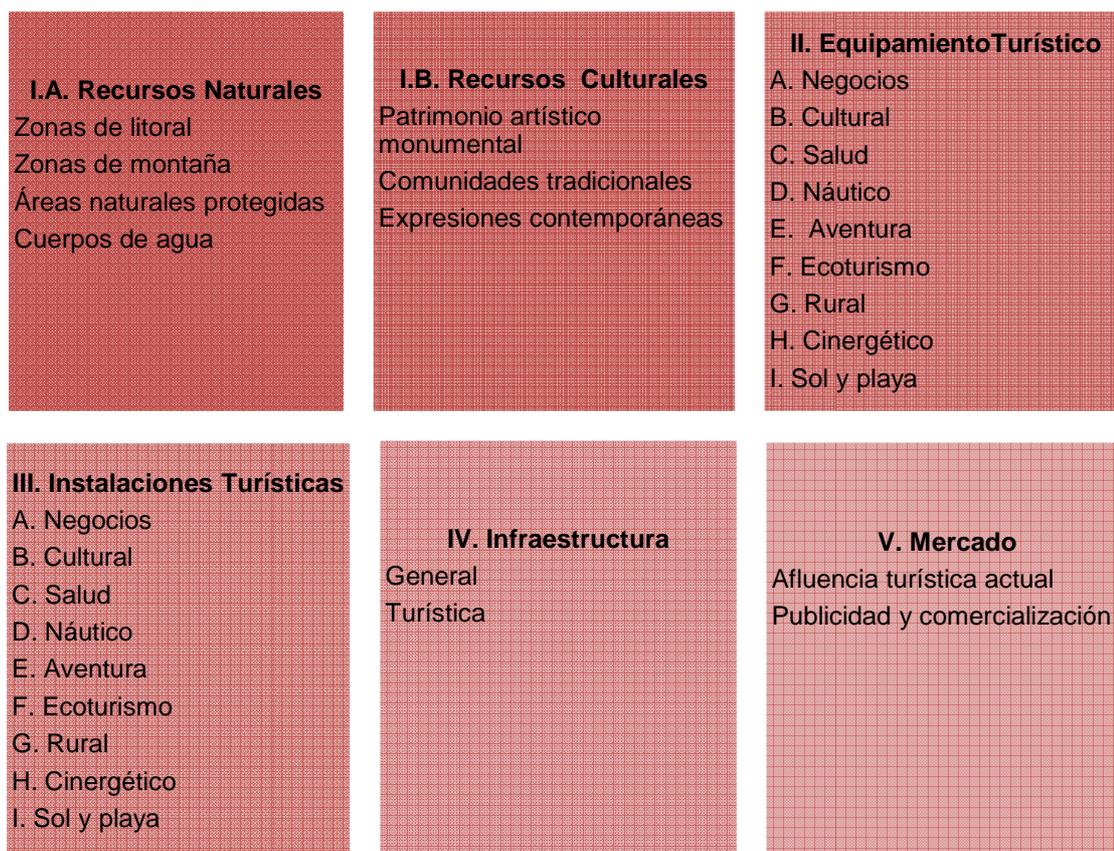
Cabe aclarar que en la presente investigación será de aplicada solo la Fase I debido a que la misma será utilizada como herramienta a fin de determinar el potencial turístico ya que la conformación del producto ruta turística se realizará teniendo en consideración metodologías específicas para tal fin.

En el caso de que la región o municipio no presente un potencial turístico, la metodología propuesta provee técnicas para la identificación de la vocación productiva alterna.

Ahora bien, para diagnosticar el potencial turístico del sitio en estudio, se desarrollan a continuación los cuatro instrumentos a utilizar en los cuales se basa esta metodología:

El cuestionario

El cuestionario permite recopilar la información del sitio a evaluar de forma práctica y ordenada, considerando tanto los componentes de la oferta, como los de la demanda y para lo cual se subdivide en seis secciones de evaluación que se detallan en la Figura 4.

Figura 4: Secciones del cuestionario

Fuente: Gambarota, D. (2019), elaboración propia en base a SECTUR 2010.

I. A. Primera sección: corresponde a los recursos naturales que posee una región o municipio. La clasificación se basó en la tipología de destinos turísticos propuesta por la Organización Mundial del Turismo (OMT).

I. B. Segunda sección: corresponde a los recursos culturales, comprendiendo sitios, expresiones y vestigios con valor histórico, artístico y tradicional. Su clasificación también deriva de la tipología de destinos turísticos de la OMT.

II. Tercera sección: corresponde al equipamiento y servicios turísticos, considerando los elementos de la planta turística. Incluye todos los establecimientos administrados por el sector público o privado que se dedican a prestar servicios turísticos (alojamiento, alimentación, esparcimiento, otros).

III. Cuarta sección: corresponde a las instalaciones, siendo todas aquellas construcciones dedicadas a la prestación de servicios turísticos y que son utilizadas en los servicios que ofrece el equipamiento.

IV. Quinta sección: corresponde a la infraestructura, que se clasifica en dos grandes categorías: la general y la especializada para el turismo; en la general se incorporan todas aquellas construcciones que sirven a las actividades productivas sin pertenecer especialmente a alguna de ellas; la infraestructura turística es aquella que beneficia directamente al turismo.

V. Sexta sección: corresponde al mercado turístico e incluye las variables que definen la demanda por los atractivos y servicios turísticos. Se subdivide en dos categorías: una presenta las características de la llegada de turistas al sitio en evaluación, y la otra las actividades de promoción y comercialización por parte de los agentes participantes en ésta actividad.

Criterios de evaluación

El sistema de medición consiste en analizar el destino asignando un valor a cada rubro de las seis secciones. En un primer paso se responde el cuestionario confirmando la existencia de recursos, equipamientos, instalaciones, infraestructura y llegada de turistas, y posteriormente, en caso de afirmar su existencia se califica el estado actual de cada componente para poder desarrollar la actividad turística.

Para calificar en forma estandarizada los componentes del producto turístico se han establecido criterios de evaluación. El propósito 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).

En la Tabla 1 se detalla el valor numérico asignado a cada criterio y la descripción del mismo.

Tabla 1: Criterios de evaluación del potencial turístico

Rojo: 0	Amarillo: 1	Verde: 2
Significa la ausencia de recursos naturales o culturales, equipamiento, instalaciones, infraestructura de apoyo en la localidad o visitas de turistas. El número asignado a esta clasificación es 0 (cero).	Implica un fuerte deterioro, descuido, pérdida o contaminación, así como una elevada fragilidad y riesgo en los recursos naturales y culturales; o bien, fuertes carencias y deficiencias en los servicios de equipamiento, las instalaciones, y la infraestructura, que obstaculizan el crecimiento del turismo, así mismo llegadas de turistas ocasionales o de paso. El número asignado a esta clasificación es 1 (uno).	Refleja que 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 y la llegada de turistas en forma específica al sitio en evaluación. El número asignado a esta clasificación es 2 (dos).

Fuente: Gambarota, D. (2019), elaboración propia en base a SECTUR 2010.

Sistema de medición

Utilizando los criterios de evaluación que asignan un valor numérico a cada uno de ellos, se logra transformar el sistema de calificación cualitativo a cuantitativo permitiendo una comparación más sencilla y clara entre los componentes que forman el producto turístico.

Con el sistema de calificación numérico se facilita la medición del potencial turístico, ya que es posible promediar las calificaciones obtenidas en rubros y secciones, pudiendo así evaluar la situación de cada una de las partes de un producto turístico con un sistema homogéneo y aplicable a todos los tipos 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 $\in [0 \text{ a } 2]$; calificación promedio total de las *instalaciones y servicios turísticos*.

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

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

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

Figura 5: Pesos de ponderación de la oferta turística

Componente	Valor
<ul style="list-style-type: none"> Recursos turísticos (RT) Equipamiento y servicios turísticos (EST) Instalaciones y servicios turísticos (IST) <ul style="list-style-type: none"> Infraestructura (IT) 	<ul style="list-style-type: none"> 40 % 20 % 20% 20%



Calificación de la oferta

$$O = 0,4 RT + 0,2 EST + 0,2 IST +$$

Fuente: Gambarota, D. (2019), elaboración propia en base a SECTUR 2010.

La calificación total de la demanda turística (DT) es el valor promedio (media aritmética) de todos los conceptos que conforman la sección V del cuadro mercado turístico; cada componente de la demanda tiene el mismo peso en el promedio porque 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; por último, la magnitud de la afluencia debe ser resultado de las actividades de publicidad y comercialización.

Figura 6: Pesos de ponderación de la demanda turística

Componente	Valor
<ul style="list-style-type: none"> Afluencia turística (AF) Publicidad y comercialización (PC) 	<ul style="list-style-type: none"> 0,5 0,5



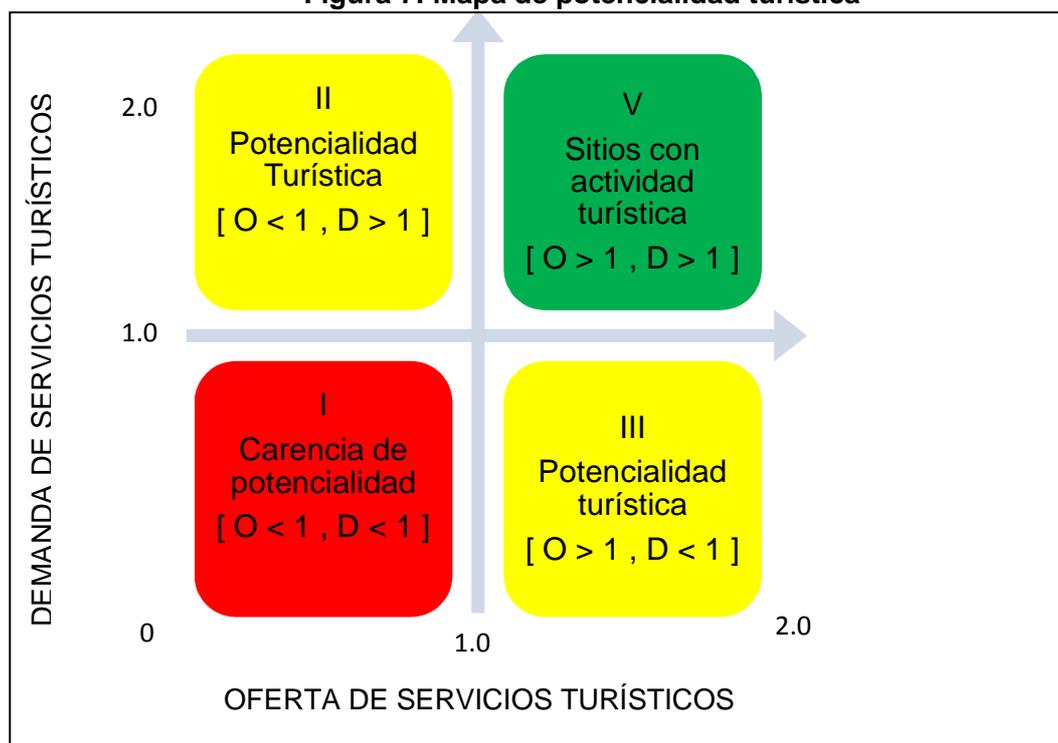
Calificación de la demanda

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

Fuente: Gambarota, D. (2019), elaboración propia en base a SECTUR 2010.

Mapa de potencialidad turística

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

Figura 7: Mapa de potencialidad turística

Fuente: Gambarota, D. (2019), elaboración propia en base a SECTUR 2010.

El cuadrante donde se ubiquen las coordenadas de las calificaciones totales de la oferta y la demanda definirá en qué medida una región o municipio tiene condiciones en su potencialidad turística o carece de ellas.

En el Cuadrante I de color rojo, se ubicarán todos aquellos municipios cuyo valor promedio de la oferta sea menor a 1 y cuya calificación total promedio de la demanda sea menor a 1. Es decir, en este cuadrante se ubican todos los municipios que carecen de productos turísticos, tienen escasos recursos naturales o culturales, y/o carecen de equipamiento, instalaciones e infraestructura turística, y que adicionalmente, no se han observado visitas de turistas o su llegada es esporádica.

En consecuencia, los municipios reportados en éste cuadrante carecen de potencialidad turística suficiente, por eso es necesario identificar una vocación productiva alternativa para la región de acuerdo con las fortalezas y oportunidades de otras actividades económicas.

Las regiones o municipios cuyas calificaciones los ubican en los Cuadrantes II y III de color amarillo, se caracterizan por tener potencialidad turística, aunque presentan alguna problemática específica.

En el caso del Cuadrante II, la calificación promedio de la oferta es menor a 1, pero la de la demanda es mayor a 1. Esto significa que los municipios en esa situación necesitan de productos turísticos completos o actividades, sus recursos turísticos se encuentran en cantidad limitada o con fuerte deterioro, padecen grandes deficiencias en el equipamiento, instalaciones e infraestructura turística. Sin embargo, se observa la llegada de turistas a esas regiones o municipios. En general, la problemática se ubica desde el lado de la oferta, por lo que es necesario implantar políticas y estrategias con la intención de crear o fortalecer los productos turísticos, poniendo énfasis en un mayor análisis de cada uno de sus componentes.

Por otro lado, los ubicados en el Cuadrante III reflejan que las calificaciones promedio de la oferta son superiores a 1 y que el valor de la demanda es menor a 1. Es decir que la región o municipio presenta

productos turísticos, con recursos, equipamiento, instalaciones e infraestructura adecuada, pero no cuenta con la suficiente afluencia de turistas. Las limitaciones se enfrentan por el lado de la demanda, por lo que es necesario profundizar el análisis en el conocimiento de los gustos y preferencias de los turistas, con el fin de adecuar los productos turísticos a sus requerimientos.

En el Cuadrante IV, de color verde, se ubican las regiones y municipios que actualmente están realizando actividades turísticas; sus calificaciones promedio de oferta y demanda superan el 1. En estos casos es conveniente analizar las condiciones de oferta y demanda para fortalecer e impulsar su competitividad.

2.2. Hacia un modelo metodológico para la creación de rutas turísticas

El fin último de la creación de una ruta turística debe ser lograr el contacto entre el visitante y el oferente, por lo que en su diseño hay que prestar especial atención en el desarrollo de las mismas y en su comercialización. Además es indispensable la participación conjunta de los gobiernos en todas sus instancias (nacional, provincial y municipal), de las comunidades locales y de los actores en manos de los cuales se encuentran las explotaciones.

Una diagramación exitosa de la ruta se logra mediante la participación de sistemas conformados por organismos y profesionales expertos y el apoyo de grupos de interés.

Una mención destacada requiere la consideración de la población local en el diseño de la ruta, ya que de otra manera son poco factibles las posibilidades de desarrollo del emprendimiento. Es indispensable generar un ámbito de participación social que los incluya y donde se consideren sus intereses, para evitar la implantación de proyectos que no cuentan con la aprobación de la sociedad local.

Las rutas surgen de la aplicación de una serie de procedimientos estandarizados, mediante los cuales se consigue la clasificación de recursos patrimoniales (naturales y culturales) y paisajísticos. A través de este procedimiento se logra identificar aquellos recursos que tienen el potencial de convertirse en productos turísticos.

Siguiendo a Návalon García *et al.* (2014), la puesta en valor turístico-recreativa de las rutas, requiere cumplimentar una serie de etapas, las que se detallan a continuación:

a. Análisis de las bases territoriales turísticas

Una vez comprobada la existencia de recursos capaces de motivar el desplazamiento de los visitantes para su uso y disfrute, se debe analizar la accesibilidad, evaluando el estado de las infraestructuras y servicios de las que harán uso tanto los visitantes como los residentes.

Se debe analizar si las vías de acceso y tránsito son adecuadas, considerando que al uso que realizan los residentes se suma el de la propia ruta, por lo que hay que contemplar su capacidad de carga, además de ser el origen de un plan de mejora que optimice su desarrollo y permita ampliarla en caso de ser necesario. Se requiere también, identificar la disponibilidad y estado del alojamiento y restauración.

Será imprescindible considerar cómo se llega al visitante potencial interesado en la ruta que se oferta, para lo cual las páginas web de productos y destinos se convierten en un factor clave, tanto para la puesta en valor como para su desarrollo. En el lugar de destino la información debe tener un carácter más personalizado, mediante puntos de información, señalización, material gráfico e informático.

b. Definición de los objetivos

Definir un objetivo concreto que explique qué es lo que se quiere conseguir con dicha ruta, pudiendo ser para el desarrollo turístico del área, como elemento de diferenciación de la oferta turística existente, o como dinamizador del patrimonio en pos de su conservación.

Asimismo se debe plantear el beneficio que se ofrece a los potenciales usuarios de la ruta, en tanto vivencia cultural, turismo activo y experiencia integral, siendo fundamental en este punto definir el público objetivo al que se orienta este nuevo producto.

c. Organización del producto de las rutas turísticas

Una vez definido lo que se quiere ofertar y la demanda a la que se dirige, se pueden organizar los elementos que forman el producto turístico de la ruta:

1. *Inventario y jerarquización de los recursos.*

Se deben identificar los recursos en base a los que se realizará el recorrido. El inventario se debe adaptar a los objetivos de cada ruta particular y al contexto en el que se inserta, orientándose principalmente a la accesibilidad física e intelectual, a la capacidad de carga del recurso, la estructura y desarrollo de los servicios existentes, la calidad de la información disponible y la relevancia temática del recurso para cumplir con el objetivo de la ruta.

2. *Definición de la estructura de servicios y diseño del producto.*

Una vez definidos los productos turísticos básicos y complementarios, se procede a definir la estructura de elementos que hacen a la prestación del servicio, entre los que se destacan las infraestructuras de apoyo, equipamientos, señalización, atención de recursos humanos y financiación.

3. *Comunicación y comercialización.*

En este punto es de vital importancia la creación de una imagen de marca, que represente la ruta y que capte el valor ofrecido, la realización de material promocional en diferentes soportes y distribuido por diferentes canales.

4. *Prestación del servicio y gestión.*

Se debe expresar de manera concreta la forma en la que se va a producir el servicio, así como definir los mecanismos de evaluación y supervisión.

Una vez que el producto está en el mercado, y en relación con la evaluación que se debe realizar del mismo, López Guzmán y Sánchez Cañizares (2008) indican que es fundamental identificar si la demanda turística aceptó el producto. Caso contrario se deben establecer las pautas de mejora y modificación. Asimismo, en relación con la gestión refieren que los creadores de la ruta deben ir interpretando los datos que vayan recibiendo de los turistas para ir adaptándose a sus necesidades.

A modo de síntesis, es importante destacar que la ruta se debe desarrollar sobre la base de una red vial que permita un desplazamiento fluido de los visitantes. Además, tiene que crearse sobre la base de una actividad distintiva y que tenga un nexo de cohesión común para que el visitante se sienta atraído en toda su vivencia. A la vez, como fin último, debe destacar sus peculiaridades, lo que va a permitir su correcta identificación, y a la vez la diferenciación de la misma ante otras similares o cercanas territorialmente (López Guzmán et al., 2008).

2.3. El método adoptado para la evaluación de la ruta turística

La realización de la evaluación de la ruta desarrollada en el presente trabajo se basó en la metodología para evaluar turísticamente a la potencial ruta establecida por la Consultora Desarrollo Turístico Sostenible (DTS) LTDA. (2007), en el marco del proyecto de "Identificación y Puesta en Valor de Rutas

Turísticas para La Región de Coquimbo”, encomendada por el Servicio Nacional de Turismo de la Región de Coquimbo (Chile).

Con el fin de evaluar la ruta propuesta y poder establecer sus posibilidades de materialización, se propuso esta matriz de evaluación que constituye un instrumento de filtro y selección para, a partir de sus resultados, conocer y definir sus características, diseñar sus componentes y factores de éxito para una adecuada consolidación en el mercado turístico. La matriz ha sido ideada en base a seis indicadores que miden la aptitud turística de la ruta para consolidarse como una oferta sólida y atractiva, de categoría media y media alta, que pueda satisfacer las necesidades de segmentos específicos del mercado. A su vez, cada sub indicador puede ser medido de acuerdo a seis categorías valorizadas de 5 a 0. Los mismos pueden visualizarse en la siguiente tabla.

Tabla 2: Calificaciones propuestas para cada sub indicador

Categoría	Puntaje
Muy buena	5
Buena	4
Regular	3
Deficiente	2
Muy deficiente	1
Inferior a todas las mencionadas	0

Fuente: Gambarota, D. (2019), elaboración propia en base a DTS Consultores LTDA (2007).

Para realizar una correcta interpretación de los mismos, se utiliza el Manual de Interpretación donde se establecen las condiciones y requisitos particulares que debe cumplir cada una de las seis categorías reconocidas por sub indicador, para asignar el puntaje correspondiente. Cada indicador obtiene un puntaje equivalente a la suma de sus sub indicadores, y todos ellos determinan el puntaje que alcanza la ruta en este proceso de evaluación.

A continuación, se presenta en la Tabla 3 una síntesis de los indicadores y sub indicadores utilizados por DTS Consultores Ltda. (2007:59) para evaluar la ruta, considerando la mencionada matriz. Seguidamente se explica cada uno más detalladamente.

Tabla 3: Indicadores y sub indicadores utilizados para evaluar la ruta

Indicadores	Sub indicadores	Calificaciones
I- Evaluación de competitividad	1. Singularidad 2. Jerarquía 3. Concentración de atractivos 4. Interpretación turística	Muy Buena Buena Regular Deficiente Muy Deficiente
II- Evaluación de posibilidad de explotación	1. Temporalidad 2. Estacionalidad 3. Utilización semanal	
III- Evaluación de la sostenibilidad ambiental	1. Nivel de deterioro ambiental 2. Nivel de deterioro visual	
IV- Evaluación de conectividad de la ruta al sistema turístico	1. Tiempo de desplazamiento desde el centro regional 2. Calidad y estado de mantención de vías de acceso 3. Demanda del mercado receptor regional 4. Inserción a la oferta turística regional	
V- Evaluación de las competencias laborales	1. Calificación de los empresarios y directivos 2. Calificación de personal de contacto	

	3. Aptitud de personal de contacto	
VI- Evaluación de infraestructura y equipamiento	1. Redes de infraestructura básica 2. Servicios básicos 3. Equipamiento turístico 4. Calidad y mantención de la vía de la ruta.	

Fuente: Gambarota, D. (2019), elaboración propia en base a DTS Consultores LTDA (2007).

I. Indicador: evaluación de competitividad

Este indicador evalúa la capacidad que tiene cada ruta para competir con otras rutas y destinos turísticos regionales y nacionales, considerando el conjunto de recursos que posee, frente a los recursos de la competencia. Incluye los siguientes sub indicadores:

1. Singularidad de la ruta: establece la capacidad competitiva que tiene la ruta, en relación a otras ofertas temáticas similares que existen en el mercado regional o nacional.
2. Jerarquía de la ruta: identifica las posibilidades que tiene la ruta para competir en el mercado regional y nacional, en función de la calidad de sus recursos (atractivos e instalaciones) y su capacidad para captar mercados externos a la región (nacional e internacional), de jerarquía media o media alta.
3. Concentración de atractivos afines: refleja el número de atractivos relevantes que posee la ruta, que son afines a su temática o que pueden ser complementarios a ella.
4. Interpretación turística: considera la existencia de elementos gráficos o escritos que facilitan el conocimiento e interpretación de los atractivos turísticos afines relevantes y complementarios que posee la ruta.

II. Indicador: Evaluación de la posibilidad de explotación

Este indicador evalúa las posibilidades de uso turístico o explotación que tiene la ruta en función de los tiempos que ella y sus recursos afines y complementarios (atractivos, instalaciones) están abiertos al público. Incluye los siguientes sub indicadores:

1. Temporalidad: expresa el lapso de tiempo diario (horas) que la ruta y sus recursos pueden ser visitados y utilizados por los turistas.
2. Estacionalidad: evalúa los periodos del año (estaciones, meses) que la ruta y sus recursos están disponibles para el uso público.
3. Utilización semanal: se refiere a los días de la semana que la ruta y sus recursos pueden ser utilizados por los visitantes.

III. Indicador: Evaluación de sostenibilidad ambiental

Este indicador evalúa las condiciones de intervención y deterioro ambiental que existen a lo largo de la ruta y en sus atractivos afines relevantes, reflejando con ello la preocupación de las comunidades locales por la protección de su medio ambiente y los recursos renovables. Incluye los siguientes sub indicadores:

1. Nivel de deterioro ambiental: expresa el nivel de conservación o deterioro que presenta el entorno natural de la ruta y sus atractivos afines.
2. Nivel de deterioro visual: refleja la preocupación de la comunidad local y sus administrativos por mantener el entorno y sus atractivos, libre de contaminación visual, cuidando el aseo y asegurando la recolección periódica de basuras.

IV. Indicador: Evaluación de conectividad de la ruta al sistema turístico

Este indicador evalúa las posibilidades de integración y alimentación que tiene la ruta y sus recursos afines relevantes y complementarios, con el resto del sistema turístico regional, en cuanto a la afinidad motivacional y la accesibilidad física que existe respecto de los principales centros receptores y emisores del turismo en la región. Se mide a través de los siguientes sub indicadores:

1. Tiempo de desplazamiento desde el centro receptor regional: refleja el tiempo que demoran los turistas en desplazarse desde el centro receptor o emisor regional más cercano hasta el punto de inicio de la ruta.
2. Calidad y estado de mantenimiento de las vías de acceso: expresa las condiciones de transitabilidad que tiene las vías de acceso a la ruta, desde el centro receptor o emisor más cercano, en cuánto a tipo de carpeta y su estado de mantenimiento y conservación.
3. Demanda del mercado receptor regional: indica el tipo de demanda en cuánto a procedencia que recibe el mercado receptor regional que alimenta a la ruta, y el periodo anual (meses) en que se manifiesta esa demanda.
4. Inserción a la oferta turística regional: mide las posibilidades de encadenamiento o de generación de demanda que tiene la ruta y sus recursos afines y complementarios, con los principales mercados emisores regionales y nacionales.

V. Indicador: Evaluación de las competencias laborales

Este indicador evalúa la capacidad y aptitud para atender a los turistas que tiene la planta de los establecimientos afines que prestan servicios turísticos en la ruta, incluyendo a sus empresarios, sus directivos y el personal de contacto. Se mide a través de los siguientes sub indicadores:

1. Calificación de empresarios y directivos: considera el nivel de calificación que tienen esos actores en temas relacionados con la dirección y administración de sus establecimientos.
2. Calificación del personal de contacto: refleja el nivel de calificación que posee el personal que proporciona los servicios a los turistas en las materias relacionados con sus tareas y responsabilidades.
3. Aptitud del personal de contacto: expresa las condiciones que tiene el personal que atiende directamente a los turistas, para proporcionar una buena atención, considerando aspectos como presentación, calidez o empatía, capacidad de comunicación, etc.

VI. Indicador: Evaluación de la infraestructura y el equipamiento

Este indicador evalúa la dotación de infraestructura y servicios que existen a lo largo de la ruta, para satisfacer las necesidades de los turistas y visitantes. Se mide a través de los siguientes sub indicadores:

1. Redes de infraestructura básica: indica las redes de infraestructura que existen en las localidades pobladas y los sectores rurales de la ruta.
2. Servicios básicos: refleja la existencia de servicios básicos que cubren las necesidades de los turistas, en las localidades pobladas y los sectores rurales de la ruta.
3. Equipamiento turístico: expresa la existencia de establecimientos turísticos de alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros, de categoría media, media alta y alta, que prestan servicios a los turistas a lo largo de la ruta.
4. Calidad y mantenimiento de la vía en la ruta: indica el tipo de carpeta de rodado que existe a lo largo de la ruta y su estado de conservación.

Interpretación de los indicadores de calificación

I. EVALUACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LA RUTA

1. Singularidad

- Muy buena: la ruta posee un alto grado de singularidad porque su temática es única a nivel nacional y regional.
- Buena: la ruta posee un buen grado de singularidad porque su temática es única a nivel regional.
- Regular: la ruta posee un grado de singularidad media porque su temática es poco frecuente a nivel nacional o regional.
- Deficiente: la ruta posee un grado de singularidad baja porque su temática es frecuente a nivel regional.
- Muy deficiente: la ruta posee un bajo grado de singularidad mínima porque se repite con frecuencia a nivel nacional.

2. Jerarquía (basada en la metodología de calificación elaborada por la Organización de Estados Americanos adaptada a la situación investigada)

- Muy buena: en la ruta predominan atractivos excepcionales, de jerarquía 5, por lo que por sí sola es capaz de captar demanda desde el mercado extranjero, de larga y media distancia.
- Buena: en la ruta predominan atractivos de excepción para el mercado interno, de jerarquía 4, por lo que por sí sola es capaz de captar demanda del mercado nacional y/o internacional limítrofe.
- Regular: en la ruta predominan atractivos con rasgos llamativos para el mercado interno, de jerarquía 3, por lo que por sí sola es capaz de captar demanda del mercado regional y/o desde las regiones vecinas.
- Deficiente: en la ruta predominan atractivos con algún mérito (de jerarquía 2), por lo que en conjunto con otros atractivos es capaz de captar demanda del mercado regional y provincial (regional cercano).
- Muy deficiente: en la ruta predominan atractivos de baja calidad (jerarquía 1), por lo que sólo es capaz de captar demanda del mercado local (misma localidad o comuna).

3. Concentración de atractivos afines

- Muy buena: existen a lo largo de la ruta 5 o más atractivos afines relevantes referidos a la temática de la ruta.
- Buena: existen a lo largo de la ruta entre 2 y 4 atractivos afines relevantes referidos a la temática de la ruta.
- Regular: existen a lo largo de la ruta al menos 1 atractivo afín relevante referido a la temática de la ruta y más de 3 atractivos que pueden ser complementarios a los relevantes.
- Deficiente: existen a lo largo de la ruta al menos 1 atractivo afín relevante referido a la temática de la ruta y entre 1 y 3 atractivos complementarios.
- Muy deficiente: existe a lo largo de la ruta sólo 1 atractivo afín relevante y no cuenta con atractivos complementarios.

4. Interpretación Turística

- Muy bueno: existen elementos para interpretar la mayoría de sus atractivos afines relevantes en más de un idioma.
- Bueno: existen elementos para interpretar algún atractivo afín relevante en más de un idioma y la mayoría de sus otros atractivos (afines y complementarios) en español.
- Regular: existen elementos para interpretar la mayoría de sus atractivos afines relevantes y complementarios en español.
- Deficiente: existen elementos para interpretar algún atractivo afín relevante y varios de sus atractivos complementarios en español.
- Muy deficiente: sólo algún atractivo complementario cuenta con elementos que permitan su interpretación en español.

II. EVALUACIÓN DE LAS POSIBILIDADES DE EXPLOTACIÓN DE LA RUTA

1. Temporalidad

- Muy Buena: la mayoría de sus recursos turísticos afines y complementarios (atractivos y/o instalaciones) pueden ser habilitados para el uso de los turistas durante las 24 horas del día.
- Buena: algunos de sus recursos turísticos afines y complementarios pueden ser habilitados para el uso de los turistas durante las 24 horas del día y el resto al menos entre 12 y 23 horas al día.
- Regular: la mayoría de sus recursos turísticos afines y complementarios pueden ser habilitados para el uso de los turistas al menos entre 12 y 23 horas al día.
- Deficiente: la mayoría de sus recursos turísticos afines y complementarios pueden ser habilitados para el uso de los turistas al menos entre 6 y 12 horas al día.
- Muy deficiente: la mayoría de sus recursos turísticos afines y complementarios pueden ser habilitados para el uso de los turistas menos de 6 horas al día.

2. Estacionalidad

- Muy buena: ruta que es, o puede ser utilizada turísticamente durante los 12 meses del año.
- Buena: ruta que es, o puede ser utilizada turísticamente por más de 9 y menos de 12 meses en el año.
- Regular: ruta que es, o puede ser utilizada turísticamente por más de 6 y menos de 9 meses en el año.
- Deficiente: ruta que es, o puede ser utilizada turísticamente más de 3 y menos de 6 meses en el año.
- Muy deficiente: ruta que es, o puede ser utilizada turísticamente menos de 3 meses en el año.

3. Utilización semanal

- Muy buena: ruta que es, o puede ser utilizado turísticamente los 7 días de la semana.
- Buena: ruta que es, o puede ser utilizado turísticamente 5 y 6 días a la semana, incluidos los fines de semana.
- Regular: ruta que es, o puede ser utilizado turísticamente entre 3 y 4 días a la semana, incluidos los fines de semana.
- Deficiente: lugar que es, o puede ser utilizado turísticamente sólo los fines de semana.
- Muy deficiente: lugar que es, o puede ser utilizado turísticamente entre 1 y 2 días laborales, durante la semana.

III. EVALUACIÓN DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL DE LA RUTA

1. Nivel de Deterioro Ambiental

- Muy Buena: ruta que posee un ambiente muy bien mantenido, sin deterioros ni alteraciones importantes.
- Buena: ruta que posee un ambiente bien mantenido, con deterioros o alteraciones menores.
- Regular: ruta que posee un ambiente regularmente mantenido, con algún deterioro y alteraciones significativas.
- Deficiente: ruta que posee un ambiente escasamente mantenido y poca preocupación por evitar nuevos deterioros.
- Muy deficiente: ruta que posee un ambiente sin mantención y ninguna preocupación por evitar mayores deterioros.

2. Nivel de Deterioro Visual

- Muy buena: existe preocupación por cuidar el aseo de la ruta y se efectúa recolección de basura y aseo periódicamente, más de una vez por semana.
- Buena: existe preocupación por cuidar el aseo de la ruta y se efectúa recolección de basura y aseo periódicamente, al menos una vez a la semana.
- Regular: se efectúa en la ruta recolección de basura y aseo periódicamente, cada 15 días.
- Deficiente: no hay mucha preocupación por cuidar el aseo de la ruta y se efectúa recolección de basura y aseo en forma irregular.

- Muy deficiente: no existe preocupación por mantener el aseo de la ruta y se realiza recolección de basura muy ocasionalmente.

IV. EVALUACIÓN DE CONECTIVIDAD DE LA RUTA AL SISTEMA TURÍSTICO REGIONAL

1. Tiempo de Desplazamiento desde el centro receptor regional
 - Muy buena: el inicio de la ruta se encuentra ubicado inmediato al centro receptor regional más cercano.
 - Buena: el inicio de la ruta se encuentra ubicado a no más de ½ hora del centro receptor regional más cercano.
 - Regular: el inicio de la ruta se encuentra ubicado entre ½ y 1 horas del centro receptor regional más cercano.
 - Deficiente: el inicio de la ruta se encuentra ubicado entre 1 y 2 horas del centro receptor regional más cercano.
 - Muy deficiente: el inicio de la ruta se encuentra ubicado a más de 2 horas del centro receptor regional más cercano.
2. Calidad y estado de mantenimiento de la vía de acceso
 - Muy buena: la vía de acceso a la ruta está asfaltada o pavimentada y se mantiene en buen estado.
 - Buena: la vía de acceso a la ruta se encuentra asfaltada o pavimentada y se mantiene en regular estado.
 - Regular: la vía de acceso a la ruta es de ripio y se encuentra en buen estado.
 - Deficiente: la vía de acceso a la ruta es de tierra y se encuentra en buen estado.
 - Muy deficiente: la vía de acceso a la ruta es un camino de ripio o tierra que se mantiene en regular estado.
3. Demanda del mercado receptor regional
 - Muy buena: el mercado receptor regional que alimenta a la ruta recibe durante todo el año todo tipo de turistas, nacionales y extranjeros.
 - Buena: el mercado receptor regional que alimenta a la ruta recibe al menos durante 6 meses del año todo tipo de turistas, nacionales y extranjeros
 - Regular: el mercado receptor regional que alimenta a la ruta recibe entre 1 y 6 meses del año todo tipo de turistas, nacionales y extranjeros.
 - Deficiente: el mercado receptor regional que alimenta a la ruta recibe al menos durante 6 meses del año, sólo turistas regionales.
 - Muy deficiente: el mercado regional que alimenta a la ruta recibe entre al menos durante 6 meses del año sólo turistas locales.
4. Inserción a la oferta turística regional
 - Muy buena: ruta que tiene una alta capacidad de encadenamiento con el sistema turístico regional y con los principales mercados emisores nacionales.
 - Buena: ruta que tiene una alta capacidad de encadenamiento con el sistema turístico regional o con los principales mercados emisores nacionales.
 - Regular: ruta que tiene mediana capacidad de encadenamiento con el sistema turístico regional y con los principales mercados emisores nacionales.
 - Deficiente: ruta que tiene mediana capacidad de encadenamiento con el sistema turístico regional o con los principales mercados emisores nacionales
 - Muy deficiente: ruta que tiene baja capacidad de encadenamiento con el sistema turístico regional o con los principales mercados emisores nacionales.

V. EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES

1. Calificación de empresarios y directivos

- Muy buena: ruta que posee una alta proporción de empresarios y ejecutivos calificados en dirección y administración.
- Buena: ruta que posee una alta proporción de empresarios y ejecutivos calificados en dirección o administración.
- Regular: ruta que posee una mediana proporción de empresarios y ejecutivos calificados en dirección o administración.
- Deficiente: ruta que posee una baja proporción de empresarios y ejecutivos calificados en dirección y administración.
- Muy deficiente: ruta que posee una mínima proporción de empresarios y ejecutivos calificados en dirección o administración.

2. Calificación del personal de contacto

- Muy buena: ruta que posee una alta proporción de su personal de contacto adecuadamente calificado para la prestación de servicios a los turistas.
- Buena: ruta que posee una alta proporción de su personal de contacto medianamente calificado para la prestación de servicios a los turistas.
- Regular: ruta que posee una mediana proporción de su personal de contacto adecuadamente calificado para la prestación de servicios a los turistas.
- Deficiente: ruta que posee una mediana proporción de su personal de contacto con alguna calificación para la prestación de servicios a los turistas.
- Muy deficiente: ruta que posee una baja proporción de su personal de contacto con alguna calificación para la prestación de servicios a los turistas.

3. Aptitud del personal de contacto

- Muy buena: personal de contacto que posee excelentes condiciones para brindar un buen servicio a los turistas (presentación, empatía, capacidad de comunicación).
- Buena: personal de contacto que posee regulares condiciones para brindar un buen servicio a los turistas (presentación, empatía, capacidad de comunicación).
- Regular: personal de contacto que posee pocas condiciones para brindar un buen servicio a los turistas (presentación, empatía, capacidad de comunicación).
- Deficiente: personal de contacto que posee condiciones para brindar un servicio básico a los turistas (empatía y capacidad de comunicación).
- Muy deficiente: personal de contacto que posee condiciones mínimas para brindar un servicio básico a los turistas (empatía y capacidad de comunicación).

VI. EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA Y EL EQUIPAMIENTO

1. Redes de infraestructura básica

- Muy buena: la ruta cuenta con una completa dotación de infraestructura básica (agua potable, electricidad, eliminación de aguas servidas y combustibles) en toda su trayectoria (zonas rurales y localidades pobladas)
- Buena: la ruta cuenta con una completa dotación de infraestructura básica (agua potable, electricidad, eliminación de aguas servidas y combustibles) en todas las localidades pobladas y con algunas redes en las zonas rurales
- Regular: la ruta cuenta con una completa dotación de infraestructura básica (agua potable, electricidad, eliminación de aguas servidas y combustibles) en todas sus localidades pobladas y sólo con una de ellas en las zonas rurales
- Deficiente: la ruta cuenta con algunas redes de infraestructura básica (agua potable, electricidad, eliminación de aguas servidas y combustibles) en toda su trayectoria (zonas rurales y localidades pobladas)
- Muy deficiente: la ruta cuenta con algunas redes de infraestructura básica (agua potable, electricidad, eliminación de aguas servidas y combustibles) en todas sus localidades pobladas y sólo con una de ellas en las zonas rurales.

2. Servicios Básicos

- Muy buena: la ruta cuenta con una completa dotación de servicios básicos (seguridad, salud, comunicación, comercio diario, cambio de dinero) que cubre las necesidades en toda su trayectoria (localidades pobladas y zonas rurales)
- Buena: la ruta cuenta con una completa dotación de servicios básicos (seguridad, salud, comunicación, comercio diario, cambio de dinero) que cubre todas las necesidades de sus localidades pobladas y algunas de ellas en los sectores rurales
- Regular: la ruta cuenta con una completa dotación de servicios básicos (seguridad, salud, comunicación, comercio diario, cambio de dinero) que cubre todas las necesidades de sus localidades pobladas y sólo alguna de ellas en los sectores rurales
- Deficiente: la ruta cuenta con algunos servicios básicos (seguridad, salud, comunicación, comercio diario, cambio de dinero) que cubren las necesidades de las localidades pobladas y los sectores rurales de la ruta.
- Muy deficiente: la ruta cuenta con algunos servicios básicos (seguridad, salud, comunicación, comercio diario, cambio de dinero) que cubre las necesidades de sus localidades pobladas y sólo uno de ellos los sectores rurales.

3. Equipamiento turístico

- Muy buena: la ruta cuenta con servicios turísticos de alojamiento y alimentación, de buena calidad, que cubren las necesidades en toda su trayectoria.
- Buena: la ruta cuenta con servicios turísticos de alojamiento y alimentación, de buena calidad, que cubren las necesidades en algunos de sus sectores.
- Regular: la ruta cuenta con servicios turísticos de alojamiento y alimentación, de regular calidad, que cubren las necesidades en toda su trayectoria.
- Deficiente: la ruta cuenta con servicios turísticos de alojamiento y alimentación, de regular calidad, que cubren las necesidades en algunos de sus sectores.
- Muy deficiente: la ruta cuenta con servicios turísticos de alojamiento o alimentación, de baja calidad, que cubren las necesidades en algunos de sus sectores.

4. Calidad y mantención de la vía en la ruta

- Muy buena: la vía de la ruta es asfaltada o pavimentada y se mantiene en buen estado.
- Buena: La vía de la ruta se encuentra asfaltada o pavimentada y se mantiene en regular estado.
- Regular: La vía de la ruta es de ripio y se encuentra en buen estado.
- Deficiente: la vía de la ruta es de tierra y se encuentra en buen estado.
- Muy deficiente: la vía de la ruta es un camino de ripio o tierra que se mantiene en regular estado.

La siguiente tabla, expone la jerarquía que puede llegar a tener la ruta según los diferentes puntajes establecidos por los consultores para evaluarla.

Tabla 4: Puntajes y jerarquía de la ruta

Puntajes	Jerarquía de la ruta	Mercados
100 a 81	Alta (5)	Por sí sola es capaz de captar demanda desde mercados extranjeros y nacionales de larga y media distancia
80 a 61	Buena (4)	Por sí sola es capaz de captar demanda del mercado nacional y/o internacional limítrofe, además de turistas extranjeros que llegan a la zona por otros motivos
60 a 41	Media (3)	Por sí sola es capaz de captar demanda del mercado regional y/o desde las regiones vecinas, además de turistas nacionales y extranjeros que llegan a la zona por otros motivos
40 a 21	Baja (2)	En conjunto con otros atractivos es capaz de captar demanda desde el mercado regional
20 a 0	Mínima (1)	Sólo es capaz de captar demanda desde el mercado local

Fuente: DTS Consultores LTDA (2007).

**PARTE II: El área de estudio,
un análisis de los territorios delimitados**

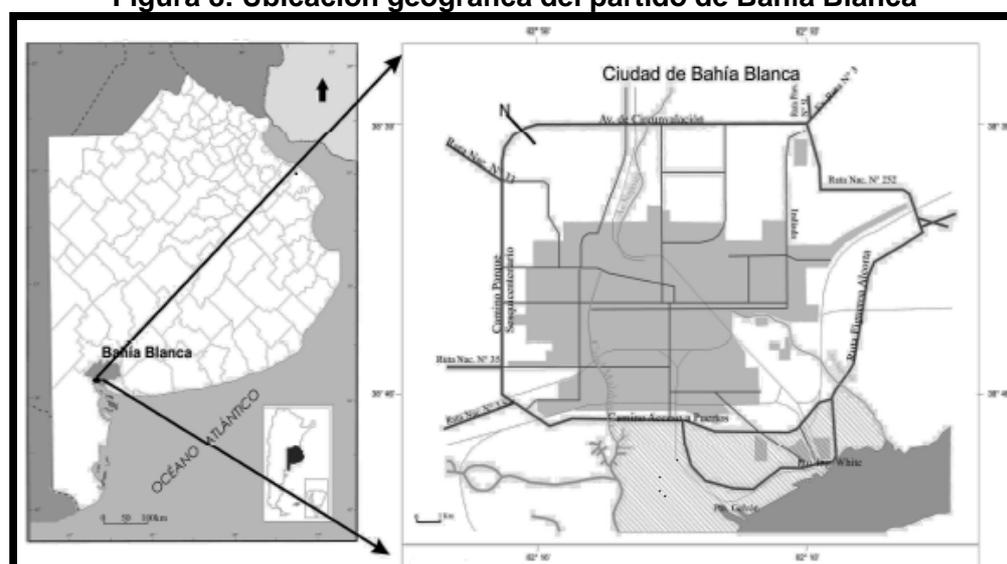
CAPÍTULO III

“Bahía Blanca: ciudad multifuncional”

3.1. Localización

La ciudad de Bahía Blanca se encuentra situada en el Sudoeste de la provincia de Buenos Aires a los 38° 44' Latitud Sur y 62° 16' Longitud Oeste sobre la costa del océano Atlántico. Es la localidad cabecera del partido homónimo que incluye las localidades de Ingeniero White, General Daniel Cerri y Cabildo limitando con los distritos de Villarino, Tornquist, Coronel Pringles y Coronel Rosales, siendo su superficie de 2.300 Km². Según el último censo realizado, cuenta con 301.501 habitantes (INDEC, 2010).

Figura 8: Ubicación geográfica del partido de Bahía Blanca



Fuente: Ramborger, M. A., (2010).

3.2. Características geoambientales

3.2.1. Aspectos geológicos

El suelo es arenoso y arcillo-arenoso, liviano y permeable. El subsuelo es calcáreo, impermeable y duro. En el espacio bahiense el relieve predominante es la llanura, pero tal como lo sostiene Bróndolo *et al* (1994), en el espacio bahiense se reconocen tres unidades geomorfológicas:

- *las terrazas o "lomas"*, que se extienden desde el noroeste al norte, constituyen el borde final de la llanura sedimentaria (limo-loésica) que se desarrolla entre el Sistema de Ventania y la Bahía Blanca, su altura alcanza los 70 metros sobre la cota cero hallándose cubierta por suelos poco profundos formados a partir de sedimentos eólicos; existe aquí una ruptura de pendiente donde se manifiestan importantes procesos erosivos, quedando como testimonio zanjas abiertas y acumulación de material de sólidos en las calles de los barrios altos. A su vez las vías del ferrocarril y el camino de la Carrindanga, actúan como micro relieves positivos dentro de la llanura, constituyendo verdaderos diques de contención que dificultan el libre drenaje (López, 2000);
- *el valle del río Napostá Grande*, nace en los faldeos del Cordón de Ventana y atraviesa la ciudad; la mayor parte de su recorrido ha sido entubado para solucionar problemas urbanos que

originaba el cauce a cielo abierto, las “lomas” delimitan el valle por el norte, donde se generan escurrimientos temporarios (torreteras);

- *la planicie baja*, comprendida entre las geoformas mencionadas y la costa, existe una extrema horizontalidad del terreno lo que impide el escurrimiento de las aguas; existe un pequeño abanico delta desde la confluencia del Napostá Grande con el Canal Maldonado, abriéndose hacia la costa donde pierde competencia y se produjo el depósito de una gran cantidad de sedimentos y sobre él se asienta la mayor parte de la trama urbana provocando que se desactive la geoforma.

Se observan valles fluviales, terrazas provenientes del relieve patagónico en el norte y noreste de la ciudad, la fractura tectónica que se inicia en la bahía Blanca, luego paleoacantilados, lomas, depresiones salitrosas (salitrales), estuarios, playas, médanos, etc. Este relieve proviene del accionar no solo de los movimientos tectónicos sino de los sistemas bioclimáticos que han generado ecosistemas naturales donde el soporte es la estructura de la superficie. Las unidades fisiográficas que se pueden encontrar según Petagna y Zinger (1986) son: relieve serrano, planicie disectada, formaciones medanosas, depresión tectónica y relieve mesetiforme con rasgos patagónicos (Benedetti, *et al.* 2015:76).

3.2.2. Hidrografía

Los cauces que recorren el partido de Bahía Blanca nacen en Sierra de la Ventana y desembocan en el Océano Atlántico. Se destacan los arroyos Napostá Grande, Maldonado y Napostá Chico; y los ríos Sauce Chico y Sauce Grande el cuál no pertenece al partido de Bahía Blanca pero constituye la principal fuente de abastecimiento de agua potable en toda la región.

3.2.3. Clima

El clima de la ciudad de Bahía Blanca es templado de transición, con temperaturas moderadas y de alta variabilidad, con medias de 23° C en verano y 8° C en invierno. Las precipitaciones oscilan entre 500 y 600 milímetros anuales, con un elevado índice de variabilidad mensual. Los meses con mayor presencia de precipitaciones corresponden a febrero, marzo, octubre y noviembre.

Los vientos son moderados en general, provenientes del norte y noroeste, incrementándose notablemente de diciembre a febrero. Puntualmente, podemos encontrar tres tipos de vientos característicos en nuestra región: la Sudestada, el Pampero y el viento Norte.

El Pampero es un viento seco con velocidades superiores a los 40 km/h de componente Sur-Suroeste que normalmente dura una semana. Su temperatura depende de la estación y se asocia a un pasaje de un frente frío. Es por eso que en su fase inicial se caracteriza por presentar ráfagas intensas, acompañadas de descensos de temperatura, aumento de la presión atmosférica y, casi siempre en verano, tormentas eléctricas. Una vez que dicho frente avanza hacia el Río de la Plata, se presentan cielos despejados en el sur Bonaerense (Campo *et al.*, 2004).

El viento Norte es propio del verano. Se caracteriza por generar un ambiente seco y cálido, que genera gran irritabilidad en la población (Campo *et al.*, 2004).

La Sudestada: puede producirse durante todo el año y afecta a las zonas costeras de la provincia de Buenos Aires. Son vientos del sector sureste con velocidades mayores a 35 km/h, acompañados por lluvias y bajas temperaturas (Campo *et al.*, 2004).

3.2.4. Flora y fauna

La ciudad de Bahía Blanca, espacio geográfico de estudio de esta tesis, está inserta en la llanura pampeana y presenta como marco natural a tres provincias fitogeográficas: la del espinal, la del monte y

la pampeana (Cabrera, 1976). La formación dominante es la pampeana, pero también se encuentran remanentes de monte y espinal. Los caracteres edáficos del área indican suelos con alto contenido de carbonato de calcio, textura franco-arenosa, material loessoide y tosca. Ello se asocia con los matorrales xerófilos y con la pradera herbácea que constituyen la vegetación natural (Petagna y Zinger, 1986). Hoy en día, poco queda de esta vegetación nativa en el área urbana. Sin embargo, hay algunos bosquecillos relicto de chañares en el Parque Campaña al Desierto o en la Ex Quinta González Martínez, hoy espacio para la recreación y museo de ciencias naturales, con chañares, caldenes y vegetación herbácea pampeana (Benedetti, 2015).

En el área de estudio dominan las gramíneas o llamadas localmente como flechillas, pero sobresalen algunos árboles o arbustos que son propios también del monte y del espinal tales como algarrobo dulce, sombra de toro, piquillín, piquillín de víbora, piquillín-liaolin espinudo, molle, azahar del monte, barba de chivo, tramontana, manca caballo, paja fina, paja brava, yerba de oveja, carqueja y zampa crespá. Otras de las especies nativas que se pueden mencionar son aguaribay, tipa colorada, jacarandá palo borracho y ombú. En relación a especies exóticas o introducidas se pueden visualizar braquiquito, ligustro, eucaliptus, ciprés, pino tosquero, sófora, olivo, acacia visco, pezuña de vaca, cina cina, casuarina, olmo, álamos, tamariscos y sauces. En la costa lo propio es la vegetación halófila (Géneros *Atriplex*, *Cyclolepis*, *Salicornia*).

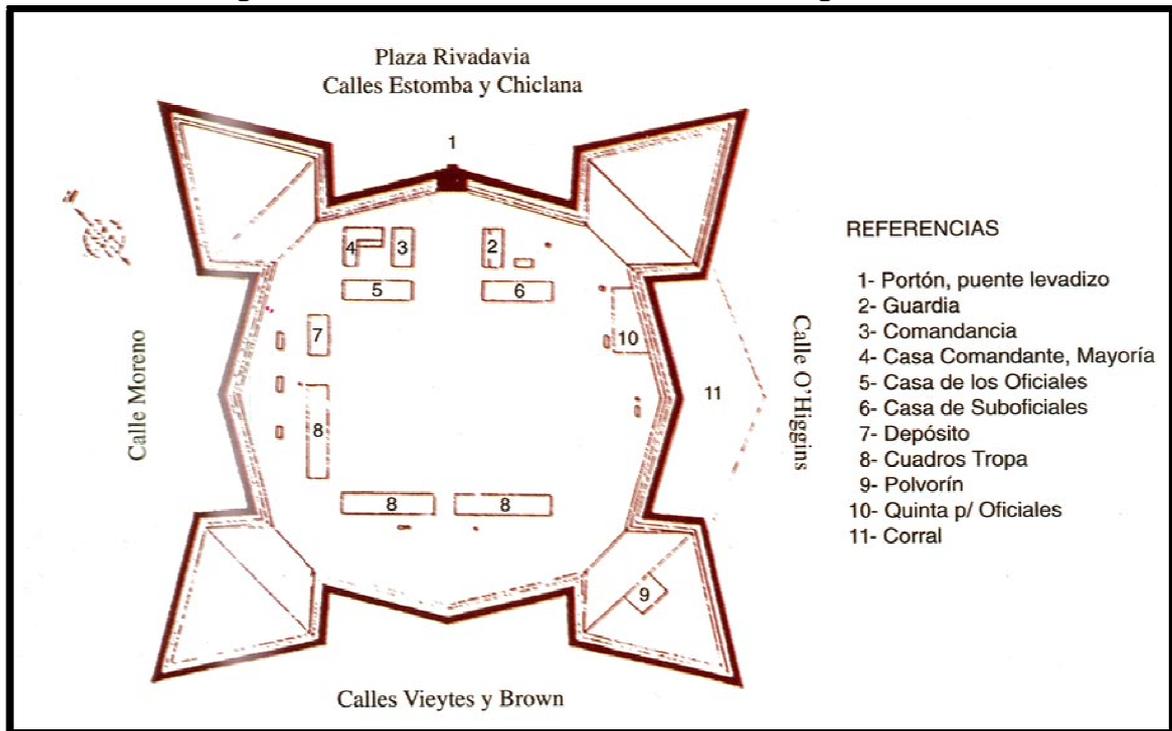
La costa constituye el hábitat de los cangrejales y el estuario se destaca por ser el hábitat de especies endémicas, raras y amenazadas (gaviotas cangrejeras, playero rojizo, delfín franciscana, burrito, negruzco); fauna y flora acuática y terrestre única; alimentación y descanso de aves migratorias del hemisferio Norte y Patagonia (becasa de mar, chorlo pecho colorado); especies carismáticas; (flamenco austral, tonina o ferón); grandes tiburones (bacota y escadrún) y tortugas marinas en extinción.

3.3. Aspectos históricos

La fundación de la ciudad de Bahía Blanca estuvo relacionada a una política de expansión territorial proveniente de las autoridades de la provincia de Buenos Aires, que fijaron dos objetivos prioritarios: el avance de la frontera sur y la protección de la población de la provincia. Lo mencionado derivó en la construcción de fuertes y pueblos en la línea sur, a fin de incorporar el territorio sureño y consolidar el dominio militar.

El Coronel Ramón Estomba por mandato del gobernador de la provincia de Buenos Aires, Coronel Manuel Dorrego, llevó a cabo la expedición militar que derivó en la fundación de Bahía Blanca. Llegó desde el Fuerte Independencia, en Tandil, el 9 de abril de 1828 y el día 11, el resto de la expedición y los materiales para la construcción del Fuerte, denominado por Estomba, Fortaleza Protectora Argentina.

La fortaleza de forma estrellada, comprendía el cuartel, las caballerizas y un pequeño grupo de viviendas, localizándose en cuatro manzanas en donde en la actualidad comprendes las calles Estomba-Chiclana, Brown-Vieytes, O'Higgins y Moreno (Figura 9).

Figura 9: Plano de la Fortaleza Protectora Argentina 1859

Fuente: www.mhistorico.bahiablanca.gov.ar, (2017).

Las condiciones naturales del espacio favorecían el cumplimiento de los objetivos propuestos.

“El estar rodeados por dos cursos de agua, los arroyos Napostá y Maldonado, por una parte, y por la otra por la costa del mar con un buen puerto, se dificultaba enormemente el asalto indígena a la vez que se tenía asegurado el abastecimiento por mar desde Buenos Aires. Se consideró además la existencia del agua de los arroyos, la buena tierra vegetal y los pastos abundantes, así como la existencia de la leña para combustible” (Plan de Desarrollo Urbano de Bahía Blanca 1971, en Ercolani, 2005:76).

El Teniente Coronel Antonio Manuel de Molina llegó en 1830 a trazar las calles aledañas al Fuerte; realizó en 1834 un plano de la ciudad. En ese mismo año, se nombró el primer Juez de Paz y encargado de la Comisaría que fue Francisco Xavier Casal. En el año 1836 se inauguró la primera Iglesia bajo la advocación de Nuestra Señora de la Merced, redentora de los cautivos cristianos y el genovés Juan Bautista Biggio fue nombrado cura párroco.

En 1856 llega a Nueva Roma primero y, a Bahía Blanca después, la Legión Agrícola Militar marcando el comienzo de la población estable con familias que perduran hasta la actualidad. En ese mismo año, se produjo una epidemia de cólera lo cual provocó el diezmo de la población. A esta situación se le agregaron las bajas sufridas en la lucha contra los aborígenes en los enfrentamientos producidos contra los malones, principalmente con el del Cacique Calfucurá, uno de los cuales ocurrió el 19 de mayo de 1859.

En 1861 se inauguró la primera escuela pública para varones, pero a pesar de esos intentos de progreso, la población sufrió penurias, desabastecimientos y ataques que hicieron peligrar su existencia.

Tiempo después, la Campaña del Desierto (1869-1878) pone fin al dominio indígena y permite incorporar Bahía Blanca al territorio nacional. De esta manera, la política nacional favorece la instalación de frigoríficos, del equipamiento del puerto y la construcción de una red ferroviaria. En efecto, el gran crecimiento de la localidad se produjo en 1884 cuando llega el ferrocarril y con él, grandes contingentes

de inmigrantes y el desarrollo, no sólo edilicio sino económico y social. En 1895 gracias a una ley provincial, Bahía Blanca alcanza el rango de ciudad; se sucedieron a partir de allí, una gran cantidad de inauguraciones que se fueron dando a medida que la población se afincaba y crecía a ritmo vertiginoso.

Entre los años 1901 y 1928 se inauguraron: el servicio de tranvías a vapor, en 1904 y a nafta en 1906; el alumbrado a gas y el servicio domiciliario de gas, en 1906; el servicio de aguas corrientes, en 1908; las oficinas del Palacio Municipal, en 1909; el Parque de Mayo en, 1910; el Ferrocarril Rosario Puerto Belgrano, en 1911; el Teatro Municipal, en 1913; el servicio telefónico a Buenos Aires, en 1925; y el servicio de obras sanitarias, en 1926.

Durante el período 1880 y 1930, la ciudad comienza a posicionarse como nodo de comunicaciones y cabecera de un área definida como el Sudoeste de la provincia de Buenos Aires.

Concluyendo, se puede afirmar que con la consolidación del sistema ferropuertoario, la expansión agrícola-ganadera, el crecimiento de la actividad industrial y comercial y el crecimiento demográfico, la ciudad de Bahía Blanca se fue perfilando como un espacio con potencialidad para ingresar en la dinámica del proceso de modernización que caracterizó a Argentina, como resultado de la puesta en marcha del modelo agroexportador.

El período comprendido entre 1930 y 1970, se caracterizó por un gran desarrollo, donde se pueden diferenciar dos etapas bien definidas: 1930-1956 donde se le otorga una gran importancia al equipamiento militar, y la segunda, 1956-1970, en la cual se realizan obras de infraestructura urbana. En 1956 la ciudad adquiere, además, una dinámica científica y cultural con proyección nacional, gracias a la fundación de la Universidad Nacional del Sur.

Las décadas que median entre 1970 y la actualidad, han ido definiendo una ciudad que aún con distintos ritmos de desarrollo, ha logrado mantenerse en un escenario definido por el proceso de la globalización. Durante el transcurso del mencionado período se destacan los siguientes hechos: la radicación del Polo Petroquímico Bahía Blanca en 1981, y *“la pérdida de importancia del rol que desempeñaba la ciudad en la región sur del país, junto a una nueva proyección que fue adquiriendo Bahía Blanca en el marco de la globalización económica de los años ‘90”* (Plan de Desarrollo Urbano de Bahía Blanca 1971, en Ercolani, 2005:83).

En la última década del siglo XX, se produce un flujo de inversiones extranjeras directas en Argentina, lo cual se refleja en la ciudad de Bahía Blanca con la radicación de empresas trasnacionales especialmente en el área portuaria, que desde sus orígenes, se ha caracterizado por ser un área de articulación entre lo global y lo local.

3.4. Dimensión económica

En el Plan estratégico de Bahía Blanca (2000:38) se afirma que:

“La ciudad se presenta como cabecera del Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires. A partir de una base productiva regional eminentemente agrícola-ganadera, la ciudad se consolida como centro urbano proveedor de bienes y servicios de la zona circundante. Su condición geográfica, así como la disponibilidad de materias primas la convierten en asentamiento de importantes empresas agro-industriales y del sector petroquímico”.

Se pueden diferenciar diversos sectores económicos que se desarrollan en la localidad bahiense:

Sector industrial: se destaca la presencia de un conjunto de grandes empresas vinculadas a la actividad petroquímica, agroindustrial y de refinerías de petróleo; las mencionadas son Planta de soda cáustica y PVC SOLVAY INDUPA, Compañía MEGA (fraccionadora de gas petróleo), PROFERTIL S.A (manufactura urea y amoníaco), Transportadora de Gas del Sur (TGS), CARGILL (planta aceitera),

Petrobras (combustible), y DOW Argentina (manufactura polímero e hidrocarburos). En el Plan Estratégico de Bahía Blanca, se afirma que si bien conforman un número reducido de establecimientos, su importancia relativa es muy significativa, ya que en conjunto participan en más del 65% del valor de la producción de la industria local.

Es relevante destacar que se están realizando importantes inversiones en el sector, las cuáles aceleraran el proceso de industrialización y la dinamización de la economía bahiense.

Las PYMES representan un universo vinculado principalmente a la industria metalmecánica, alimenticia y al procesamiento de madera.

Puerto de Bahía Blanca: constituye la principal vinculación de la ciudad con los mercados externos. Posee un calado de 45 pies de profundidad y su localización estratégica en relación a los centros agrícola de la zona pampeana, hace de esta estación marítima el punto de salida natural de la producción agraria, de subproductos y oleaginosas hacia los mercados internacionales. Su operatoria tiene un marcado sesgo a la exportación de productos primarios, y el notable incremento logrado en el movimiento de granos, lo posiciona entre los primeros puertos cerealeros del país. Esto se relaciona al eficiente desempeño de cuatro terminales de carácter privado, Glencore-Toepfer, Terminal Bahía Blanca, Cargill y Moreno (Plan Estratégico Bahía Blanca, 2000:43).

La creación en 1993 del Consorcio de Gestión del Puerto de Bahía Blanca contribuyó al mejor desempeño del mismo. El mencionado organismo es dirigido y administrado por un Directorio, integrado por representantes de los distintos organismos vinculados al quehacer portuario, así como del gobierno de la ciudad y provincial. Esta situación permitió que la actividad portuaria estuviera ligada a los intereses de la ciudad así como de los usuarios.

Sector comercial: es ampliamente diversificado y presenta una participación preponderante dentro de la economía local. Los rubros más destacados son los orientados a la venta minorista de alimentos y bebidas, repuestos y accesorios de automotores, prendas de vestir y calzados.

Es importante la presencia de hipermercados (Walmart, Tehuelche, Makro), supermercados mayoristas (Diarko, Jaguar, Medamax, Vital) y Bahía Blanca Plaza Shopping ya que atraen consumidores de la región, lo cual implica un gasto adicional que se realiza en la ciudad y por otro lado, una ampliación del mercado de consumo.

Sector servicios: según datos proporcionados por el Censo Nacional económico 2004/2005 realizado por el INDEC, la ciudad posee una estructura de servicios variada y una importancia relativa, medida en valor de la producción similar al sector comercial. Se destacan los servicios financieros e inmobiliarios, la enseñanza, el transporte, de almacenamiento y comunicaciones; además componen este sector los hoteles y restaurantes, servicios sociales, de saludos y otros; representan el mayor porcentaje de población ocupada de la ciudad.

Sector primario: según el Plan Estratégico de Bahía Blanca (2000:48), tanto el valor de la producción como la cantidad de personas ocupadas en el sector agropecuario no presenta una importancia destacada dentro del sector productivo. Sin embargo, la actividad desarrollada en la zona circundante a la ciudad, posee una gravitación fundamental debido a que repercute en la dinámica de las actividades urbanas.

Bahía Blanca cuenta con una estructura productiva ampliamente diversificada caracterizada por su moderna plataforma de comercios, servicios y un sector industrial dinámico y en expansión.

La escala de producción del Polo Petroquímico y los proyectos emplazados en el área portuaria han permitido que Bahía Blanca adquiriera un rol destacado dentro del escenario industrial nacional, potenciando asimismo su proyección en el mundo.

Complementan el sector productivo un universo integrado por Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) productoras de bienes y servicios, destacándose el Parque Industrial que ofrece ventajas y facilidades para la radicación de nuevas inversiones.

Nuevas oportunidades de negocios suponen el Parque Agroalimentario Gral. Cerri, el Parque Logístico, el Polo Tecnológico y la Zona Franca Bahía Blanca–Coronel Rosales.

La interacción entre las empresas existentes, el Puerto y el sistema científico tecnológico estimula las sinergias que consolidan a la ciudad y su región como centro estratégico económico del MERCOSUR (Municipalidad de Bahía Blanca, 2017).

3.5. Dimensión social

La población del aglomerado de Bahía Blanca asciende a 301.501 habitantes según el censo de Población y vivienda realizado por el INDEC en 2010.

Bahía Blanca es considerada una ciudad intermedia, las cuales en el actual contexto global son valoradas no sólo como instrumentos claves de equilibrio y ordenamiento territorial, sino como centros potenciales de generación y difusión de procesos de desarrollo hacia su entorno próximo.

Llop señala que el concepto ciudad intermedia es transversal ya que incorpora, a las dimensiones física y demográfica, y agrega que:

“la intermediación, como dimensión intermedia o estar en medio de flujos y de espacios diversos. La doble cuestión a destacar en el momento de la definición de la ciudad intermedia, es que la talla mediana está en función del tamaño de la población...y que siempre tienen sentido y funcionan en y para un territorio regional, concreto y característico” (2008:13).

Las ciudades intermedias se posicionan como territorios de amplias posibilidades y potencialidades para el desarrollo local. En tal sentido es importante tener en cuenta lo indicado por Jaume Feliu Torrent cuando dice que presentan “*ciertas características cualitativas particulares*”, destacando “*el desarrollo de funciones territoriales de intermediación entre la ciudad grande y el territorio y, por lo tanto, de capitalidad territorial*”; desde lo socioeconómico “*su mayor anclaje en la realidad local (identidad), su alta diversificación social, un pasado histórico que les ha dado una solidez institucional, y una capitalidad territorial que les ha permitido albergar equipamientos y servicios de calidad (educación, sanidad, producción, comunicación)*” (2007:87).

3.6. Dimensión urbana

La ciudad se encuentra trazada según el amanzanamiento típico de las ciudades españolas con una retícula bastante regular orientada a medio rumbo N.E–S.O y S.E–N.O.

El punto neurálgico lo constituye la Plaza Rivadavia y la expansión se desarrolló en forma radio concéntrica; el área central constituye la zona de mayor atracción de los desplazamientos cotidianos, pues en ella, se nuclean la mayor cantidad de actividades comerciales, residencial, administrativas públicas y privada y se concentra la edificación en altura.

En el Plan Estratégico de Bahía Blanca (2000:61) se expone que “*la ciudad creció, se consolidó y densificó dentro del precinto ligeramente trapezoidal conformado por el curso de los dos arroyos que desembocan en el estuario bahiense y la traza de las vías férreas*”. Estas barreras físicas comienzan a ser desbordadas en forma sostenida, alrededor de los años 40. Este precinto define entonces un micro y un macro centro, consolidado en densidades que rondan los 60 hab/ha en sus bordes, a cerca de 300 a 500 hab/ha en el radio en torno a la plaza central y que aloja aproximadamente el 60% de la población de la ciudad, con la totalidad de los servicios básicos de infraestructura y de equipamientos.

La ciudad se expandió en todas las direcciones, pero principalmente hacia el sector este (barrios de la delegación Las Villas), el sector noroeste y en el arco noroeste, en la meseta alta de la ciudad.

Un límite preciso del ámbito urbano lo conforma el Anillo de Circunvalación Externo; lindante al mismo en el sector S.E.-S.O., se localiza el frente costero donde se asientan las actividades portuarias e industriales de mayor envergadura. Fuera de este límite, *“se desarrollan dos núcleos con vida propia, las localidades de General Daniel Cerri e Ingeniero White, y, enclavada en el ámbito rural, se ubica la localidad de Cabildo”* (Arocena, J., 2007:15).

3.7. Oferta turística

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 1998) define a la oferta turística como aquella que está compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística. Constituye un conjunto de productos y servicios turísticos puestos a disposición del usuario en un destino determinado, para su disfrute y consumo.

A partir de lo expuesto, se analizarán a continuación, los recursos y atractivos, el equipamiento, las instalaciones y la infraestructura de la localidad de Bahía Blanca.

3.7.1. Recursos y atractivos

La ciudad de Bahía Blanca nos ofrece una diversa oferta vinculada a la actividad cultural, a los acontecimientos programados y a los espectáculos tanto de índole deportivo como teatral.

Como ya se ha tratado en el capítulo anterior, la mera existencia de un recurso no implica su conversión en atractivo turístico, debe atravesar por un proceso de construcción de atraktividad. Por lo tanto en la localidad de Bahía Blanca existen atractivos turísticos, reconocidos y apropiados por la población local y, otros como es el caso del recurso termal, el cual existe, pero no es reconocido ni promocionado para la actividad turística. Además en los últimos años la localidad se ha posicionado dentro del turismo de reuniones, una de las nuevas modalidades que se desarrolla gracias a la disponibilidad de equipamiento e infraestructura de calidad, diversidad de atractivos y personal altamente capacitado para cubrir las necesidades de un mercado altamente exigente.

Actualmente en la ciudad se cuenta con las siguientes sedes académicas y equipamiento para desarrollar el turismo de reuniones:

Tabla 5: Sedes académicas y equipamiento de Bahía Blanca

Sedes académicas	Salas	Capacidad	Datos de contacto
Biblioteca Rivadavia	2	450	0291 4554055
Cámara arbitral de cereales	3	420	0291 4560140
Club Argentino	7	1010	0291 4520211
Consejo Profesionales Ciencias Económicas	2	210	0291 4534070
Conicet	8	560	0291 4861666
Instituto Superior Juan XXIII	2	400	0291 4562117
Municipalidad de Bahía Blanca	2	335	0291 4594000
Universidad Nacional del Sur	4	900	0291 4595100
Casa de la Cultura	4	170	0291 4595100
Centro Histórico y Cultural UNS	4	220	0291 4595100
Universidad Tecnológica Nacional	3	330	0291 4555220
Teatros			
Teatro Municipal	2	816	0291 4563973
Teatro Don Bosco	2	960	0291 4556498
Teatro Rossini	1	500	0291 4550686

Salones para eventos			
EIS	1	280	0291 4523615
Realce	2	280	0291 4549195
Revoque Eventos	2	340	0291 5731521
Stradivarius	2	620	0291 4558888
Sueños	2	800	0291 4540881
Palihue Rugby Hockey Club	1	150	0291 4524514
Asociación de empleados de Comercio	3	3300	0291 4562960
Bahía Blanca Plaza Shopping	9	2810	0291 4594100
Salón Sindicato Luz y Fuerza	1	1100	0291 4546040
Salón Sindicato Obras Sanitarias	1	110	0291 4565305
Complejo Punto Aparte	2	290	0291 4861302
Club El Nacional	1	100	0291 4524091
Espacios para Ferias			
Predio ferial Corporación del Comercio	5	4710	0291 4522112
Hoteles			
Apart Hotel Orión	1	80	0291 4513505
Hotel Argos	5	309	0291 4550404
Hotel Austral	5	292	0291 4561700
Hotel Bahía	1	50	0291 4553050
Hotel Land Plaza	7	336	0291 4599000
Parador Austral	3	80	0291 4861400

Fuente: Gambarota, D. (2017), elaboración propia en base a datos de la Municipalidad de Bahía Blanca.

En síntesis, la localidad de Bahía Blanca posee 90 salas disponibles para la realización de Congresos y Convenciones, con una capacidad total en salones de 23.538 personas.

En el año 2014, Bahía Blanca ingresó por primera vez, por las reuniones registradas durante el 2013, en el Ranking Mundial de Países y Ciudades Sede de Eventos que anualmente elabora la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones ICCA (International Congress and Convention Association). Con un total de seis eventos, la ciudad obtuvo el puesto 74 entre las ciudades latinoamericanas y 328 a nivel mundial. Con este hecho, Bahía Blanca se posiciona a nivel mundial en el producto turismo de reuniones.

El área de Turismo municipal, trabaja sostenidamente en relación a este proyecto, tanto desde el contacto cotidiano con los potenciales organizadores, como desde la asistencia en destino mediante stand de informes turísticos, folletería y visitas guiadas a los visitantes.

Durante el año 2013, desde la mencionada área, se registraron 83 acontecimientos programados, de los cuales 6 fueron internacionales. Los mismos fueron organizados por la Universidad Nacional del Sur, Universidad Tecnológica Nacional, Puerto de Bahía Blanca, INTA Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, Institutos dependientes de la UNS y APELL.

A continuación se realiza un recorrido a través del recurso termal y los atractivos que posee la localidad de Bahía Blanca.

3.7.1.1. Recurso termal

3.7.1.1.1. Sistema hidrotermal profundo de Bahía Blanca

La localidad de Bahía Blanca se encuentra emplazada sobre la cuenca homónima o Napa del Norte que posee agua potable surgente, a una temperatura media de entre 55°C y 60°C. Su extensión no se conoce con exactitud, pero se estima que varía entre 8.000 y 10.000 km². El límite noroeste está

representado por el cordón de las Sierras de La Ventana que al hundirse origina una dorsal que cierra la cuenca entre la zona de Dorrego y el mar en la dirección de Monte Hermoso, hasta el río Sauce Grande. Mientras tanto el límite oeste no se conoce con exactitud (Murradás y Coccia, 1967) y al sur el límite lo constituye el Río Colorado.

El Sistema Hidrotermal Profundo (SHP) fue descubierto gracias a la primera perforación realizada en Argerich en 1912 a pedido de la Dirección Nacional de Minas y Geología. Luego se realizarían alrededor de 60 pozos más en la ciudad y en la zona. Tiene un espesor de 380 metros, constituido por sedimentos marinos y continentales. Sus características más importantes son: profundidades de yacencia entre los 500 y 1300m, caudal de surgencia que oscila entre los 50m³/h y 100m³/h y una presión en la boca del pozo de hasta 20 atmósferas. El recurso termal se encuentra disponible en toda la ciudad y proximidades (Pronsato, 1953).

Figura 10: Extensión de la Napa del Norte o cuenca Bahía Blanca



Fuente: Gambarota, D. (2019), elaboración propia en base a mapa de la provincia de Bs. As.

Nota: Se ha considerado el límite oeste hasta la frontera de la provincia bonaerense, debido a que no se conoce con exactitud.

El acuífero se encuentra entre dos capas: una superior que es permeable, y una inferior impermeable compuesta por rocas duras (granitos, esquistos y cuarcitas) que proviene de las afloraciones en las Sierras de la Ventana y otras elevaciones de la zona. La capa impermeable en la ciudad de Bahía Blanca se halla a 650 metros de profundidad, aunque puede alcanzar los 900 metros en otros sectores. Sobre este basamento existe una capa de depósitos sedimentos cuaternarios.

El autor Bonorino, (1988) determina en cuanto al tipo de agua que posee la cuenca: aguas bicarbonatadas, aguas bicarbonatadas cloruradas, aguas cloruradas bicarbonatadas y aguas cloruradas, cuyas temperaturas dependen de la profundidad de captación de la misma y de la circulación rápida dentro de las capas permeables, generando un calentamiento que se eleva a medida que la velocidad del mismo es mayor, siendo el gradiente térmico normal 1° C cada 33 metros. Los Ingenieros Murradás y Coccia (1967) establecen las siguientes características del agua: inodoras, incoloras, con presencia de sulfatos, cloruros, calcio, sílice, sodio y flúor.

Teniendo en cuenta los análisis fisicoquímico, el agua posee las siguientes propiedades terapéuticas: es fortificante, reconstituyente y se puede utilizar en tratamientos de afecciones reumáticas, articulares y extra-articulares, afecciones respiratorias y dermatológicas, antiestrés, fibralgias, miorelajante, estimulación del metabolismo, trastornos musculares y mialgias.

El uso de aguas subterráneas en la ciudad de Bahía Blanca estuvo supeditado en una primera etapa al consumo humano debido a que su composición es apta, pero luego de la apertura del Dique Paso de las Piedras, se dejó de utilizar por el elevado costo de realización de los pozos surgentes.

El uso más frecuente del agua mencionada es el industrial y el medicinal a través del Instituto de Rehabilitación Integral (I.R.E.L), ente privado que utiliza el agua termal de la ciudad para el tratamiento de diversas enfermedades y ya que en la región son escasos estos tipos de centros, atrae a personas de la zona.

En la actualidad el servicio geológico minero argentino (SEGEMAR) está impulsando diversos proyectos para el uso de estas aguas tal como la utilización para la cría de camarones en la localidad de Gral. Daniel Cerri o la climatización de invernáculos en el Camino de la Carrindanga de nuestra localidad, además de promover en la localidad de Médanos su uso terapéutico y recreativo.

En la ciudad de Bahía Blanca existen varios pozos surgentes sin uso, con posibilidad de acondicionarse para su utilización en un centro termal⁷.

3.7.1.1.2. Propuesta centro termal “Termas de la Bahía”

Se propone a partir de la creación de un centro termal en Bahía Blanca, que la misma pueda incorporar un atractivo turístico más a la oferta actual y la posibilidad de conformar la ruta termal el Sudoeste bonaerense propuesta en el presente estudio, lo cual propiciará el desarrollo turístico local y/o regional a partir de la puesta en marcha de un nuevo producto.

A continuación, se presentan los resultados del estudio de pre-factibilidad llevado a cabo en el año 2012 (Gambarota, 2012) y la actualización de los valores obtenidos en 2016 (Gambarota y Leonardi, 2016). A fin de mitigar los efectos devaluatorios que la moneda nacional ha sufrido a lo largo de los años, los valores actualizados en el mencionado año, se han convertido a la moneda estadounidense considerando la cotización oficial del día 01 de Agosto del 2016⁸, compra: 14,80 y venta: 15,20.

a) Estudio de mercado

Este emprendimiento busca captar clientes tanto residentes de la ciudad de Bahía Blanca como visitantes que pretenden practicar actividades de esparcimiento y descanso, tendientes a la relajación, la belleza, el cuidado de la salud y la rehabilitación corporal, mediante el uso de aguas termales.

i. Caracterización de los visitantes a los centros termales de la región

Esta caracterización se realizará a partir de los datos obtenidos en encuestas llevadas a cabo en los Centros Termales de la zona: Country Los Médanos, Hotel Epecuén de la ciudad de Carhué y Camping Levalle de Carhué. De las mismas se pudieron inferir los siguientes aspectos:

- Composición de la demanda: los segmentos con los que se opera son viajantes de negocios, turistas de ocio, salud y termas, parejas y familias. En cuanto al tipo de ocupación, los turistas en

⁷ Bonorino, G., Carrica, J. y Lexow, C. (1998). “Recuperación de pozos surgentes en el área de Bahía Blanca”. Bahía Blanca: FUNS.

⁸ Banco de la Nación Argentina, Cotizaciones históricas de las principales monedas. En línea, disponible en: <http://www.bna.com.ar>

su mayoría son profesionales y de la tercera edad, y los viajeros de negocios son comerciantes y profesionales.

- Edades de los clientes: la edad promedio de los turistas ronda los 50 años, y la de los visitantes de negocios oscila entre los 30 y 50 años.
- Motivos de la visita: ocio, salud, recreación, rehabilitación (casos de psoriasis, artritis, artrosis, etc.). Para los viajeros de negocios la accesibilidad en cuanto a precios y las comodidades que encuentran en los centros son lo más relevante; para la familia el contacto con la naturaleza y la distensión de lo cotidiano.
- Estadía promedio ronda en 3 días y 2 noches, teniendo en cuenta los fines de semana largo, vacaciones de invierno y de verano.
- Meses de mayor afluencia: durante la semana la mayoría de los pasajeros son viajantes de negocios (20/25%) y sólo un 5/10% turistas de ocio, salud y termas.
- Los fines de semana la ocupación es del 50%/65% y los fines de semana largos la misma es del 95%/100%.
- Servicios mayormente requeridos son: pileta termal, masajes descontracturantes, sala de gimnasio y tratamientos de spa. Los viajeros de negocios requieren además: servicios de Wi-Fi, caja de seguridad, sala de conferencias y reuniones, snack bar las 24 hs, entre otros.

ii. Caracterización de la demanda local

Para caracterizar la demanda de los residentes de la ciudad de Bahía Blanca se realizaron 132 encuestas telefónicas y a través de un formulario enviado por correo electrónico. El tamaño muestral implicó estar trabajando a un 90% de confianza⁹.

Los resultados se proyectaron para obtener un porcentaje que pueda ser estimativo de la población local que demanda este producto. Además, se tomaron en cuenta datos proporcionados por la Oficina de Información Turística de la Municipalidad de Bahía Blanca para el año 2015.

Los datos obtenidos son los siguientes:

- El 51,52% del total de las personas encuestadas visita periódicamente centros termales y el 96,97% visitaría un centro termal en Bahía Blanca.
- El 33,86% de los habitantes de Bahía Blanca que visitan termas son mayores de 60 años; entre 47 y 60 años el 32,35%; entre 41 y 46 el 11,76%; entre 31 y 40 el 17,65% y entre 21 y 30 el 4,41%.
- El 57,30% de las personas que visitan termas son mujeres y el 39,70% hombres.
- La ocupación predominante resultó la de empleados con el 26,48%, le siguen los comerciantes con 20,59%, jubilados con el 19,12%, amas de casa y docentes con el 11,76% y profesionales con el 10,29%.
- La cantidad de veces que realizan visitas a centros termales promedia entre una y dos al año.
- El principal motivo de la visita a los centros termales es por recreación y ocio, en segundo lugar turismo y por salud.

Es relevante destacar que el 57,58% de las personas encuestadas no sabía de la existencia de agua termal en la ciudad.

iii. Proyección de la demanda

⁹El tamaño de la muestra fue determinado mediante la calculadora online: <http://www.netquest.com/es/panel/calculadora-muestras/calculadoras-estadisticas.html>. La autora Fernández Martínez, M., hace uso de la mencionada herramienta, en el desarrollo de su tesis doctoral.

La proyección de la demanda es un punto fundamental para analizar un proyecto, debido a que el resultado obtenido incidirá en la decisión de inversión. El objetivo de este punto es determinar la cantidad de turistas, visitantes y residentes que demandan producto termal.

El horizonte de evaluación a tener en cuenta será de 10 años, puesto que es un emprendimiento de gran envergadura.

A los fines de determinar la cantidad de turistas y visitantes que demanda producto termal se estableció en principio, la necesidad de determinar la cantidad de turistas y visitantes que arriban a la ciudad. La Tabla 1 muestra un resumen de la estimación de turistas y visitantes que arribaron a la ciudad de Bahía Blanca, entre los años 2011 y 2015. Dicha estimación se realizó sobre la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) efectuada por el INDEC en los años mencionados¹⁰. Según datos proporcionados por de la Oficina de Turismo (2015), el 47% de los turistas se alojan en hoteles o similares, el 15,74% lo hace en otra modalidad y el 37,26% no se aloja. Por lo tanto, el arribo de turistas a la ciudad es de un 62,74% y el resto son visitantes. La cantidad de personas que optaron por una modalidad de alojamiento distinta a la hotelera o para-hotelera y de los que no se alojan, se estimaron según el porcentaje de incidencia mensual, que se desprende de la EOH para cada año respectivamente. De esta manera se obtiene mensualmente el número de turistas y visitantes que arribaron a la ciudad de Bahía Blanca entre los años 2011 y 2015.

Tabla 6: Estimación de turistas y visitantes que arribaron a Bahía Blanca

Meses	2011	2012	2013	2014	2015
Enero	23.294	37.930	37.237	30.027	37.570
Febrero	22.230	32.460	32.658	29.982	35.279
Marzo	23.831	34.268	34.984	27.773	32.774
Abril	23.715	31.062	29.844	27.630	29.661
Mayo	22.091	29.162	29.189	28.264	38.410
Junio	22.727	25.513	29.324	26.452	37.064
Julio	28.755	36.907	37.713	35.615	45.805
Agosto	27.476	34.034	32.338	34.026	36.697
Septiembre	25.058	40.969	36.955	30.813	39.952
Octubre	26.427	34.226	38.438	33.255	37.023
Noviembre	25.959	35.316	35.829	34.398	41.137
Diciembre	23.332	33.796	27.617	31.627	45.707
Totales	294.895	405.643	402.126	369.862	457.079

Fuente: Gambarota, D. (2016).

Para estimar la cantidad de personas que consumen turismo termal en la provincia se considera un promedio entre la cantidad de turistas (3,1%) y excursionistas (1,2%) que realizan la mencionada actividad en base a la EVYTH correspondiente al año 2014. De esta manera se obtiene que el 2,15% de los visitantes de la provincia de Buenos Aires, concurre a termas y realiza actividades de spa.

En la tabla presentada a continuación se exponen los resultados del total de turistas y visitantes que llegaron a Bahía Blanca que demandan turismo termal.

Tabla 7: Estimación de turistas y visitantes que demandan turismo termal

Año	Turistas y Visitantes
2011	6.340
2012	8.721

¹⁰ Debido a que la efectuada en 2015 comprende hasta el mes de Septiembre, los meses faltantes se estimaron aplicando el método Promedio Móvil Simple entre los primeros nueve meses. Cabe aclarar que la estimación se realizó teniendo como supuesto que la economía del país permanece estable, y por lo tanto no se ve mayormente afectada la actividad del sector.

2013	8.646
2014	7.952
2015	9.827

Fuente: Gambarota, D. (2016).

A los fines de determinar la demanda de aguas termales por parte de los residentes, sobre la base de las 132 encuestas realizadas, se presentan los siguientes resultados:

- El 51,52% visita centros termales. Según el censo 2010 (INDEC), los habitantes que posee la ciudad de Bahía Blanca son 301.501. Para contar con datos más exactos se ha realizado una proyección al año 2015 considerando la tasa de crecimiento intercensal (2001–2010) de la ciudad, la cual es 5,88 %¹¹ dando como población estimada 339.229 habitantes.
- A la mencionada estimación, se le ha descontado el 32,6%¹² correspondiente a la población que se encuentra por debajo de la línea de pobreza en Bahía Blanca. De esta manera se obtiene que 110.850 personas, realizan actividad termal, al menos una vez al año en la ciudad.

La Tabla 8 presenta el total de la demanda para la ciudad de Bahía Blanca, (turistas, visitantes/excursionistas y residentes) que consumen producto termal y recreación, los cuales serán utilizados para realizar la proyección de la demanda potencial del proyecto “Termas de la Bahía, teniendo en cuenta la captación misma del complejo en distintos escenarios.

Tabla 8: Estimación total de la demanda para la ciudad de Bahía Blanca

Año	Cantidad de Turistas y Visitantes que concurren a las termas	Cantidad de residentes que concurren a las termas	Totales
2011	6.340	61.242	67.582
2012	8.721	98.066	106.787
2013	8.646	97.230	105.876
2014	7.952	89.423	97.365
2015	9.827	110.850	120.707

Fuente: Gambarota, D. (2016).

Para proyectar el valor de la demanda a futuro, se aplicará el método de Tasa Anual Acumulada (T.A.A), la cual permite observar el crecimiento de la variable, año a año. La fórmula para determinar dicha tasa es:

$$n - 1 \sqrt{\frac{VF}{VI}} - 1$$

Donde VF: Valor final de la variable.

VI: Valor inicial de la variable.

n: Período de tiempo.

En este caso la T.A.A arroja un valor de: 0,1560, es decir la demanda crece a un 15,60% año a año. En la Tabla 9 se presenta la proyección de la demanda utilizando dicho método.

Tabla 9: Proyección de la demanda, horizonte planeamiento 10 años

Años	Demanda	Demanda
------	---------	---------

¹¹ Estimación propia en base a datos de censos 2001 y 2010 INDEC.

¹² Fuente: INDEC.

	Efectiva	estimada
2011	67.582	
2012	106.787	
2013	105.876	
2014	97.365	
2015	120.707	
2016		139.537
2017		161.305
2018		186.469
2019		215.558
2020		249.185
2021		288.058
2022		332.995
2023		384.942
2024		444.993
2025		514.412

Fuente: Gambarota, D. (2016).

Se construyeron distintos escenarios de captación de la demanda: escenario normal; optimista y pesimista. El escenario normal supone una captación del 25%, el escenario pesimista un 20% y el optimista un 30%. Dichos escenarios se presentan en la Tabla 10.

Asimismo, analizando el comportamiento de la evolución de la demanda en los centros termales de la región, se puede inferir que la demanda que tendrá Bahía Blanca será similar, por lo tanto, se incrementará en un 0,5% anualmente.

Tabla 10: Captación de la demanda total

Años	Demanda Total	Esc. Normal		Esc. Optimista		Esc. Pesimista	
		%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad
2016	139.537	25	34.884	30	41.861	20	27.907
2017	161.305	25,5	41.133	30,5	49.198	20,5	33.068
2018	186.469	26	48.482	31	57.805	21	39.158
2019	215.558	26,5	57.123	31,5	67.901	21,5	46.345
2020	249.185	27	67.280	32	79.739	22	54.821
2021	288.058	27,5	79.216	32,5	93.619	22,5	64.813
2022	332.995	28	93.239	33	109.888	23	76.589
2023	384.942	28,5	109.708	33,5	128.956	23,5	90.461
2024	444.993	29	129.048	34	151.298	24	106.798
2025	514.412	29,5	151.176	34,5	177.472	24,5	126.031

Fuente: Gambarota, D. (2016).

iv. Análisis de la oferta

A los fines de conocer las características de la competencia a las que se enfrentará el emprendimiento, se tuvo en consideración fuentes de información primaria, por lo que se realizó una encuesta a los centros termales de la región circundante a la ciudad de Bahía Blanca y se consultaron fuentes de información secundaria.

1. Caracterización de los competidores

Teniendo en cuenta que dentro de Bahía Blanca no existe actualmente un emprendimiento con similares características al aquí propuesto, se considera como competencia directa a los centros y hoteles termales localizados en la región, como lo son las ciudades de Pedro Luro, Médanos y Carhué. En cuanto a la competencia indirecta, se tomaron a los establecimientos de la ciudad que brindan por separado los principales servicios del centro termal "Termas de la Bahía", que son los siguientes: Spa, Gimnasio, Complejos recreativos, Centro de rehabilitación.

La localidad de Carhué posee aguas termalizadas y se encuentra en marcha, aunque actualmente paralizado, la construcción de un parque hidrotermal denominado "Mar de Epecuén" el cual contará con aguas termales y termalizadas.

A continuación se presenta el análisis de la competencia directa considerando: número de oferentes, estrategia de precios, política de promoción y servicios ofrecidos.

1.1. Número de oferentes:

- "Termas de Ceferino" Hotel y Spa Termal. Ruta 3 sur kilómetro 809, a metros del acceso a la ciudad de Pedro Luro.
- "Complejo Termas de Médanos". Ruta 22 km. 737.5, frente al camino al Lago Chasicó, a 5 km. de Médanos y a 46 km de Bahía Blanca.
- "Epecuén, Hotel y Spa Termal". Roque Sáenz Peña 880. Carhué.
- "Hotel Carhué, Spa Termal". Avda. Dorrego, a 200 mts. de la Avda. San Martín. Carhué.
- "Hotel Avenida Termas". Boulevard Adolfo Alsina 1138. Carhué.
- "Mirage Hotel y Spa Termal". Acceso Ruta 33, circuito aeróbico. Carhué.
- "Posada del Lago". R. Razquín 515. Frente a la estación del ferrocarril. Carhué.
- "Spa Hotel Buenos Aires del 900". Urquiza 345. Carhué.
- "Hotel Cristal Spa Termal". San Martín 748. Carhué.
- "Camping Levalle". Ruta 33, acceso a la ciudad. Carhué.

En base a encuestas realizadas a seis de los once establecimientos mencionados (Hotel Epecuén, en el Hotel Carhué, Spa Termal en el Camping Levalle de la ciudad de Carhué y en Complejo Termal Country Los Médanos) se presentan los siguientes resultados:

1.2. Estrategia de precios:

La mayoría de los establecimientos, al ser hoteles, incluyen en sus tarifas el ingreso a las piletas termales, desayuno, acceso a solárium y gimnasio.

Los tratamientos de spa son cobrados por separado, cuyas tarifas varían según la duración del mismo.

La demanda de estos servicios se ve afectada por la estacionalidad, razón por la cual se lanzan promociones en fechas importantes como el día de la madre o el día del maestro, por ejemplo y para los fines de semana largos que no están dentro de las temporadas altas, donde la afluencia de turistas es mayor.

1.3. Política de promoción:

Para dar a conocer sus servicios, todos utilizan Internet ya sea por páginas web propias o a través de las páginas oficiales de sus respectivos municipios. En el caso del Hotel Epecuén de Carhué, se ha incorporado la opción de promocionarse a través de página de descuentos.

Además realizan folletería y es de vital importancia "el boca a boca" que se produce luego de que los visitantes culminaron su estadía.

1.4. Servicios:

Todos los establecimientos ofrecen el servicio de alojamiento en diferentes modalidades (hotel, cabañas, casas, camping) y piletas con aguas termales.

En la mayoría se encuentran servicios de spa y gimnasio, (excepto en el camping Levalle de Carhué, que promociona este servicio pero que prestado por Plage spa y centro termal, que funciona independientemente del mismo), solárium, espacios verdes al aire libre, vestuarios y baños para ambos sexos, sala de estar o de recreación, restaurante, sector de estacionamiento.

En el camping Levalle y en el Complejo Termal Country Los Médanos, se proporcionan espacios de fogones, mesas y sillas y juegos infantiles.

1.5. Perfil de la demanda a la que apuntan:

En el caso del hotel, apunta a los siguientes segmentos, parejas, viajeros de negocios y a turistas de ocio, salud y termas. La edad promedio de los turistas ronda los 50 años y la de los visitantes de negocios oscila entre los 30 y 50 años.

El camping y el complejo de Médanos, se dirige más a familias y grupos mixtos de turistas, debido en parte a la modalidad de alojamiento buscada.

2. Análisis de la competencia indirecta

A continuación, la Tabla 11 muestra el análisis de los competidores indirectos, todos localizados en Bahía Blanca.

Tabla 11: Competidores indirectos del proyecto

Competidor	Nombre	Ubicación	Precio	Promoción	Distribución
Centros recreativos	Punto Aparte	Florida 3800	La tarifa se estima por persona e incluye la utilización de las instalaciones como fogones y sanitarios, y el ingreso a la pileta. Si se contrata el servicio de salón para eventos la tarifa varía según si incluye servicio de comidas, etc.	Página Web, folletos, medios masivos de comunicación. Convenios de temporada para empresas.	Venta Directa
Spa y Gym	Line Spa Urbano Uno Bahía Club	Alvarado 323 Lavelle 605	Las tarifas varían según los servicios y/o actividades a realizar.	Página Web, Folletería, medios masivos de comunicación.	Venta Directa
Centros rehabilitación	IREL CARDHE	Alem 1585/95 Alvarado 1840	El precio es estipulado según los servicios a utilizar o tratamientos que se desee realizar dependiendo de cada patología.	Página Web, Folletería, medios masivos de comunicación.	Venta Directa

Fuente: Gambarota, D. (2012).

3. Análisis FODA

La matriz FODA permite analizar las fortalezas y oportunidades (aspectos internos) y las debilidades y amenazas (aspectos externos) de la incorporación del emprendimiento en el mercado.

Tabla 12: Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<p>Existencia en toda la ciudad de agua termal de excelente calidad y disponibilidad apta para su uso recreativo y/o terapéutico.</p> <p>Antecedentes de que los residentes de la ciudad visitan termas de la zona.</p> <p>Localización estratégica de la ciudad, centro de escala hacia otros lugares.</p> <p>Nodo de comunicaciones terrestre, aéreo, portuario y ferroviario. Modernización de la terminal de ómnibus y aeropuerto.</p> <p>Mejoramiento de vías de entrada a la ciudad, autovía Juan Pablo Segundo.</p> <p>Oferta variada de educación, cultura y actividades deportivas.</p> <p>Disponibilidad de profesionales en turismo, estética, belleza, rehabilitación y deportes.</p>	<p>Nula explotación turística del recurso de aguas termales en la ciudad.</p> <p>Poco apoyo del sector público a la actividad turística.</p> <p>Inexistencia de una imagen de marca local.</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>Auge del termalismo y el Turismo Salud.</p> <p>Crecimiento de la actividad turística en el país.</p> <p>Creciente atención del cuidado del cuerpo, la belleza y la salud.</p> <p>Elevada demanda en Turismo de Congresos y Convenciones en Bahía Blanca.</p> <p>Existencia de Centros Termales en la zona.</p> <p>Posibilidad de conformar una ruta termal del sudoeste de la provincia de Buenos Aires con los centros cercanos (Médanos, Pedro Luro y Bahía Blanca).</p> <p>Mayores días de descanso para las personas (fines de semana largos, feriados)</p>	<p>Estacionalidad de la demanda en la actividad turística.</p> <p>Elevados costos para instalar un Complejo Termal (instalaciones, perforación, entre otros).</p> <p>Falta de legislación que regule el Turismo Termal de Salud.</p> <p>Elevada inflación a nivel país.</p> <p>Escasas posibilidades de acceso a créditos.</p> <p>Errónea percepción sobre el público que consume el Termalismo, no sólo clase alta y media alta.</p> <p>Elevados requisitos de habilitación del Complejo Termal.</p>

<p>y feriados puente, vacaciones de invierno y verano).</p> <p>Creación de un consorcio termal en la ciudad de Bahía Blanca.</p> <p>Gran cantidad de excursionistas en la ciudad que son potenciales clientes/turistas.</p>	<p>Elevados costos de mantenimiento.</p>
---	--

Fuente: Gambarota, D. (2012).

b) Estudio Técnico

i. Macro-localización

El proyecto se llevará a cabo en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires, más precisamente en la ciudad de Bahía Blanca. La macro localización queda determinada por el criterio de factor preferencial, debido a que el inversor prefiere el lugar de instalación del centro termal.

ii. Micro localización

Para la selección de la micro-localización se empleó el método cualitativo por puntos. Se tuvo en cuenta una serie de factores que influyen en el éxito o fracaso del proyecto para definir la misma y se presentan a continuación:

- Existencia de un pozo surgente sin uso, con posibilidad de acondicionarse para su utilización en el centro termal¹³.
- Disponibilidad de terreno con medidas suficientes para instalar el centro termal.
- Proximidad al mercado.
- Vías de comunicación y disponibilidad de medios de transporte.
- Servicios públicos y privados como por ejemplo luz, agua corriente, etc.
- Próximo al Hospital Interzonal Dr. José Penna (hospital público provincial de importante envergadura)
- Cercanía al centro de la ciudad.

Teniendo en cuenta los factores locacionales mencionados en párrafos anteriores, la micro-localización se determinó en el barrio Villa Amaducci más precisamente en la manzana ubicada entre la intersección de las calles Punta Alta, Rojas, Necochea y Baigorria (Nomenclatura Catastral: Circunscripción II- Sección B- Manzana 188 H). Este predio era perteneciente a OSBA y actualmente está bajo administración del gobierno de la provincia de Buenos Aires. En el mismo existe un pozo surgente de 722 metros de profundidad que era utilizado para proveer de agua potable a la ciudad, del mismo se extraía el elemento y se dejaba enfriar en cuatro piletas de 25 metros de largo por 8 metros de ancho, antes de enviarlas a la red. El pozo, fue cerrado en 1974 debido a que el dique Paso de las Piedras abastecía de agua a la ciudad y, a partir de allí, sólo se elaboraron estudios para conocer el estado de conservación del mismo, pero sin reactivarlo.

¹³ Bonorino, G., Carrica, J. y Lexow, C. (1998). "Recuperación de pozos surgentes en el área de Bahía Blanca". Bahía Blanca: FUNS.

Figura 11: Imagen satelital del terreno seleccionado para la localización del proyecto

Fuente: Gambarota, D. (2012). Imagen Google Earth.

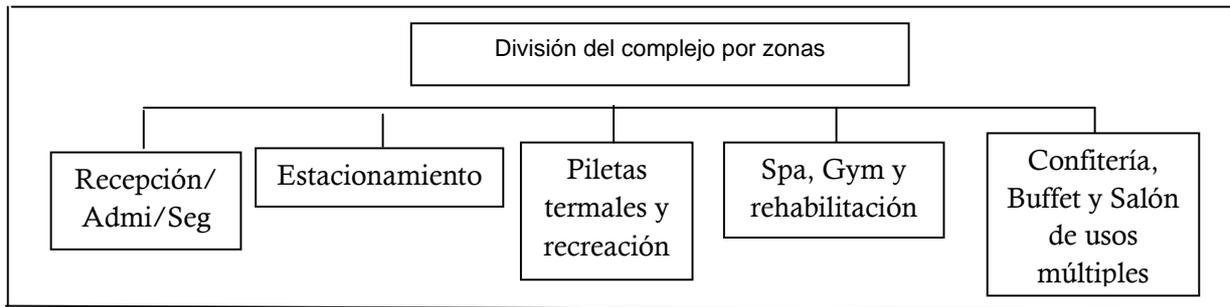
iii. Diseño arquitectónico del complejo termal

El complejo “Termas de la Bahía”, se emplazará en un predio con algunas instalaciones ya existentes. El mismo cuenta con una dimensión de 10.000 m².

La infraestructura ya existente consiste en un pozo surgente, el cual deberá rehabilitarse parcialmente para su funcionamiento; 4 piletas de material de 25 metros de largo por 8 metros de ancho que también deberán ser acondicionadas para su utilización, y en la intersección de las calles Necochea y Rojas, se encuentra emplazada una vivienda que será reacondicionada.

Las áreas a construir serán las de recepción y administración, confitería y buffet, salón de usos múltiples, spa, rehabilitación y gym, vestuarios y sanitarios, enfermería, de recreación y alojamiento.

Todo el terreno cuenta con abundante forestación lo que permitirá la posibilidad de iniciar las actividades al aire libre normalmente una vez que se realicen los primeros trabajos que permitan su funcionamiento, y luego se continuará con la realización de las construcciones necesarias para el spa, actividades de fitness y los demás servicios complementarios. La Figura 12 presenta descripción de la obra complejo termal “Termas de la Bahía”.

Figura 12: Esquema de la división del complejo termal por zonas

Fuente: Gambarota, D. (2012).

La Figura 13 presenta la maqueta del complejo, lo que permite visualizar la disposición final de las diferentes áreas que conformarán el complejo termal.

Figura 13: Maqueta del sector recreación del proyecto “Termas de la Bahía”

Fuente: M.M.O. Schamber, J. I. (2012).

c) Estudio Legal

A fin de conocer las leyes que regulan la actividad turística en general y las relacionadas a las aguas termales en particular, se debe tener en cuenta las siguientes normativas a nivel nacional, provincial y municipal. La Ley 11.621 dio origen a la Comisión Nacional de Climatología y Aguas Minerales de Argentina que regula explotación de las aguas subterráneas, aunque no se encarga de su utilización para la actividad turística.

Si bien en el ámbito de la provincia de Buenos Aires no existe ninguna reglamentación donde se plasme el uso turístico y/o recreativo de las aguas termales, se debe considerar El Código de aguas, Ley Provincial N° 12.257, el cual establece los principios generales del recurso, el conocimiento del mismo, sus usos, sus aprovechamientos posibles, las normas a aplicarse, ya sea agua atmosférica o subterránea, y los criterios para su preservación, mejoramiento y protección. Además, las funciones de las obras públicas, los comités, los consorcios y las autoridades correspondientes para su administración y toda clase de licencias y permisos para su aprovechamiento. Asimismo, en el artículo 43 del decreto reglamentario 429/2013 se establece la instrumentación de un canon mensual

dependiendo del caudal de explotación anual declarada y/o calculada por la Autoridad del Agua, hasta que sea efectivizada la medición directa de volúmenes y cargas para el cómputo del canon mediante los usos consuntivos (en el que por características del proceso existen pérdidas volumétricas de agua) que integra el concepto de “Huella Hídrica”, para lo cual se expone una fórmula de referencia para calcularlo, la cual será utilizada al momento de estimar los costos del presente proyecto.

A nivel municipal, el Honorable Concejo Deliberante de la ciudad de Bahía Blanca sancionó en el mes de Julio de 2012 la Ordenanza N° 16.232, que declara de Interés Municipal la explotación de Aguas Termales para uso medicinal, recreativo y de consumo humano, como actividad estratégica para el desarrollo del partido de Bahía Blanca y crea el *Consortio Bahía Blanca Termal* (Consortio de Gestión, Desarrollo y Promoción para la Explotación de Aguas Termales en el Partido de Bahía Blanca), con el objeto de planificar, impulsar, gestionar y desarrollar la actividad de explotación de aguas de origen termal. El mismo, está integrado por la *Municipalidad de Bahía Blanca* y la empresa *Jono Real S.A.*

En el artículo 4° se aclara que el objeto del Consorcio es “Planificar, Impulsar, Gestionar y Desarrollar la Explotación de Aguas Termales para uso medicinal, recreativo o para consumo humano, en todo el ámbito del Partido de Bahía Blanca y su zona de influencia”.

A continuación se presentarán los requisitos importantes para la puesta en marcha del Complejo.

Figura 14: Requisitos puesta en marcha del proyecto



Fuente: Gambarota, D. (2012).

d) Estudio Económico-Financiero

i. Clasificación de los Ingresos

Se pueden distinguir los ingresos fijos, que son causa de la licitación de la confitería y buffet en el primer año; del gimnasio, del spa y del alquiler del salón de usos múltiples, a partir del segundo año. A estos ingresos se le sumarán los ingresos por ventas de entradas a turistas y visitantes.

- Ingresos por licitación: los alquileres quedarán conformados de la siguiente manera¹⁴:
 - El alquiler de la confitería y el buffet constará de un monto inicial de u\$s 690,80 mensuales.
 - El alquiler del gimnasio y del spa se valorará inicialmente en u\$s 592,15 mensuales cada área.
 - Los servicios que sean prestados a los clientes del complejo por las áreas licitadas, no están incluidos en los precios de entrada.
- El salón de usos múltiples será alquilado por una empresa para eventos dos veces por mes a un valor de u\$s 138,16.

¹⁴ Los datos se han actualizado teniendo en consideración un porcentaje del 200% respecto a los valores que habían sido estimados en el año 2012.

- Ingresos por venta del servicio: entrada general: u\$s 9,87 más u\$s 0,66 de revisión médica.

ii. Estimación de costos fijos y variables

Costos fijos:

Cannon mensual por explotación del agua subterránea¹⁵: la fórmula de referencia para el cálculo del cannon mensual será:

$$CUA = CF + Qe.f.t$$

Donde:

CUA: cannon mensual por uso de agua, indistintamente el tipo de usuario considerado (u\$s)

CF: cargo fijo mensual

Qe: volumen declarado de agua explotada mensual (m^3)

f: factor de afectación de reservas o caudales ecológicos (adimensional)

t: tarifa ($\$/m^3$)

El cargo fijo asumirá un costo de u\$s19.74¹⁶, la tarifa t a aplicarse será de 0.1 sobre $\$/m^3$ y el factor de ponderación f oscilará entre 0,015 y 1 según surge de la siguiente tabla:

Tabla 13: Consideraciones para estimar el factor de ponderación f

Cuerpo explotado	Qe (m^3/mes)	F
Cuerpos de agua superficiales y subterráneos excepto Sistema Río Paraná y de la Plata	30 a 300.000	$f = 0,5 + (3 \cdot 10^5 - Qe) \cdot 1,6668 \cdot 10^{-8}$
Sistema Río Paraná y de la Plata	300.000 a 30.000.000	$f = 0,015 + (3 \cdot 10^7 - Qe) \cdot 1,633 \cdot 10^{-8}$

Fuente: Decreto reglamentario 429/13.

De esta manera el cálculo del cannon mensual para el proyecto sería:

$$CUA = 19,74 + 35.000 \cdot 0,50441702 \cdot 0,1$$

$$CUA = \text{u\$s } 135,86 \text{ mensual}$$

Sueldos y salarios: contador, recepcionista, seguridad, enfermero y guardavida. Se tiene en cuenta el sueldo bruto, los aportes en seguridad social (19%), obra social (6%), ART (5%), sueldo anual complementario (50% del sueldo bruto abonados en junio y diciembre de cada año trabajado) y seguro de vida obligatorio. Los honorarios del contador fueron estimados por módulos cuyo valor se calcula en base a lo que plantea el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la provincia de Buenos Aires.¹⁷

Tabla 14: Sueldos y salarios (expresados en dólares estadounidenses)

Sueldos y salarios	Rem. Mensual	SAC 2 por año	Rem. Anual
--------------------	--------------	---------------	------------

¹⁵ Determinado en el decreto reglamentario 429/13.

¹⁶ Determinado en el decreto reglamentario 429/13.

¹⁷ Los valores han sido actualizados al año 2016 teniendo en cuenta las escalas salariales según los convenios colectivos de trabajo de los sindicatos que nuclean a los trabajadores de cada actividad realizada: FEHGRA, FATSA, SUGARA y Unión personal de seguridad de la República Argentina. En tanto los honorarios del contador se han actualizado según el valor por módulo expresado por el Consejo de Ciencias Económicas de la Provincia de Buenos Aires.

1 Contador	1749,87		20998,44
1 Recep.	704,67	704,67	11636,38
1 Seguridad	693,03	693,03	11507,50
1 Enfermero	731,45	731,45	12145,26
1 Guardavida	1098,68	1098,68	18241,38
Totales	4977,70	3163,75	74528,95

Fuente: Gambarota, D. (2016).

Servicios de mantenimiento y limpieza: Se contratará a una empresa a fin de que se ocupen del mantenimiento del parque, de las piletas, de la limpieza interior como exterior del complejo. El costo por este servicio asciende a u\$s 1771,38 mensuales. Este monto incluye los elementos de limpieza, los materiales y los insumos sanitarios para todo el complejo.¹⁸

Servicios básicos:

- Energía Eléctrica: u\$s 197,37 mensual,
- Gas envasado: consumo de 3 cilindros de gas de 45 kg. Por mes. u\$s 139,87
- Agua: u\$s 65,79 bimestral,
- Internet y teléfono: servicio de telefonía e Internet Wifi con un costo de u\$s 4,73 mensuales.

Tabla 15: Estimación de los egresos respecto a los servicios básicos

Servicios Básicos	Mensual	Anual
Energía Eléctrica	197,37	2368,42
Agua Corriente	65,79	394,74
Teléfono e Internet	4,73	567,63
Gas envasado	139,87	1678,42
Totales	407,76	5009,21

Fuente: Gambarota, D. (2016).

Publicidad: Se publicitará el centro termal a través del diario local en la sección Turismo los días domingo un aviso de 2 columnas por 10, lo que tiene un costo de u\$s 1426,77 mensuales (IVA incluido) y en una reconocida FM, dentro de la programación diaria se realizarán 2 menciones a la mañana, 2 por la tarde y 2 por la noche, lo que asciende a u\$s 1416,58 por mes. Se calcula gastar en ambas publicidades un total de u\$s 2843,35.

Seguros: Se contratará un seguro para el complejo a fin de garantizar el buen funcionamiento del mismo que ofrezca un servicio integral para comercios con cobertura contra incendio del edificio y del contenido, responsabilidad civil, daños materiales de equipos electrónicos, daños y roturas de cristales, daños por agua al contenido. El monto anual del seguro asciende a u\$s 799,14.

Insumos oficinas: Se calcula una cantidad fija de insumos por mes, independientemente de la cantidad de clientes que recibirá el complejo. La misma incluye: resma de hojas A4, cartuchos de impresora, biromes, lápices, cuaderno espiral A4, borrratinta, clips, haciendo un total de u\$s100,63. A este monto se le suma una cifra por insumos para consumo de los empleados de ese sector el cual está compuesto por: té, café, café instantáneo, leche en polvo, jugos, y galletitas (dulces y saladas) lo cual asciende a un total de u\$s 56,58 mensuales.

Otras erogaciones: Está considerada la aparición de imprevistos económicos, y se destinará una suma de u\$s 416,18 para asignarla a las mismas.

¹⁸ Los valores se han actualizado teniendo en consideración el índice congreso comprendido desde el 2013 al 2016 (1er trimestre).

Tabla 16: Costos fijos totales

Concepto	Valor anual
Cannon	1630,32
Sueldos y salarios	74528,95
Mantenimiento/Limpieza	21256,56
Servicios básicos	5009,21
Publicidad	34120,20
Seguros	799,14
Insumos oficinas	1886,52
Otras erogaciones	4994,16
Total	144225,06

Fuente: Gambarota, D. (2016).

Costos variables

En este caso sólo se considerará como costo variable el impuesto a los Ingresos Brutos y la Tasa de Seguridad e Higiene, ya que otros costos que pueden considerarse como variables, están vinculados a los servicios concesionados.

- Impuesto a los Ingresos Brutos el cual se calcula aplicando el 3,5% sobre los ingresos operativos anuales. Se tiene en cuenta aquí, que la participación en el mercado crecerá en un 0,5% anual.
- Tasa de Seguridad e Higiene: se calcula como el 9 por mil mensual, aunque se abona bimestralmente.

Inversiones

Inversión Inicial: Está formada por todos aquellos egresos que se efectúen antes de la puesta en marcha del proyecto como consecuencia de invertir en activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo.

El proyecto se realizará en dos etapas, debido a que los costos son elevados y las dimensiones del mismo, considerables en tamaño. La duración de la primera etapa se extenderá por un año, mientras que la segunda se estima se desarrollará durante el segundo año. En una tercera etapa se podrá pensar en construir un complejo habitacional para el alojamiento, si los estudios de demanda así lo requirieran.

Inversiones en activo fijo: comprende la adquisición del terreno, se acondicionará el pozo surgente, las piletas existentes y se construirán las zonas de recepción y administración, estacionamiento, confitería y buffet, enfermería, la zona de recreación con una cancha que servirá para fútbol 5, vóley y básquet, el cobertor de piletas y el equipamiento necesario para cada área construida. También se construirá una zona de spa, gimnasio y rehabilitación y un salón de usos múltiples en la segunda etapa.

Total de inversiones en activo fijo:

- Primer etapa u\$s 717405,13
- Segunda etapa u\$s 80182,89

Inversiones en activos intangibles: Está compuesta por los egresos necesarios para la organización lo cual comprende: dirección y coordinación de la obra, la constitución jurídica de la empresa y el diseño de una página web.

Total de inversiones en activos intangibles: u\$s 113962,76

Inversiones en capital de trabajo:

Los costos de operación del primer ciclo productivo que deben financiarse desde el momento que se inician los desembolsos que genera una venta, hasta el instante que se abona por los servicios, se calcularon como 60 días correspondientes a los costos totales.

$$ICL = (2.443.382/365 \text{ d}) * 60 \text{ d}$$

Este cálculo arroja una inversión en capital de trabajo de u\$s 26424,47, correspondiente al escenario normal.

iii. Construcción del flujo de Caja

Se realizaron los flujos de fondos para los tres escenarios planteados. En el escenario normal el porcentaje de captación de la demanda es el 25%, en el optimista 30% y en el pesimista 20%. Si bien la valuación debió haberse calculado en moneda nacional porque el uso de moneda extranjera encubre fuertes distorsiones de precios relativos, propias de agudos procesos inflacionarios tal como los padecidos en el período de análisis en Argentina se procedió a utilizar dólares estadounidenses para tal fin, debido a la falta de los correspondientes índices de actualización (INDEC) en los años 2013-2015. Los resultados pueden consultarse en el anexo I.

iv. Indicadores de rentabilidad

En esta sección se van a desarrollar los indicadores más utilizados para medir la rentabilidad del proyecto Termas de la Bahía.

Valor Actual Neto:

El VAN es la diferencia entre los flujos de caja del proyecto y el costo de la inversión, debidamente descontados. Dicho cálculo permitirá determinar cuál es el beneficio que se obtiene al realizar la inversión. Si el resultado que arroja es igual a cero, indica que el proyecto rinde estrictamente lo exigido para compensar la inversión actualizada. Si esa diferencia es superior a cero significa que le otorga un excedente y por lo tanto, es rentable. Si el resultado es negativo, indica la diferencia necesaria para que el proyecto rente lo que el inversionista le exige a la inversión.

El costo de oportunidad del capital es del 6%. Para determinar este valor se consideró el rendimiento de un activo libre de riesgo (en este caso las letras del tesoro de EEUU, cuyo rendimiento es del 1,62% anual¹⁹) y luego se anexó una prima por riesgo del 4,38 %.

Escenario Normal: VAN (6%)= u\$s 2134184,21
Escenario Optimista: VAN (6%)= u\$s 2330973,03
Escenario Pesimista: VAN (6%)= u\$s 1914766,78

Tasa Interna de Retorno:

Este indicador está relacionado al VAN, la diferencia entre ambos está en los resultados. Mientras que el primero arroja un valor monetario indicando el rechazo o aceptación del proyecto, la TIR nos indica una tasa de rendimiento para aceptar o rechazar el proyecto, la cual se debe comparar con el costo de oportunidad del capital.

Escenario Normal: 34%
Escenario Optimista: 40%
Escenario Pesimista: 27%

Pay Back:

¹⁹ Fuente: <http://www.datosmacro.com/bono/usa>

El plazo de recuperación constituye el número de años que la empresa va a necesitar para recuperar la inversión inicial a partir de los flujos netos de caja.

Escenario Normal: 3 años y 11 meses aproximadamente.
 Escenario Optimista: 3 años y 3 meses aproximadamente.
 Escenario Pesimista: 4 años y 8 meses aproximadamente.

Interpretación de los resultados:

El VAN en los tres escenarios analizados arrojó un resultado positivo, lo cual indica que el proyecto, renta una cantidad de dinero superior a la exigida por los costos de inversión del mismo.

La TIR arrojó un valor superior al costo de oportunidad del capital lo cual indica que se puede aceptar el proyecto.

v. Análisis de Sensibilidad

Se realizará este análisis para determinar cuál es el máximo nivel de variación al que se puede someter a las variables para que el proyecto siga siendo rentable, es decir, permite observar como varía el VAN y la TIR, en función de cambios en las variables que son relevantes para el proyecto. A continuación se plantean dos situaciones:

Situación 1: Precio de venta del servicio disminuye un 15%

Tabla 17: Modificación de los ingresos, variación en VAN y TIR

Disminución del precio en un 15%		
Escenario	VAN	TIR
Normal	u\$s 1969529,28	29%
Optimista	u\$s 2163750,20	33%
Pesimista	u\$s 1833150,46	22%

Fuente: Gambarota, D. (2016).

Situación 2: Aumento en los costos fijos en un 10%

Tabla 18: Aumento de los costos fijos, variación en VAN y TIR

Aumento de los costos variables en un 10%		
Escenario	VAN	TIR
Normal	u\$s2120724,54	33%
Optimista	u\$s2421364,61	39%
Pesimista	u\$s1956328,68	26%

Fuente: Gambarota, D. (2016).

e) Evaluación social del proyecto

i. Estimación de la TIR social

Para evaluar socialmente el proyecto se realizó el cálculo de una TIR social, la cual es aplicada sobre el flujo de caja de un proyecto privado una vez que sus costos y beneficios han sido corregidos y contabilizados según sus precios sociales o "precios sombra". Luego la misma, se calcula en base a su contribución al PBI que puede considerarse como equivalente al valor agregado (VA). Así, se contabilizan como beneficios todos los ingresos obtenidos por los diferentes sectores de la sociedad (ingreso nacional) y se registra con signo negativo los pagos al exterior.

El producto bruto nacional se calcula como: ingreso nacional + depreciación + impuestos – pagos al exterior. Su equivalente en VA queda conformado por:

- utilidades netas,
- depreciaciones y amortizaciones,
- sueldos y salarios,
- intereses y beneficios,
- arrendamientos,
- impuestos.

Se debe estimar la TIR del flujo de valor agregado del proyecto, descontando la inversión inicial. Si la tasa de rentabilidad social estimada, está por encima de la tasa social de descuento, el proyecto es bueno y debe realizarse.

Los resultados de la aplicación de la TIR social al proyecto correspondiente al escenario normal pueden visualizarse en el anexo I. En el flujo de caja que se muestra, se detallan costos fijos y variables y se señalan cuáles ítems son considerados a la hora de calcular la TIR social.

A partir del flujo de caja realizado, se obtiene el siguiente cuadro donde se muestra el Valor Agregado del proyecto.

Tabla 19: Contribución del proyecto al PBI

Años	VA en \$
0	-823060,46
1	348009,54
2	203389,28
3	512866,12
4	604440,13
5	704010,39
6	832711,31
7	983839,74
8	1157592,37
9	1355877,10
10	1970975,46

Fuente: Gambarota, D. (2016).

La TIR Social arroja un valor del 55%. Si se la compara con la tasa de descuento social, que puede considerarse de 8,75%²⁰, es posible concluir que el proyecto es deseable desde punto de vista social.

f) Conclusiones

El desarrollo de un estudio de prefactibilidad es fundamental como herramienta de decisión respecto de invertir o no en un determinado proyecto. De allí la confiabilidad que requiere el resultado al que se arribe. Para ello es esencial desarrollar los distintos estudios que lo componen con coherencia, precisión técnica y sobre todo en base a datos que se constaten con la realidad.

El análisis desarrollado en este trabajo permite contrastar la hipótesis propuesta. En efecto, la

²⁰ Dicha tasa se obtuvo de una noticia publicada por Ambito.com. En: <http://www.ambito.com/871470-tras-freno-por-trump-colocan-bono-por-us-350-m-al-875>

realización del emprendimiento "Termas de la Bahía" parece ser factible desde un punto de vista privado y social.

De esta manera, el proyecto se convierte en una oportunidad a la hora de invertir, siendo atractivo por poseer una concepción de emprendimiento innovador en la ciudad que va a propiciar el desarrollo de un sector de la misma tanto por mejoras edilicias, en la calidad de vida, mayores servicios para sus moradores, como por activar un predio abandonado desde la década del 70' y sin utilización que actualmente se presta como abrigo de delincuentes y de personas que lo utilizan como guarida, para brindar un servicio a residentes y visitantes. Es decir, se convertirá en un nuevo producto turístico diferenciador para Bahía Blanca.

Se buscó demostrar que se puede fomentar la inversión turística en nuestra ciudad a fin de incrementar la llegada de turistas, visitantes y para que los residentes tengan un lugar más para disfrutar de atractivos recreacionales sin la necesidad de desplazarse hacia lugares de la zona para tal fin.

Es importante destacar que un emprendimiento de estas dimensiones tendrá repercusiones en el ámbito local debido a que se estará brindando un servicio social ya que queda planteada la iniciativa de subvencionar a personas que necesiten tratamientos de este tipo que tiende a mejorar la salud física y mental. El centro termal será único en la localidad porque reúne varios productos que pueden encontrarse en Bahía Blanca, pero comercializados en un solo lugar.

Existen proyectos presentados ante las autoridades del Municipio y del Honorable Concejo Deliberante para explotar el recurso termal de nuestra ciudad (reconocidos de interés Municipal y Provincial), que aún no se han llevado a cabo debido a la gran envergadura con la que han sido planteados lo que requiere una inmensa inversión. El presente emprendimiento si bien requiere de inversión, propone iniciar las actividades con algunos servicios y continuar la construcción de la obra con la incorporación de los beneficios obtenidos por las ventas efectuadas.

De esta manera, los habitantes de Bahía Blanca podrán disfrutar de beneficios únicos brindados por las aguas termales sin necesidad de desplazarse hasta otros destinos y se propicia la actividad turística, ya que la región tendrá un motivo más para captar la atención de los visitantes.

3.7.1.2. Atractivos

La ciudad de Bahía Blanca posee una amplia diversidad de patrimonio arquitectónico y cultural en su haber, guardando el valor y el testimonio de la cultura bahiense, le imprimen al paisaje urbano su sesgo identitario, atributos que no pasan inadvertidos por aquellos visitantes que buscan nuevos destinos, ávidos de conocer culturas diferentes y formas de vida.

Además, se ofrece al visitante una interesante producción y agenda artístico cultural, conformada por 16 museos y 5 salas teatrales, entre las que se destaca el Teatro Municipal, inaugurado en el año 1913, construcción que forma parte del patrimonio arquitectónico.

Entre los acontecimientos programados de mayor relevancia local encontramos: la Fiesta de San Silverio y Fiesta Nacional del Camarón y el Langostino en White (de alcance y jerarquía Nacional) Maratón de reyes; Feria de la producción, el Trabajo, el Comercio y los Servicios del Sur Argentino (FISA); Feria Nacional del Artesano, entre otras.

El paseo portuario se constituye en el principal motivador para aquellos que desean el contacto con el mar y también con el mundo industrializado. A tan sólo 5 km del centro de la ciudad se puede visitar el Primer Puerto Autónomo de Aguas Profundas del país, el Parque Industrial, Polo Petroquímico y la localidad de Ingeniero White, sitio ideal para escuchar historias de inmigrantes, arquitectura ferroportuaria, casas de chapa y madera, historias de tango, gastronomía portuaria, tradiciones y fiestas populares, constituyen el reflejo de la cultura de una comunidad con apego a su territorio.

A poca distancia, el paisaje natural de la “Reserva Natural de Usos Múltiples Bahía Blanca, Bahía Falsa, Bahía Verde”, compuesto por un grupo de islas permite tomar contacto con la naturaleza, flora y fauna autóctona, caracterizan un sitio de inigualable riqueza, pesca deportiva, avistaje de fauna, safaris fotográficos, visitas interpretativas, entre otras, son algunas de las alternativas que ofrece este sitio de singularidades especiales, ofreciendo la posibilidad de realizar prácticas ecoturísticas.

A 15 Km de la ciudad de Bahía Blanca, con una población de 8.716 habitantes (INDEC, 2010), y como si el tiempo no hubiese pasado, se encuentra la localidad de General Daniel Cerri, fundada el 27 de mayo de 1876, caracterizada por la tranquilidad, seguridad, riqueza cultural y natural. Las posibilidades recreativas que ofrece el sitio cargan de connotaciones positivas el desarrollo turístico recreativo del sector, basado en la diagramación de circuitos culturales organizados en función a su acervo histórico y patrimonio industrial.

El Área de Turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca ofrece diferentes circuitos que permiten conocer la historia de la ciudad y los lugares más representativos. Los más destacados son: Camino de la Historia, Camino de los fortines, laneras y frigoríficos, Camino de los puertos, Caminos de los barrios y parques, Camino Bahía capital del Básquet, Los caminos del riel, Camino rural, los cuales se mencionan en el siguiente cuadro. Los diferentes atractivos se encuentran detallados en las correspondientes fichas de relevamiento, las cuales pueden visualizarse en el anexo II.

Tabla 20: Circuitos turísticos de la ciudad de Bahía Blanca

Circuito	Atractivos
Camino del Centro Histórico Se inicia en el Museo y Archivo Histórico y se estructura a partir de la Plaza Rivadavia. Comprende las calles Alsina, San Martín, Zelarrayán, Sarmiento, Moreno, Vieytes, Brown, O'Higgins, Chiclana, Estomba, Drago y Vicente López.	Museo y Archivo Histórico / Saavedra 951
	Plaza Rivadavia
	Palacio Municipal / Alsina 65
	Catedral Nuestra Señora De La Merced / Sarmiento 52
	Ex Diario La Nueva Provincia / Sarmiento 54
	Ex Banco Provincia / Alsina 43
	Ex Banco Alemán Transatlántico / Sarmiento y Estomba
	Banco Nación / Estomba y Moreno
	Aduana / Estomba y Avenida Colón
	Ex Banco Español / Chiclana y Avenida Colón
	Ex Banco Hipotecario Nacional / Avenida Colón y Vicente López
	Palacio De Tribunales / Estomba 32
	Biblioteca Rivadavia / Avenida Colón 31
	Club Argentino / Avenida Colón 67
Escuela N°2 / Vieytes 51	
Correos y Telégrafos / Moreno 34	
Camino de los Fortines, Laneras y Frigoríficos La localidad de Gral. Daniel Cerri, reúne en sus calles patrimonio histórico e industrial. Sus orígenes vinculados al Fortín Cuatros y su rol de pueblo industrial a través del procesamiento de lanas y carnes a principios del siglo XXI le dieron una singular fisonomía. Este camino recorre el Fortín Cuatros, la casa de ramos generales, los bares, colonias de obreros, el cine, la parroquia, los clubes, la	Museo Fortín Cuatros / Alvarado y Av. Plácida Pernicci
	Iglesia San Miguel Arcángel / Gurruchaga 440
	Cine y Pensión Voglino / Av. Rodríguez Peña y Belgrano
	Lanera Argentina / Álvarez Jonte entre Belgrano y 25 de mayo
	Ex Frigorífico Cap Cuatros / Álvarez Jonte y Belgrano
	Estación Aguará / 25 de Mayo y Granaderos
	Club de Pesca y Náutica General Daniel Cerri

estación, la lanera y los frigoríficos; además de la Ecoplanta, símbolo de la actualidad.	Ecoplanta / Juana Azurduy y Artigas
Camino de los Puertos Historias de inmigrantes, tango y conzonetas, arquitectura ferropuertaria, grandes buques cerealeros, containers, art decó, casas de chapa y madera, gastronomía portuaria, gaviotas cangrejas, delfines franciscana, chimeneas, petroquímica, tradiciones y fiestas populares forman parte de la vida cotidiana de la localidad de Ingeniero White. Este camino permite tomar contacto con el mar, una comunidad inmigrante y su territorio en la localidad que alberga el Primer Puerto Autónomo de aguas profundas del país.	Teatro de Ingeniero White / Av. San Martín 3619
	Museo del Puerto / Av. Guillermo Torres y Cárrega
	Ex Usina General San Martín / Av. Juan Bautista Justo 3885
	Primera Usina del Puerto
	Central Termoeléctrica Luis Piedra Buena / Ruta 252
	Paseo Portuario
	Complejo Petroquímico y Parque Industrial
Camino de los Barrios y Parques El sector estructurado por las Avenidas Alem y Urquiza caracteriza la ciudad universitaria, recreativa, deportiva y nocturna. Casonas con estilo, teatro, parques, barrios representativos, edificios emblemáticos, paseos al aire libre a la vera del Arroyo Napostá, pubs, restaurantes y confiterías exponen una ciudad que se ofrece con una amplia variedad de opciones de esparcimiento. Los Parques de Mayo e Independencia, son utilizados como lugares de descanso, recreación y realización de actividades deportivas complementando este paseo, que se impone a la hora de disfrutar de actividades a cielo abierto.	Teatro Municipal / Alsina 425
	Fundación Ezequiel Martínez Estrada / Av. Alem 908
	Casa de la Cultura / Av. Alem 925
	Club Universitario / Av. Alem 1151
	Universidad Nacional del Sur / Av. Alem 1253
	Parque de Mayo / Av. Alem y Córdoba
	Arroyo Napostá
	Paseo de Las Esculturas
	Barrio Parque Palihue
	Punto Panorámico / Av. Cabrera y Reconquista
	Parque Independencia / Av. Pringles y Azara
Camino Bahía Capital del Básquet La gente de Bahía tiene entre sus pasiones el deporte en general y el básquet en particular, conformado un rasgo relevante de su identidad. La historia del deporte, los principales clubes, jugadores e ídolos dan vida a este camino que se construye desde el 21 de mayo de 1910 cuando se llevó a cabo el primer partido de básquet en Bahía entre integrantes de la tripulación de barcos estadounidenses.	Club Estudiantes / Santa Fe 51
	Club Olimpo / Avenida Colón 888
	Asociación Bahiense de Básquet (ABB) / 9 de Julio 62
	Club Bahiense del Norte / Salta 28
	Museo del Deporte/ Peatonal Luis María Drago 45, PB (Torre del Bicentenario)
Camino del Riel El ferrocarril atraviesa la historia y el paisaje urbano de Bahía; su llegada en 1884, consolidó la posición estratégica y el desarrollo de la ciudad. En este camino se transita por la arquitectura ferroviaria en el trayecto que articula la ciudad por el puerto; usina, elevadores, mercados de acopio, barrios, estaciones, aduanas y el propio puerto son reflejo de una época donde se definió el rol de la ciudad como puerta de salida del granero del mundo.	Mercado de Concentración de Lanass, Frutos y Cueros "Victoria"
	Conjunto de Casas en calle Brickman
	Usina del BAP en Brickman y Donado
	Viejo Camino al Puerto
	Estación Spurr
	Complejo de Puentes "La Niña"
	Ex Aduana (Hoy Museo del Puerto)
	Usina del Puerto
	Museo Taller Ferrowhite

<p>Camino de los Museos Más de 27 espacios culturales, entre museos, y salas de exposiciones se ofrecen al visitante y residente a la hora de conocer la historia Bahiense y descubrir las expresiones culturales de sus artistas, muchos cuentan la vida de célebres personalidades, mientras otros nos muestran la vida junto al mar de los inmigrantes que con trabajo y esfuerzo acompañaron y modelaron la Bahía Blanca de hoy. Otros, acompañan desde las ciencias con novedosas exposiciones de Dinosaurios y química, mientras que el arte Bahiense actual y contemporáneo, busca su espacio en el centro de la ciudad y en las casas de los artistas. Otros nos hacen recorrer la historia, y en algunos, observamos objetos de los pueblos originarios como así también pequeños fortines, mientras que en el puerto la historia del ferrocarril se traduce en salas que nos remontan a un pasado vinculado al progreso. Historias y relatos de aviones, hangares, y de nuestras Malvinas Argentinas, se visualizan a través de salas especialmente adaptadas para que su visita se convierta en una experiencia inolvidable.</p>	Museo y Archivo Histórico de B. Bca. / Saavedra 951 (Ex. Hotel de Inmigrantes)
	Museo de Bellas Artes y Arte Contemporáneo / Sarmiento 450
	Ferrowhite (Museo Taller) / Juan B. Justo 3885 (Ingeniero White)
	Museo del Puerto / Guillermo Torres 4121 (Ingeniero White)
	Museo de Ciencias / Castelli 3702 (Parque de la Ciudad)
	Fortín Cuatrerros / Av. Pernicci y Alvarado (Gral. Daniel Cerri)
	Museo del Deporte / Drago 45
	Museo de La Aviación Naval Argentina / Base Aeronaval Cte. Espora
	Museo y Parque Estereoscópico El Histórico / Italia 19
	Museo de Ciencia y Técnica / Zelarrayán 2528
	Museo Ezequiel Martínez Estrada / Avenida Alem 908
	<p>Camino Rural En sus calles se observan edificaciones con un amplio valor histórico-arquitectónico, conformando lugares de memoria cargados de anécdotas y sentimientos. En pleno siglo XXI aún hay localidades que viven en un ámbito sosegado, tranquilo y de mutuo conocimiento, donde la ubicación de un determinado punto se basa no en una altura de la calle sino en una persona de referencia, donde las bicicletas y auto pueden dejarse en la vereda sin preocuparse y donde los semáforos son elementos desconocidos. Cabildo, como la mayoría de los pueblos de la provincia de Buenos Aires, nació gracias al ferrocarril y la actividad agrícola. Estos lugares han sido seleccionados por la propia comunidad.</p>
Ex Hotel Italia (1912) y Ex Hotel Recreo (1921) / Buenos Aires y Vicente López	
Plaza de Mayo (1910) / Pringles y Saavedra	
Sociedad Italiana (1919) / Las Heras 36	
Ex Correo / La Plata 58	
Prado Español / Alberti y San Martín	
Cooperativa Sombra de Toro Ltda. (1948) y Planta de Acopio de Cereales	
Escuela N° 19 "Remedios de Escalada de San Martín" (1907) / Ardohain 24	
Avda. Ardohain / Saenz Peña y Caronti	
Cancha de Fútbol "Club Atlético Pacífico" (1927) / Gregorio Garmendia 100	
Usina Eléctrica (1926) / San Martín y Saavedra	

Fuente: Gambarota, D. (2017). Elaboración propia en base a datos de la Municipalidad de Bahía Blanca.

3.7.2. Equipamiento

3.7.2.1. Alojamiento

De acuerdo a la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Bares, confiterías y afines de Bahía Blanca y Región del Sudoeste la ciudad cuenta con un estimado de 2200 plazas hoteleras distribuidas de la siguiente manera: tres hoteles 4 estrellas; tres hoteles 3 estrellas; tres hoteles 2 estrellas; tres hoteles 1

estrella; un motel; tres apart hotel y alojamiento residencial. (Municipalidad de Bahía Blanca, 2017). A esta oferta se debe agregar la extra hotelera conformada por cinco complejos de departamentos de alquiler turístico, que superan las 150 plazas. Con respecto a la ubicación, la gran mayoría de los hoteles se encuentran en el micro centro de la ciudad, mientras que los hospedajes, departamentos turísticos y los apart hotel lo hacen en el macro centro. En los caminos de acceso a la ciudad se localizan un motel y un parador. (Maglianesi, 2013:28). Se puede apreciar el anexo II donde se detallan los establecimientos existentes en la ciudad.

3.7.2.2. Restauración

La oferta gastronómica es muy variada, cuenta con un amplio número de restaurantes en el centro de la ciudad y en los accesos a la misma. Conforman la oferta parrillas, pizzerías, tenedores libres, restobares, casas de comida rápida, casa de comida, cafeterías y por ultimo también contamos en la oferta mini mercados de estaciones de servicio. A su vez la ciudad cuenta con dos paseos de compras que ofrecen patios de comida. Dicha oferta se completa con cantinas y marisquerías distribuidas en la localidad de Ingeniero White.

“Según datos ofrecidos por la Asociación de Hoteles, restaurantes, Bares, Confiterías y Afines se estima que el número de cubiertos en la ciudad de Bahía Blanca es de 4.500 considerando sólo los restaurantes, bares y cafés. Si a esto se suman 51 lugares de comidas rápidas y demás locales de venta de alimentos se llega a 11.600 cubiertos” (Larracharte, 2013:38).

En el anexo II se puede considerar el detalle de los diferentes establecimientos gastronómicos que funcionan en la ciudad de Bahía Blanca.

3.7.2.3. Esparcimiento

La ciudad cuenta con variados espacios verdes para realizar actividades de esparcimiento tales como el Parque de Mayo, Paseo de las Esculturas, Arroyo Napostá, Parque Independencia, Barrio Parque Patagonia y Palihue, Balneario Municipal Complejo Recreativo Maldonado. A su vez en el centro de la ciudad, las galerías y peatonales son altamente visitadas ya sea para realizar un paseo o compras sumado a dos centros comerciales de importancia a nivel regional.

Se ofrece al visitante una interesante producción y agenda artístico cultural, conformada por 16 Museos, 5 salas Teatrales, entre las que se destaca el Teatro Municipal, inaugurado en el año 1913, construcción que forma parte del Patrimonio Arquitectónico.

Además, existen emprendimientos turísticos privados (embarcaciones), para desarrollar tareas de pesca deportiva y excursiones de ecoturismo. La empresa Techera Turismo, ofrece diferentes excursiones embarcadas en una lancha Premium por el estuario y la ría de Bahía Blanca.

3.7.2.4. Otros

En Bahía Blanca se desempeñan 40 agencias de viajes, 1 agencia de viajes de turismo habilitada para operar con turismo receptivo, acorde a las nuevas normativas, como así también 6 agencias de viajes acreditadas para operar con turismo estudiantil. El detalle sobre las mismas puede apreciarse en el anexo II.

Se brinda información turística para los viajeros a través de puestos localizados en la Terminal del ómnibus San Francisco de Asís y en la peatonal Drago 45. Bahía Blanca también es sede de diversos consulados, a saber:

Tabla 21: Consulados en la ciudad de Bahía Blanca

Consulado	Dirección	Teléfono
-----------	-----------	----------

Chile	Belgrano 505	4531516
España	Drago 45, 4º P Of. B	4522549
Italia	Av. Alem309 Y Rodríguez	4544731
Francia	Peatonal Drago 45, 7º Piso	4554525
Brasil	Zapiola185	4520505
Dinamarca y Noruega	Av. Guido S-N (Ing. White)	4571535

Fuente: Gambarota, D. (2018). Elaboración propia en base a datos de la Municipalidad de Bahía Blanca.

En cuanto a profesionales, en Bahía Blanca se pueden encontrar guías de turismo capacitados a fin de mostrarles a los visitantes lo mejor de la localidad. Sus datos pueden encontrarse en la página web de la Municipalidad de Bahía Blanca.

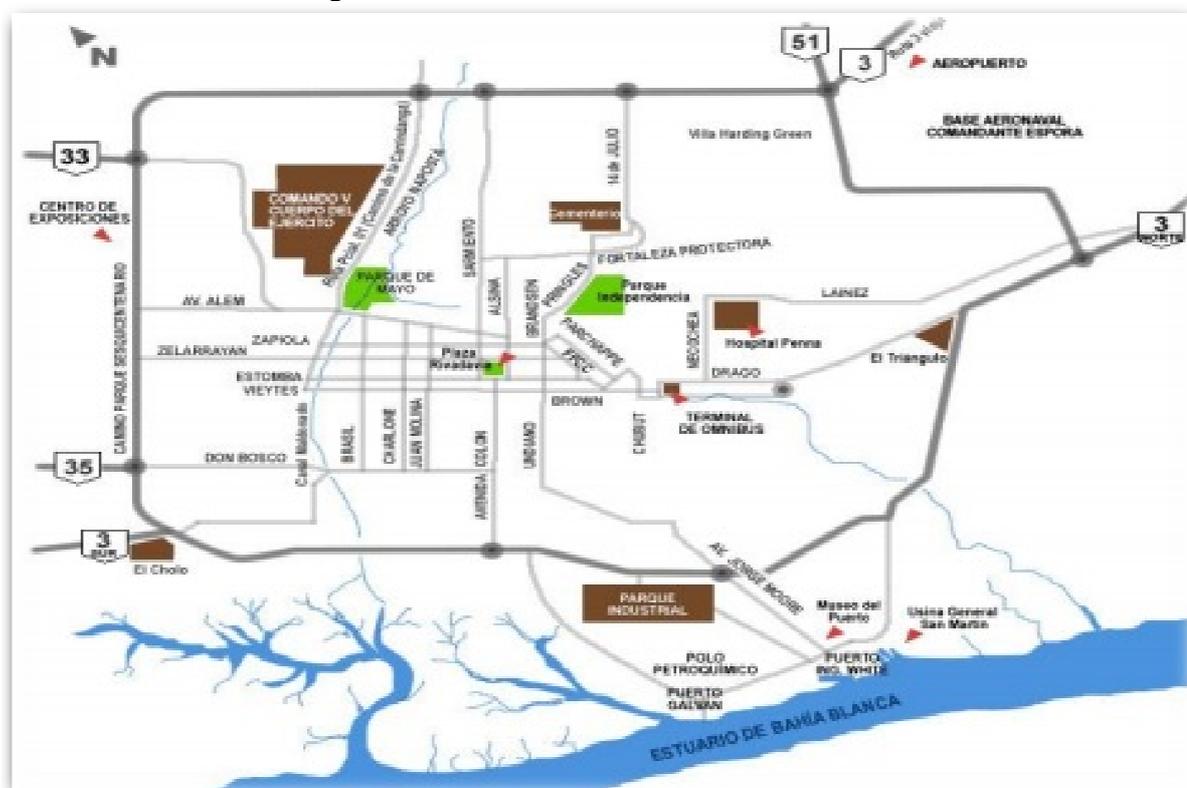
3.7.3. Instalaciones

Actualmente la localidad de Bahía Blanca no cuenta con instalaciones específicas que faciliten las prácticas de la actividad turística ya que el desarrollo de esta actividad se encuentra asociada principalmente al Turismo de Congresos y Convenciones en el que se utilizan las instalaciones propias de la ciudad. Respecto a la propuesta de termalismo, se debería instaurar un centro termal que cuente con las instalaciones necesarias a fin de disfrutar del mencionado atractivo.

3.7.4. Infraestructura

La ciudad de Bahía Blanca se encuentra conectada con el país por varios accesos y medios de transporte lo que le brinda una buena conectividad.

Figura 15: Accesibilidad vial a Bahía Blanca



Fuente: Municipalidad de Bahía Blanca, (2014).

16.4.1. Transporte terrestre

Automóviles: La ciudad es un centro de enlace entre diferentes puntos del país, cuenta con varias vías de acceso: por Ruta Nacional N° 35. Por Ruta Nacional N° 33, por Ruta Nacional N° 3 sur o Ruta Nacional N° 22; la Ruta Provincial N° 51 o la antigua Ruta Nacional N° 3 accede al Camino Sesquicentenario para luego ingresar por la calle 14 de Julio o por la Avenida Sarmiento.

Transporte de ómnibus: La ciudad cuenta con la terminal de Ómnibus San Francisco de Asís, formado por un total de 23 plataformas y donde operan diferentes empresas de transporte comunicando con el resto del país e inclusive con países limítrofes, con servicios las 24 horas y numerosas frecuencias. Cuenta con servicios adicionales como es la confitería, playas de estacionamiento, transporte de cargas y encomiendas. La nueva terminal fue construida en el año 2008. En el anexo II se pueden observar las empresas de colectivos que brindan sus servicios en Bahía Blanca en la terminal de ómnibus como en oficinas comerciales.

Servicio de combis: varias empresas realizan el servicio puerta a puerta hacia la región. Las mismas poseen unidades con capacidad de entre 12 y 19 pasajeros. En el anexo II se detallan las prestatarias del servicio y los destinos operados por las mismas.

Alquiler de vehículos: las empresas que brindan servicio de alquiler de vehículos operan desde el aeropuerto y son las que se detallan en la siguiente tabla:

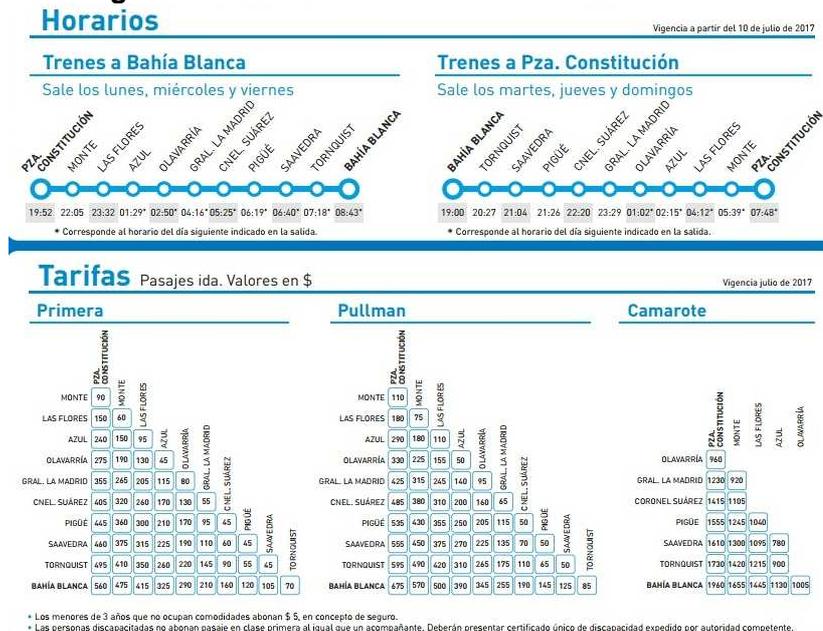
Tabla 22: Establecimientos de alquiler de vehículos en Bahía Blanca

Establecimiento	Dirección	Teléfono
Avis	Saavedra 39 y Aeropuerto	4523236
Hertz	Aeropuerto	4547456
Localiza	Güemes 25 y Aeropuerto	4861800

Fuente: Gambarota, D. (2018). Elaboración propia en base a datos de la Municipalidad de B. Bca.

Transporte Ferroviario: En Av. Cerri 750 se encuentra la Estación Sud que opera hacia CABA por medio de la empresa Ferrocarriles Argentinos con diversas paradas intermedias llegando a Plaza Constitución. Se ofrecen diferentes clases de servicios: pullman, primera clase y camarote donde la diferencia se radica en la comodidad y en los servicios de comida.

Figura 16: Servicios ferroviarios en Bahía Blanca



Fuente: www.argentina.gob.ar

Las empresas Ferroexpreso Pampeano, Ferrosur Roca y Ferrocargas, realizan los viajes relacionados con transporte de carga.

3.7.4.2. Transporte aéreo

Los servicios de transporte aéreo son operados en la Aerostación Civil "Aeropuerto Bahía Blanca", donde se realizan los vuelos que provienen y van hacia Buenos Aires, Comodoro Rivadavia, Ushuaia, Córdoba, Mar del Plata, Neuquén, Trelew, Bariloche. Las empresas que actualmente se encuentran operando en el aeropuerto local son Aerolíneas Argentinas y Austral.

3.7.4.3. Servicios básicos

La prestación de los servicios básicos de agua, energía eléctrica y gas en la localidad está a cargo de las siguientes prestatarias, a saber: EDES, Empresa de Energía Sur S.A se ocupa de la comercialización y distribución de la electricidad a todos los sectores de la ciudad; Empresa de Aguas Bonaerenses ABSA abastece el servicio de agua y Camuzzi Gas Pampeana es la encargada de distribuir el gas natural.

Bahía Ambiental Sapem, brinda el servicio de recolección de residuos domiciliarios, barrido e higiene urbana al municipio de Bahía Blanca.

3.7.4.4. Otros servicios

La prestación del servicio público de transporte urbano es llevada a cabo por las empresas de ómnibus San Gabriel a cargo de las líneas 503, 506, 509, 512, 513 EX, 516, 517 y 518, Bahía Transporte Sapem cuyas líneas son 502, 504 y 519A y Rastreador Fournier opera las líneas 500, 505, 507, 513, 514 y 519. El único medio de pago es a través de la tarjeta SUBE. Además se provee de un servicio a la localidad de Cabildo a cargo de Bahía Transporte Sapem (línea 520) desde la calle Lamadrid 290.

El estacionamiento es medido y pago de lunes a viernes de 8 a 20 hs. y liberado los sábados, domingos y feriados en las zonas que se detallan en la siguiente imagen.

Figura 17: Zonas de estacionamiento medido y pago en Bahía Blanca



Fuente: www.bahiatransporte.com.ar

El pago puede efectuarse a través de tres vías: la nueva plataforma de estacionamiento inteligente llamada Sapem Parking es una aplicación móvil con soporte para iOS y Android, utilizando la tarjeta de recarga Bahía Urbana o comprando en comercios habilitados horas virtuales de estacionamiento.

La ciudad cuenta con estaciones de servicio a cargo de las empresas YPF, Puma Energy y Shell, donde se expenden combustibles y gas.

El servicio de salud está conformado por dos hospitales públicos, Hospital Municipal de Agudos Dr. Leónidas Luceros y Hospital Interzonal General de Agudos Dr. José Penna, complementados con clínicas privadas y salas de primeros auxilios distribuidos en los diferentes barrios de la ciudad.

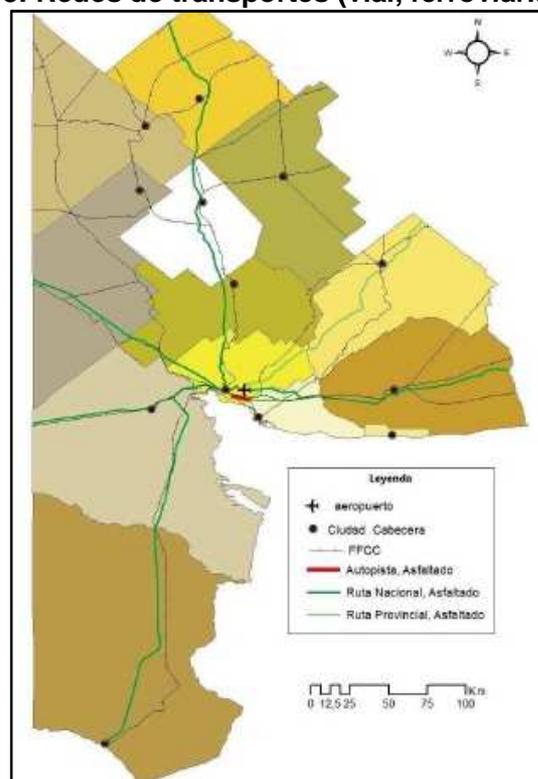
En el ámbito educativo existen establecimientos públicos y privados en todos los niveles y, entre ellos, el nivel universitario cuenta con tres Universidades públicas: Universidad Nacional del Sur, Universidad Tecnológica Nacional, Universidad Provincial del Sudoeste y el Instituto Superior Juan XXIII.

Resulta abundante la existencia de Bancos en la ciudad, con especial concentración en el microcentro tales como: Santander Río, Francés, Patagonia, Comafi, Galicia, Industrial, ICBC, Banco de la Provincia de Buenos Aires, Banco Industrial y Banco de la Nación Argentina. Además han proliferado en toda la ciudad, los locales adheridos al pago de facturas como Rapi-pago o Pago fácil.

En Bahía Blanca se brinda servicio de correos a través del Correo Argentino, Oca, correo Patagónico, DHL Correo Internacional-Nacional.

En relación a la prestación de servicios turísticos, se brinda información sobre los mismos desde la oficina central del Municipio sumado a los puestos ubicados en la Terminal de ómnibus San Francisco de Asís y en Drago 45. Lo mencionado se complementa con la existencia de más 40 agencias de viajes habilitadas.

Figura 18: Redes de transportes (vial, ferroviaria y aérea)



Fuente: Schroeder, R. y Formiga, N. (2011).

3.8. Demanda Turística

Debido a que no se posee un registro completo de los arribos a la ciudad, para poder caracterizar el perfil de la demanda turística se consultó la información brindada por la Dirección de Turismo de Bahía Blanca. Los datos proporcionados, se basan en el análisis de las encuestas realizadas en los puestos de información turística a visitantes durante el período 2017. No se hace referencia a datos más recientes debido a que no se dispone de información anual completa sobre los mismos.

De las encuestas efectuadas se desprende que el (81,41%) de los visitantes encuestados son Argentinos mientras que el (18,59%) provienen de otros países, predominando los procedentes de Chile (15,24%), Francia (14,02%), Alemania (11,59%), España (7,32%), Italia (7,30%), Brasil (6,71%), Uruguay (4,88%), Colombia (5,49%), Canadá y Suiza (2,44%) entre los más frecuentes.

En relación a los turistas nacionales, respecto a la provincia de residencia habitual, se observa que los visitantes provienen principalmente de Buenos Aires (28,97%) y de la Ciudad de Buenos Aires (20,89%), seguido por los que arriban desde la provincia de Río Negro (10,45%), Neuquén (7,38%), Córdoba (6,96%), Chubut (5,85%), Santa Fe (5,57%), La Pampa (2,92%), y Mendoza (2,23%), entre las más destacadas.

Considerando la composición del grupo, predominan aquellas personas que viajan solas (42,97%), en segundo lugar parejas (26,42%), en menor medida lo hacen aquellos que viajan con familiares (10,43%), pareja con hijos (9,52%), amigos (8,62%) y sin parentesco (2,04%). En tal sentido, los visitantes de otros países viajan preferentemente solos (46,34%), en pareja (30,49%), con grupos de amigos (12,20%), en menor proporción familiares (5,49%), pareja con hijos (3,66%) y sin parentesco (1,82%).

En cuanto a su ocupación, sobresalen los empleados en relación de dependencia con (37,53%), luego se ubican los jubilados (16,21%), profesionales independientes (14,85%), estudiantes mayores de 18 años (11,11%), estudiantes menores de 18 años (9,41%), autónomos (9,18%), comerciantes (6,24%), docentes (4,76%), amas de casa (3,74%), desocupados (2,72%), mientras que la variable otros representa el (0,79%). En relación a la ocupación de los visitantes extranjeros notamos que el mayor porcentaje obedece a la variable profesionales independientes (31,10%), seguida de empleados (20,12%), estudiantes mayores de 18 años (17,07%), autónomos (14,63%), jubilados (14,02%), desocupados (5,49%), estudiantes menores de 18 años (3,66%), comerciantes (2,44%), docentes (1,22%), y ama de casa (0,61%).

Teniendo en cuenta el principal motivo del viaje se destaca vacaciones (25,74%), y escala hacia otros destinos (23,58%), visita a familiares y amigos ocupa el (10,09%), seguido por trabajo (9,30%), trámites (8,62%), ocio y recreación (7,26%), compras (3,63%), congresos (3,51%), deportes (2,72%), salud (2,61%), educación (2,04%), actividades culturales (0,68%), religión (0,57%), otros (0,45%). En tanto, en el análisis particular de los turistas extranjeros podemos observar que la mayoría viene por vacaciones (40,24%) y escala (27,44%), visita a familiares y amigos (9,76%), trabajo (6,71%), ocio y recreación (6,10%), trámites (3,66%), congresos (2,44%), educación (1,83%), actividades culturales (1,22%), por deportes y otro (0,61%) respectivamente. La variable referida a la región turística de destino final del viaje muestra que los principales destinos a los que se dirigen los turistas que pasan por la ciudad son región Patagonia (33,79%) y el Sudoeste de la provincia de Buenos Aires (26,42%), menores son los porcentajes de quienes se dirigen hacia la Ciudad de Buenos Aires (18,25%), hacia el resto de la provincia de Buenos Aires (11,34%), región Centro (3,85%), región Litoral (2,61%), región Norte (1,93%), y Cuyo (1,81%). En tanto, los visitantes de otros países se dirigen fundamentalmente a la Patagonia (44,51%), seguido por ciudad de Buenos Aires (26,22%), Sudoeste Bonaerense (16,46%), región Buenos Aires (9,76%), Norte y Litoral con el (1,22% respectivamente), y hacia Cuyo (0,61%) de la muestra.

Los datos procesados referidos a la modalidad de alojamiento arrojan que el (38,44%) de las personas encuestadas no planean alojarse en la ciudad. Entre aquellos que optaron por permanecer una noche o más se destaca el hotel 1, 2 o 3 estrellas con (26,30%), seguidos de aquellos que optaron por casa de familia (10,66%), hostel (6,80%), departamento en alquiler (6,58%), hotel 4 estrellas (4,99%), apart hotel (3,97%), camping (1,81%) y otros (0,45%). Entrecruzando variables notamos que los turistas extranjeros en su gran mayoría no planearon alojarse en la ciudad (30,49%), en tanto aquellos que sí lo hicieron optaron por hoteles de 1, 2 y 3 estrellas (21,95%), seguido por Hostel (13,41%), casa de familia (10,37%), hotel 4 estrellas (9,15%), departamento en alquiler (7,32%), camping (3,66%), apart hotel (3,05%), y otras modalidades (0,60%). La estadía promedio en la ciudad durante el año 2017 fue de 2,51 días. En esta oportunidad se realizó la tabulación de valores medios relacionando la estadía con el lugar de residencia habitual y los resultados arrojaron una estadía promedio superior por turista extranjero siendo de 3,37 días, que la estadía promedio de los visitantes nacionales es de 2,32 días.

En cuanto a la modalidad de transporte elegido para arribar a Bahía Blanca se destaca que un alto porcentaje de los turistas optó por el ómnibus (64,06%), en auto particular lo hizo el (25,62%), en menor medida se encuentran los que llegaron en avión (5,78%), tren (2,04%), a pié/dedo (1,59%), combi (0,57%), bici/moto (0,34%).

En relación a la estimación del gasto que realizaron durante la estadía el 46,60% tiene planeado un gasto superior a \$2000, menos de \$1000 el 35,83% y entre \$1000 y \$2000 el 17,57%. En relación al gasto estimado según la procedencia, los turistas extranjeros planean un gasto superior a los \$2000 (40,25%), menos de \$1000 el (37,80%), mientras que los que refieren un gasto entre \$1000 y \$2000 representan el (21,95%).

En relación a los medios de información sobre el destino, los datos arrojados son: el (51,81%) no tenía información, a través de internet se informó el (24,15%), el (11,79%) ya conocían la ciudad, el (9,18%) obtuvo la información de familiares o amigos, un porcentaje menor lo hizo a través de publicaciones especializadas (2,38%), guías turísticas (0,91%), folletos (0,34%), y otros (0,45%). En tanto el análisis de los visitantes extranjeros muestra que (48,78%) no tenían información, el (35,37%) lo hizo a través de internet, por referencia de familiares y/o amigos (8,54%), guías turísticas (4,27%), conoce la ciudad (1,22%), y a través de publicaciones especializadas (3,05%).

3.9. Evaluación del potencial turístico de la ciudad de Bahía Blanca

Como se ha descripto anteriormente, la herramienta para la evaluar la potencialidad turística que posee cada localidad propuesta para integrar la ruta turística termal del Sudoeste de la provincia de Buenos Aires, es la propuesta por la Secretaría de Turismo de México (2010). Por lo tanto, de forma sucesiva se desarrollaran los cuatro instrumentos anteriormente explicados: cuestionarios, criterios de evaluación, sistema de medición y mapa de potencialidad.

3.9.1. Cuestionarios

3.9.1.1. Recursos

3.9.1.1.1. Recursos naturales

Tabla 23: Evaluación de los recursos naturales de Bahía Blanca

Recurso	Diagnóstico	Calificación
Flora y fauna	Amplia diversidad de especies de flora y fauna endémicas, conservación de los hábitats y mínima contaminación de suelo y aire.	2
Actividades acuáticas turística diversas	Áreas en estado regular de conservación	1

Reservas naturales	Áreas naturales que conservan sus ecosistemas y hábitats, con amplia diversidad de especies de flora y fauna endémicas, y mínimo o controlado impacto de la actividad del hombre a través de planes de manejo	2
Ríos y arroyos	Con pérdida de caudal y contaminación del agua	1
Termas	Sin pérdida de caudal de aguas termales y mínima contaminación en el entorno natural.	2
Calificación promedio		1,6

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

3.9.1.1.2. Recursos culturales

Tabla 24: Evaluación de los recursos culturales de Bahía Blanca

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Centro histórico	Estado de conservación regular sin atención continua	2
Edificios y monumentos históricos y/o religiosos	Estado de conservación regular sin atención continua	2
Patrimonio ferroviario	Estado de conservación regular sin atención continua	2
Fiestas anuales	Realización de eventos tradicionales y especiales	2
Eventos religiosos	Conservación de eventos religiosos autóctonos	2
Obras de arte	Atención continua a la prevención de daños, restauración y rescate de las obras de arte	2
Centros científicos y técnicos	Apertura y disposición por parte de instituciones para la visita de turistas	2
Complejos industriales	Apertura y disposición de propietarios, así como instalaciones adecuadas para garantizar la seguridad de los visitantes	2
Calificación promedio		2

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

En relación a las puntuaciones de las tablas 24 y 25, se puede concluir que el área de estudio presenta un número mayor de recursos culturales sobre naturales para ofrecer al visitante. Obteniendo ambos resultados de los recursos, naturales y culturales, se obtiene el promedio aritmético de los *Recursos Potencialmente Turísticos* de Bahía Blanca y su área de influencia.

$$RT = (1,6 + 2)/2 = 1,8$$

3.9.1.2. Equipamiento y servicios turísticos

La siguiente evaluación, resume de forma general, los servicios de alojamiento, alimentación y esparcimiento con los que actualmente cuenta Bahía Blanca, sin detallar específicamente cada uno de ellos entre turismo de negocios, cultural, salud y náutico, como lo establece la respectiva metodología.

3.9.1.2.1. Sector alojamiento**Tabla 25: Evaluación del sector alojamiento de Bahía Blanca**

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Hoteles	Disponibilidad y amplia variedad de hoteles	2
Casas y departamentos en alquiler	Disponibilidad permanente de casas y departamentos en alquiler con servicios adecuados	2
Albergues	Disponibilidad de albergue con servicios deficientes	1
Calificación promedio		1,66

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

3.9.1.2.2. Sector alimentación**Tabla 26: Evaluación del sector alimentación de Bahía Blanca**

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Restaurantes	Restaurantes con amplia variedad de alimentos y adecuada higiene	2
Parrillas	Amplia disponibilidad de establecimientos con alta calidad de higiene	2
Restaurantes de comidas típicas	Restaurantes comida típica con amplia variedad de alimentos y adecuada higiene	2
Restaurantes de comidas rápidas	Amplia disponibilidad de establecimientos con atención e higiene adecuadas	2
Envíos a domicilio	Amplia oferta de servicios de envío a domicilio	2
Calificación promedio		2

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

3.9.1.2.3. Sector esparcimiento**Tabla 27: Evaluación del sector esparcimiento de Bahía Blanca**

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Centros comerciales	Amplia disponibilidad y variedad de locales comerciales	2
Cines y teatros	Salas modernas con servicios de calidad	2
Bares y discotecas	Bares y discotecas de calidad para un esparcimiento seguro	2
Clubes deportivos	Clubes deportivos con variedad de actividades con disponibilidad de infraestructura e instalaciones	2
Canchas de golf	Campo profesional con suficiente atractivo para la demanda actual	2
Centros de juego de azar	Centros de juegos de alta confiabilidad y seguridad en el control de acceso	2
Espacios verdes	Amplia oferta de espacios verdes, no contaminados y con buenos servicios	2
Servicios de salud por agua (spa's)	Centros con servicios y técnicas especializadas de valoración de malestares físicos y mentales y con instructores profesionales para la asignación	2

	de tratamientos terapéuticos y de mejoramiento de la salud	
Actividades aéreas	Reducida variedad y deficiencia en las actividades aéreas	1
Actividades acuáticas	Reducida variedad y deficiencia en las actividades acuáticas	1
Eventos recreativos	Amplia y continua programación de eventos, torneos y actividades atractivas	2
Calificación promedio		1,81

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

3.9.1.2.4. Sector otros equipamientos y servicios turísticos

Tabla 28: Evaluación otros equipamientos y servicios turísticos de Bahía Blanca

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Servicios de negocios	Amplia variedad y frecuencia de eventos, servicios profesionales y atención eficiente.	2
Guías especializados	Disponibilidad de guías profesionales	2
Agencias de viajes	Programación de viajes eficiente y profesional	2
Información turística	Disponibilidad eficiente de información turística	2
Calificación promedio		2

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

A partir de lo recabado, se concluye un diagnóstico favorable en relación al equipamiento local. La calificación correspondiente a equipamiento y servicios turísticos se deduce de la media aritmética de los cuatro componentes que lo forman: alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios.

$$EST = (1,66 + 2 + 1,81 + 2) / 4 = 1,87$$

3.9.1.3. Instalaciones y servicios turísticos

Tabla 29: Evaluación de instalaciones de Bahía Blanca

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Museos	Museos grandes y funcionales con mantenimiento continuo	2
Centros Culturales	Amplios centros culturales con gran riqueza de temas históricos y culturales locales.	2
Bibliotecas	Amplia variedad de libros y periódicos con atención de empleados conocedores de los temas	2
Fábricas	Actitud cordial y hospitalaria con los visitantes	2
Instalaciones para actividades deportivas (gimnasios, canchas)	Amplio número de instalaciones para actividades deportivas e instructores	2

deportivas)		
Inmuebles para actividades de salud (masajes, yoga, meditación)	Amplio número de inmuebles e instalaciones especiales	2
Mercados locales	Cambio radical en el tipo de construcciones comerciales con la presencia de las grandes cadenas de comercio de autoservicio.	1
Calificación promedio		1,86

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Bahía Blanca posee excelentes instalaciones para ser utilizados en la prestación de los servicios turísticos, entre ellas, se destaca el ámbito cultural.

El resultado de la calificación de las instalaciones y servicios se resume en la siguiente ecuación:

$$\text{IST} = 1,86$$

3.9.1.4. Infraestructura general y turística

Cabe señalar que la presente sección de evaluación resulta más estricta y penaliza por la ausencia de cada concepto.

3.9.1.4.1. Infraestructura general

Tabla 30: Evaluación de transporte terrestre de Bahía Blanca

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Vías carretera	Utilización de autopistas en las entradas principales y carreteras de calidad y dimensiones, con amplia cobertura.	2
Vías ferrocarril	Vías libres de obstáculos y en uso actual con mantenimiento apropiado	2
Red de calles	Amplia cobertura y existencia de avenidas para el tránsito intenso, así como vías rápidas	2
Terminal ferroviarias	En uso actual con variedad de destinos y servicios adicionales	2
Terminal de ómnibus	Variedad de destinos y categorías de transporte, con atención adecuada y servicios de apoyo al viajero	2
Señalización	Amplia disponibilidad de señalización informativa, preventiva y restrictiva	2
Servicios	Transporte terrestre diverso y diferenciado por categorías de viaje y atención personalizada, existencia de auxilio vial, abasto de combustible, reparaciones, alimentación de calidad, comercios y servicios sanitarios	2
Calificación promedio		2

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Tabla 31: Evaluación de transporte aéreo de Bahía Blanca

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Aeropuertos	Aeropuerto con destinos nacionales	1
Aeródromos	Pequeños con reducidos números de destinos	1
Servicios	Servicios confiables de reparaciones, gran variedad de productos para el comercio, establecimientos de alimentación de distintas categorías y adecuados servicios de sanidad.	2
Calificación promedio		1,33

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Tabla 32: Evaluación de transporte acuático de Bahía Blanca

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Puertos marinos	Movilización de embarcaciones de uso industrial, comercial y turístico	2
Servicios	Servicios de reparaciones y atención mínima a los requerimientos de alimentación y sanidad.	1
Calificación promedio		1,5

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Tabla 33: Evaluación del sector comunicaciones de Bahía Blanca

Componentes	Diagnóstico	Calificación
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, transferencia electrónica de información)	Servicios de distribución y transferencia de información con amplio acceso a las redes internacionales	2
Calificación promedio		2

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Tabla 34: Evaluación del sector salud de Bahía Blanca

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Hospitales y clínicas	Hospitales públicos y clínicas privadas con atención médica de consultas y hospitalización	2
Servicios (médicos, paramédicos, ambulatorios)	Amplia gama de servicios de alta calidad	2
Calificación promedio		2

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Tabla 35: Evaluación del sector servicios urbanos de Bahía Blanca

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Servicio de	Amplia cobertura en las redes de distribución de	2

agua	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
Calificación promedio		1,66

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Tabla 36: Evaluación del sector energía de Bahía Blanca

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Red eléctrica (suministro doméstico, alumbrado público)	Abastecimiento oportuno y confiable de energía eléctrica	2
Abastecimiento de combustible (estación de servicio y/o gas)	Suficiente abastecimiento de estaciones de servicio y gas en la región	2
Calificación promedio		2

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

En relación a la infraestructura general, el transporte terrestre se identifica a través de las rutas antes mencionadas, con diagnóstico adecuado a partir del buen estado y mantenimiento, calidad en los servicios y señalización y terminal de ómnibus con gran variedad de destinos. Lo que respecta a ferrocarril, presenta oferta de cargas y de traslado de pasajeros, aunque en menor cantidad de destinos que hace tiempo atrás.

El transporte aéreo se diagnostica positivamente, si bien sólo se registran vuelos a destinos nacionales.

En cuanto a los servicios de comunicaciones, energía, salud y urbanos, las ponderaciones obtenidas resultan buenas, por lo que se cuenta con suficiente y eficiente abastecimiento.

El resultado de la calificación de la infraestructura general y servicios se deduce del promedio de las variables analizadas y se resume en la siguiente ecuación:

$$\text{IGS} = (2 + 1,33 + 1,5 + 2 + 2 + 1,66 + 2) / 7 = 1,78$$

3.9.1.4.2. Infraestructura turística y servicios

Tabla 37: Evaluación de infraestructura turística de transporte terrestre de Bahía Blanca

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Accesos especiales a destinos	Carreteras de calidad para arribar a los destinos turísticos	2
Acceso y espacios de paradores turísticos	Falta de paradores turísticos	0
Señalización	Insuficiente señalización	1

turística		
Módulos de información turística	Disponibilidad de módulos de información turística en cantidad suficiente	2
Calificación promedio		1,25

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Tabla 38: Evaluación de infraestructura turística de transporte aéreo de Bahía Blanca

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Servicios especiales	Atención profesional y eficientes servicios	2
Calificación promedio		2

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Tabla 39: Evaluación de infraestructura turística de transporte acuático de Bahía Blanca

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Servicios especiales	Deficientes servicios de transporte acuático	1
Calificación promedio		1

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Por su parte, la infraestructura específica relacionada a la actividad turística, arroja un promedio menor, debido a la deficiencia en los servicios acuáticos especiales para la misma, siendo el transporte terrestre y el aéreo los criterios diagnosticados.

Para obtener el valor definitivo, se recuerdan las calificaciones de cada infraestructura y se realiza el siguiente cálculo:

$$IT = (1,25 + 2 + 1) / 3 = 1,42$$

Se detecta que prevalece en este sentido, la infraestructura general sobre la específica para la actividad turística.

Finalmente, como promedio de ambas, tanto infraestructura general como específica a la actividad turística, la puntuación resulta de la siguiente manera:

$$IS = (1,78 + 1,42) / 2 = 1,6$$

3.9.1.5. Mercado turístico

La presente sección ha sido evaluada de forma sesgada, debido a que los datos proporcionados por la Dirección de Turismo local, han recabado los datos correspondientes exclusivamente de los turistas que se acercaron a los puestos turísticos a solicitar información. Por lo tanto, no se posee una estimación exhaustiva de la cantidad de personas que han arribado a la ciudad.

Tabla 40: Evaluación de la demanda turística de Bahía Blanca

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Afluencia turística actual		
Turistas locales	Visitas ocasionales y/o de paso por encontrarse en la trayectoria hacia otros destinos	1

Turistas nacionales	Visitas ocasionales y/o de paso por encontrarse en la trayectoria hacia otros destinos	1
Turistas internacionales	Visitas ocasionales y/o de paso por encontrarse en la trayectoria hacia otros destinos	1
Estadía promedio		
Turistas locales	Estadía mayor a dos noches	2
Turistas nacionales	Estadía mayor a dos noches	2
Turistas internacionales	Estadía mayor a dos noches	2
Gasto promedio		
Turistas locales	Mayor de \$500 por persona	2
Turistas nacionales	Mayor de \$500 por persona	2
Turistas internacionales	Mayor de \$500 por persona	2
Calificación promedio		1,66
Publicidad y comercialización		
Organismo promotor	Organismo regional	1
Publicidad regional	Publicidad regional compartida y ocasional	1
Publicidad nacional	Publicidad compartida y ocasional a nivel nacional	1
Publicidad internacional	Ausencia de publicidad internacional	0
Comercialización	Comercialización incluida en otros destinos	1
Calificación promedio		0,8

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

El mercado turístico actual de Bahía Blanca, tal como se expresa en párrafos anteriores, es predominado por turistas que se encuentran de paso, debido a su trayectoria hacia otros destinos turísticos, consolidando la ciudad como centro de escala. Sin embargo, lo mencionado está cambiando gracias a la posición que se encuentra desarrollando la localidad como centro de congresos y convenciones. De esta manera, se cuenta con turistas tanto regionales, nacionales como internacionales, las visitas son ocasionales como específicas, y la estadía promedio se compone entre dos o tres noches. Por su parte, el gasto promedio oscila entre los \$1000 y \$2000 aproximadamente, variando además si se trata de visitantes nacionales o internacionales.

La difusión de la ciudad se realiza a través de folletería y la página web del municipio donde se presentan las distintas opciones de alojamiento, gastronomía, eventos, ofertas turísticas, como también los distintos servicios disponibles. En este sentido, la folletería entregada es completa, y se encuentra disponible en las respectivas oficinas de informes turísticos. Además, los distintos eventos programados son difundidos por las diversas redes sociales y medios de comunicación locales.

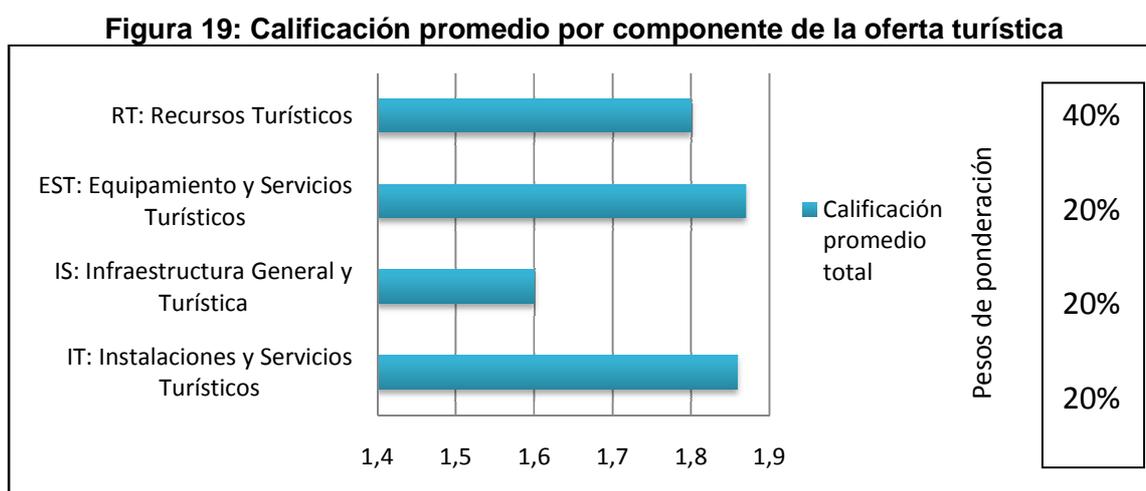
Por lo expuesto la calificación promedio de la demanda turística es el resultante de la siguiente ecuación:

$$D = (1,66 + 0,8) / 2 = 1,23$$

3.9.2. Índice de potencialidad turística de Bahía Blanca

3.9.2.1. Calificación ponderada total de la oferta turística

En el siguiente gráfico se especifican las calificaciones promedio de los componentes de la oferta turística, según los datos obtenidos en los cuestionarios elaborados anteriormente y se recuerdan los pesos de ponderación que establece la metodología utilizada.



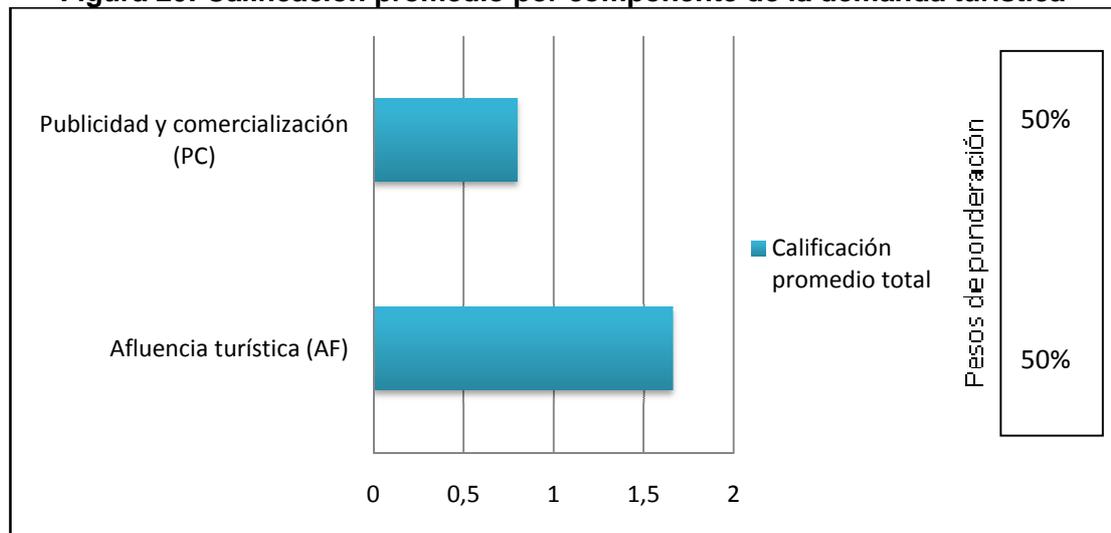
Fuente: Gambarota, D. (2019).

De forma posterior se realiza la ecuación que determina el valor del índice final de potencialidad de la oferta turística de Bahía Blanca, tomando los promedios obtenidos de cada componente y sus respectivos pesos de ponderación:

$$\begin{aligned}
 O &= (0,4 \text{ RT}) + (0,2 \text{ EST}) + (0,2 \text{ IST}) + (0,2 \text{ IS}) \\
 O &= (0,4 \times 1,8) + (0,2 \times 1,87) + (0,2 \times 1,86) + (0,2 \times 1,6) \\
 O &= 1,79
 \end{aligned}$$

3.9.2.2. Calificación ponderada total de la demanda turística

De igual manera, en la siguiente figura, se detallan los resultados de las calificaciones promedios referentes a la demanda turística.

Figura 20: Calificación promedio por componente de la demanda turística

Fuente: Gambarota, D. (2019).

Según la metodología propuesta se toma los promedios obtenidos de cada componente de la demanda, para realizar el cálculo final alcanzando así el índice que calificará la demanda de la localidad.

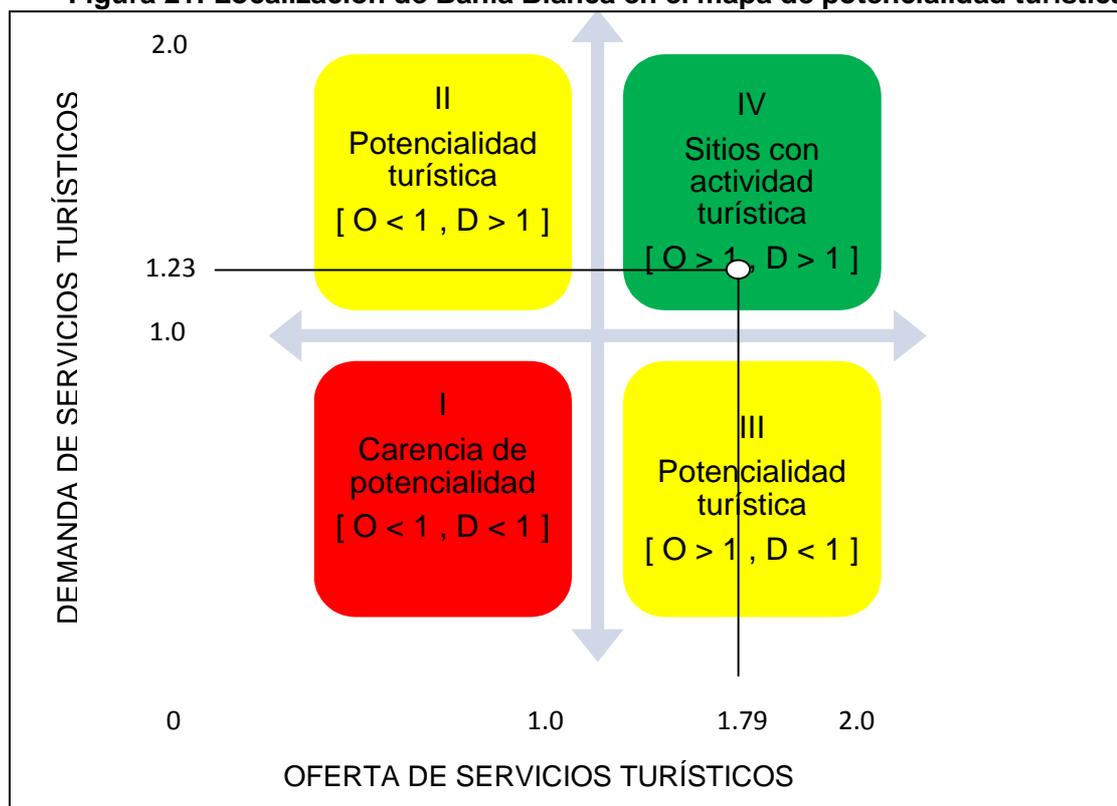
$$D = (AF + PC) / 2$$

$$D = (1,66 + 0,8) / 2$$

$$D = 1,23$$

3.9.3. Localización de Bahía Blanca en el mapa de potencialidad turística

Las coordenadas obtenidas del Índice de Potencialidad Turística y su área de influencia corresponden a un valor de oferta mayor a uno (1,79) y un valor de demanda mayor a uno (1,23), ubicándose así en el cuadrante VI del mapa de potencialidad turística (Figura 21). Esto significa que Bahía Blanca actualmente se encuentra desarrollando la actividad turística.

Figura 21: Localización de Bahía Blanca en el mapa de potencialidad turística

Fuente: Gambarota, D. (2019).

3.10. Diagnóstico

A partir de la información recopilada en el trabajo de campo, así como de su posterior análisis y evaluación a través de la metodología implementada, se destacan las siguientes observaciones:

Bahía Blanca como ciudad intermedia puede desempeñar un papel importante en la organización y desarrollo de las actividades regionales; específicamente reúne condiciones para un buen desempeño, dado que tiene capacidad para atraer actividades competitivas, como lo son las turísticas.

Es un centro regional relevante en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires por sus actividades portuarias, industriales y de servicios, en especial en lo que respecta a la oferta educativa y de salud, de alta calidad y nivel de excelencia.

Como resultado de la evaluación de potencialidad turística realizada, la ciudad posee condiciones para el desarrollo del turismo, siendo una incipiente actividad en la misma. La diversidad de actividades, atractivos naturales y especialmente culturales con los que cuenta, sumado a los potenciales factibles de convertirse en atractivos turísticos, tal como lo es el termal y al desenvolvimiento del turismo de Congresos y Convenciones, podrían propiciar un mayor impulso al turismo local.

La infraestructura general y turística es buena, siendo la infraestructura turística la que debería mejorarse en lo referido al transporte terrestre y acuático.

Por otra parte, no existe una imagen de marca de la localidad a través de un producto que identifique a la misma en la correspondiente comercialización.

Si bien en la ciudad se está desarrollando la actividad turística, sigue actuando como centro de escala hacia destinos regionales y/o hacia el sur del país. La información que respecto al perfil del visitante reúne el municipio resulta incompleta, debido a que solamente encuesta a las personas que se acercan a las oficinas de informes turísticos.

3.10.1. Análisis FODA

Entre las *fortalezas* se reconocen las siguientes:

- Ciudad con una población estimada de 300.000 habitantes, bien posicionada en la región sudoeste de la provincia de Buenos Aires gracias a la diversidad de servicios, su localización estratégica, siendo un nodo comunicacional, convirtiéndola en centro de escala y de distribución,
- Radicación del primer Puerto Autónomo de aguas profundas del país, permitiendo a futuro y con instalación de infraestructura acorde, el amarre de cruceros,
- Sede de empresas multinacionales,
- Oferta Hotelera estimada (2200 plazas) y servicios de gastronomía de variedad y calidad (más de 4.500 cubiertos),
- Posicionamiento de la ciudad a nivel regional como centro de compras y recreación,
- Oferta cultural caracterizada por su diversidad, variedad y alta calidad como así también emprendimientos privados de jerarquía,
- Paseos públicos a cielo abierto permiten el disfrute del tiempo de ocio en el microcentro,
- Centros comerciales de importancia a nivel regional,
- Existencia de más de 60 clubes deportivos, organizadores de encuentros de diversas disciplinas,
- Posicionamiento de la ciudad como sede de turismo de reuniones con disponibilidad de salas adaptadas para la realización de eventos,
- Realización de fiestas y ferias especiales como: Fiesta Nacional del Camarón y Langostino, FISA (Feria de la Producción Comercio y la Industria del Sur Argentino), Fiesta de las Colectividades, Exposición Rural Villa Bordeu, entre otras,
- Más de 180 sedes radicadas en la ciudad de colegios profesionales, Cámaras, Instituciones y Asociaciones, de diferente índole,
- Sede de dos Universidades Nacionales, una Universidad Provincial, una universidad privada, Institutos terciarios con carreras afines a la actividad turística,
- Existencia de atractivos y recursos potenciales capaces de atraer visitantes y posicionar a la ciudad de Bahía Blanca como destino en la región.

Debilidades:

- Escasa conciencia turística de la comunidad,
- Falta de mayor impulso en lo que respecta el transporte aéreo y acuático,
- Ausencia de apoyo monetario por parte del estado a emprendimientos de índole turístico,
- Escasa promoción turística comercial,
- Inexistencia de una imagen de marca turística local relevante,
- Registro parcial de arribo de turistas a la ciudad.

Oportunidades:

- Auge del turismo a nivel mundial, destacándose destinos y/o productos alternativos,
- Posibilidad de articulación con otros destinos turísticos de la región,

Amenazas:

- Competencia con otros destinos cercanos turísticamente consolidados,
- Aumento de las exigencias de calidad y variedad de los servicios turísticos,
- Ausencia de apoyo económico a nivel estatal,
- Profundización de la crisis económica.

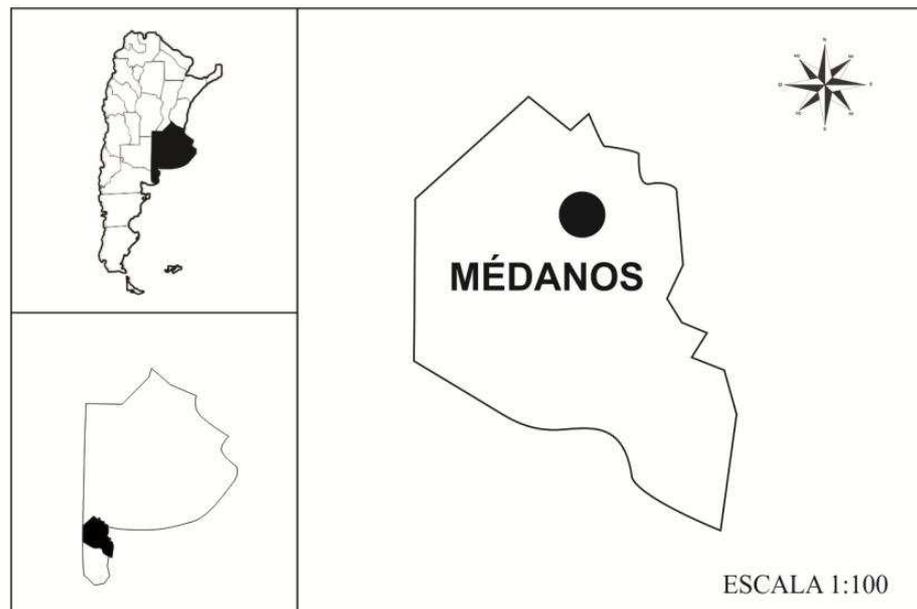
CAPÍTULO IV

“Médanos: capital Nacional del Ajo”

4.1. Localización

Médanos es la localidad cabecera del partido de Villarino y se encuentra situada en el Sudoeste de la provincia de Buenos Aires a los 38° 49' Latitud Sur y 62° 41' Longitud Oeste. Se encuentra ubicada en extremo sudoeste de la provincia de Buenos Aires, a 45 km de la ciudad de Bahía Blanca. Se accede por ruta nacional N°3 sur y ruta 22. Según el último censo realizado, cuenta con 5.245 habitantes (INDEC, 2010).

Figura 22: Ubicación geográfica de la ciudad de Médanos



Fuente: Fichman, M. (2013).

4.2. Características geoambientales

4.2.1. Aspectos geológicos

Una amplia depresión se encuentra en la zona de Médanos, la cual muestra una génesis diferente a otras de la zona, en las cuales se evidencia una historia sumamente compleja, con la intervención de acciones fluviales, marinas, tectónicas y eólicas; se presenta como parte de un gran lineamiento de carácter regional y en su nivel de superficie mínimo, llega a cotas negativas con respecto al nivel del mar. Esta depresión sirve de apoyo para el desarrollo de cordones medanosos pronunciados con orientación E-O y que dinamizan el paisaje. Isla (2002) (en Spaletti e Isla 2003) propuso la designación formal de “*Arenas Médanos*” a las acumulaciones eólicas que se extienden en el partido homónimo.

Las características topográficas son en su mayoría la de una llanura, apenas quebrada por una cadena de médanos de formación arenosa.

Desde el punto de vista fisiográfico, Médanos se localiza dentro del área de secano de Villarino que se encuentra surcada por dos cadenas medanosas que van en dirección NO-SE y E-O, las cuales presentan cierto grado de actividad en su trayectoria y posee grandes áreas planas cultivables.

4.2.2. Hidrografía

La localidad no posee ningún cauce de agua dentro de sus dominios. Se pueden mencionar como recurso hídrico cercano ubicado a 45 km de la ciudad de Médanos la laguna Chasicó la cual posee una extensión de 11.000 hectáreas y constituye una Reserva Provincial de objetivos mixtos.

4.2.3. Clima

Desde el punto de vista climático es una zona semiárida. Situada al final de la llamada Diagonal Árida Sudamericana que se extiende desde Ecuador hasta la costa Atlántica de la Patagonia y caracterizada por una precipitación anual menor de 500 mm.

De acuerdo a Bonorino (1976) para la zona de Médanos, la variación climática estacional presenta una estación fría (invierno) y una cálida (verano), y dos estaciones de transición (primavera y otoño). Considerando los datos históricos del periodo 1921-1950, se registraron una temperatura anual media de 14,2° C, un valor máximo medio de 22,5° C para el mes de Enero y un valor mínimo medio de 7° C, para Julio.

4.2.4. Flora y fauna

Desde el punto de vista fitogeográfico, la vegetación característica del área de estudio pertenece a la Provincia del Espinal Distrito del Caldén en Villarino, la misma es de tipo arbustiva y de estepa herbácea con predominio de gramíneas bajas (pastizales). Esta vegetación arbustiva se caracteriza por la dominancia de zigofiláceas, especialmente del género *Larrea* asociadas con *Prosopis* arbustivas (Cabrera, 1951), con numerosas especies dominantes que se combinan en forma diversa a lo largo de una extensa área. Parodi (1945), lo define como Bosque xerófilo.

Fisonómicamente se trata de un matorral más o menos denso con arbustos que alcanzan los 1,5 a 3 metros de altura, entre los cuales se desarrolla una estepa herbácea de escasa cobertura con predominio de gramíneas bajas. (Lamberto, 1987).

Las especies leñosas más encontradas son: *Larrea divaricata* "jarilla", cuya distribución es bastante uniforme prefiriendo los suelos de textura suelta; *Geoffroea decorticans* "chañar", estos forman isletas a veces muy cerradas; *Condalia microphylla* "piquillín", es abundante en el sur de la región y más escaso al norte; *Prosopis alata* "alpataco", es un arbusto con poco desarrollo aéreo pero tiene un gran sistema radicular que dificulta su extracción; *Lycium chilense* "piquillín de víbora", que es muy comido y masticado por el ganado; hay algunas otras formas arbustivas compuesta por el *Prosopis caldenia* "caldén" y *Prosopis flexuosa* "algarrobo". El estrato herbáceo es predominantemente graminoso y las especies más comunes son: *Bromus brevis* "cebadilla pampeana"; *Stipatenuis* "flechilla fina"; *Stipa clarazii* "flechilla grande"; *Piptochaetium napostaense* "flechilla negra"; *Poa lanuginosa* "pasto hilo", todas son muy buenas forrajeras naturales. También se encuentran *Stipa ambigua* "paja vizcachera"; *Stipatenuissima* y *Stipatrichotoma* "pasto puna", que son pastos duros sin valor forrajero y son poco preferidos por el ganado para su alimentación. Además es frecuente encontrar dicotiledóneas como *Medicago minima* "trébol carretilla"; *Erodium cicutarium* "alfilerillo"; *Plantago patagónica* "peludilla"; *Baccharis sulcata* "yerba de la oveja"; *Solanum elaeagnifolium* "revienta caballos"; *Baccharis gilliesii* "seca tierra", entre otras. Con esta cobertura herbácea se puede llegar a tener una receptividad ganadera en el verano de 0,05 a 0,1 cabeza/ha. (Giorgetti, 1995). En las regiones medanosas la vegetación es de tipo psamófilas, encontrando: *Sporobolus rigens* "junquillo"; *Hyalis argentea* "olivillo"; *Panicum murvilleanum* "tupe"; *Elyonurus muticus* "pasto amargo"; *Telesperma megapotamicum* "té pampa"; etc.

La fauna es muy variada y rica en especie apetecible para los cazadores de caza deportiva y caza mayor, contando con perdices, copetonas coloradas, liebre europea, zorros, guanacos, jabalíes, gatos de los pajonales y monteses, pumas americanos, etc.

4.3. Aspectos históricos

Entre los años 1400 y 1700 los puelches guenaken o patagones del norte deambulaban por el territorio en busca de sal, atravesándolo como vía entre las Salinas Chicas y sus asentamientos.

En el siglo XVII, se comenzó a producir un proceso de transculturación, cuando los araucanos, provenientes del sur de Chile adoptaron la cultura del caballo y llegaron hasta esta región haciendo desaparecer paulatinamente a los nativos, reemplazándolos por los mapuches.

Recién en el año 1886 por ley 1827, se fundó el partido de Villarino, nombre puesto en honor al capitán y piloto de la Real Armada Española. Se dividió en 17 cuarteles siendo el número 7 donde posteriormente se daría origen a la localidad.

El señor Tomás Ronaldson adquirió en subasta nacional una parcela ubicada en el cuartel 7, para financiar la empresa conquistadora del General Julio Argentino Roca. Las tierras fueron mensuradas en el año 1887 y de las 10.000 hectáreas, 5.000 le correspondían al señor Sherriff.

El 13 de abril de 1897 se establece como la fecha de su fundación debido a que se habilita la sección del ferrocarril en el cuartel 7 que por su toponimia denominaron "Estación Médanos". Tal como lo menciona Valdman (citado en Ciarnello, 2017) *"el plano ocupaba una superficie total de 5.014 hectáreas distribuidas de la siguiente manera: 35 charcas, 118 quintas, 50 manzanas, cementerio, estación del ferrocarril y zona de vías y calles"* (2017:78). A partir de 1900 se comenzaron a subastar los lotes, chacras y quintas y en 1901 se comenzaron a escriturar los mismos.

Oficializado el trazado por el poder ejecutivo en 1905, se solicitó que se declare a Médanos, cabecera del partido de Villarino, sede provisoria desde 1903 de las autoridades municipales que logró recién en el año 1910. De esta manera la localidad continuaba ascendiendo de cuartel a estación, de estación a colonia, de colonia a pueblo y de pueblo a cabecera de partido; todo ello en menos de 30 años de historia.

4.4. Dimensión económica

Médanos se consolidó merced a la producción agrícola, ganadera y hortícola. Actualmente es considerada la "Capital Nacional del Ajo" y, en la última década, ha comenzado a producir vinos de alta gama dado a que este terroir cultivado al este de las regiones vitivinícolas tradicionales, posee grandes aptitudes para el cultivo de la vid, especialmente malbec, cabernet sauvignon, tannat, sauvignon blanc y chardonnay.

Al encontrarse ubicado a 39° de latitud sur, es uno de los lugares de producción de vid con más tiempo de exposición solar en el hemisferio sur. Esta característica hace que el proceso de fotosíntesis sea más extenso.

La industria salinera tiene una excelente localización geográfica desde el punto de vista económico dado por la cercanía de la laguna-salina a la ruta nacional N° 22. Los establecimientos dedicados a la extracción de sal son dos donde se cosechan anualmente 300.000 toneladas. Este producto es comercializado fundamentalmente en el mercado interno como sal de mesa o utilizado por otras industrias, como por ejemplo el Polo Petroquímico de Bahía Blanca. En cercanías de Médanos, se encuentran dos industrias dedicadas al refinamiento y envasado de la sal. Una de ellas es la Salina La Aurora ubicada en el km 785,5 de la ruta nacional N° 22, distante a 15 km de la ciudad.

El sector Industrial Planificado oficialmente reconocido cuenta con una superficie de 109.523 m², además de todos los servicios necesarios para la radicación de industrias. Ubicado a la vera de la ruta nacional N° 22. Cobran importancia las pequeñas metalúrgicas dedicadas a la fabricación de máquinas

para los sectores hortícola y agropecuario, galpones de empaque de ajo y cebolla, fábrica de pre-moldeados.

Otra de las actividades que tiene un buen presente y mejor futuro es la apicultura, la cual actualmente cuenta con entre 25.000 y 30.000 colmenas, con una producción de miel aproximada de 1.200.000 kg anuales.

4.5. Dimensión social

Entre los años 1908 y 1914 la población se incrementó un 300%, pasando a duplicar la extranjera en un 50% a la nativa; predominaron los españoles, los italianos y en tercer lugar los “rusos”. Todo este proceso coincidió con la división en parcelas más pequeñas, las grandes extensiones de terreno.

En la actualidad, si bien es la ciudad cabecera del partido, la población estable asciende a 5.245 habitantes (INDEC, 2010) valor menor respecto de otras localidades del partido de Villarino.

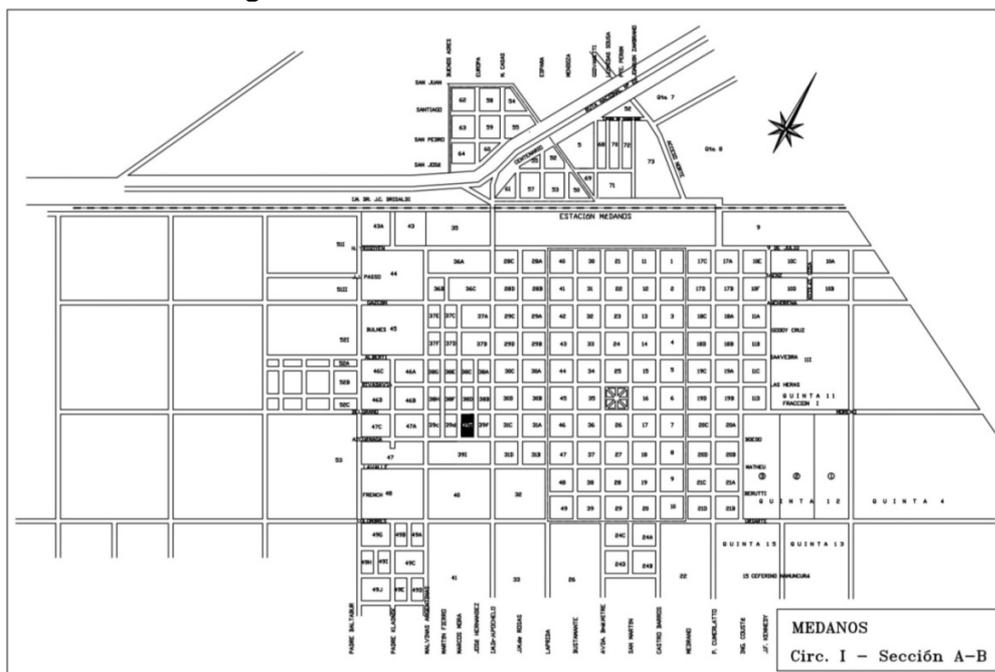
Los inmigrantes se integraron con los nativos de dos maneras, la primera denominada “meeting pool” o crisol de razas, dado que la sociedad receptora estaba bien definida, era nativa y las pautas matrimoniales observadas hablaban de la fusión de culturas entre diferentes nacionalidades que eran minoritarias.

En una segunda etapa, se modifica el modelo mencionado en el párrafo anterior, hacia uno de pluralismo cultural, dado que se observan matrimonios endogrupales por nacionalidad (italianos y españoles) o religión (judíos).

4.6. Dimensión urbana

El trazado del plano de la localidad de Médanos se corresponde con el damero y en la actualidad se observa un crecimiento urbano hacia la periferia de la ciudad.

Figura 23: Plano de la ciudad de Médanos



Fuente: Municipalidad de Villarino (2019).

4.7. Oferta turística

4.7.1. Recursos y atractivos

Desde la Municipalidad de Villarino se está implementando el programa “*Conocé Villarino*” en el cual se contempla el recorrido por las localidades que integran el distrito a través de visitas guiadas y circuitos programados, previa coordinación con el guía. Está dirigido a instituciones educativas, centros de jubilados y centros de desarrollo infantil, el programa tiene como objetivo fortalecer el conocimiento y el arraigo con su tierra, con Villarino. En la localidad de Médanos se ofrece la realización de las siguientes visitas guiadas:

“*Villarino, el Municipio*”:

En este caso se toma como punto de partida el Palacio Municipal, con el objetivo de dar a conocer el Municipio, su historia y el desempeño de cada una de las áreas, como así también el Honorable Concejo Deliberante.

“*Unirnos en las religiones*”:

Visita por el Monumento Histórico Provincial la Sinagoga. Contempla una hora y media, donde se dará a conocer la cultura, creencias y costumbres de la religión judía.

“*Villarino, tierra de vinos*”:

Otra opción con la que cuentan los visitantes es la Bodega y Viñedos Alto Patagonia, donde se realizará un recorrido por todo el circuito de la uva, desde las plantaciones hasta el proceso final, para concluir con una degustación en el caso de los adultos.

“*Termas de Médanos*”:

Otra de las opciones es la de conocer las Termas de Médanos, disfrutar de sus instalaciones haciendo una breve reseña histórica y actividades recreativas en el caso de que los visitantes sean alumnos.

En el caso del grupo de jubilados podrán disfrutar de un día entero en las diferentes piletas termales.

Opcionales:

Como visita opcional se ofrece la visita al Monumento de Caídos en Malvinas y recorrido por las instalaciones de la Sociedad Italiana de Médanos.

4.7.1.1. Recurso termal

Emplazada sobre la Cuenca Hidrotermal Profunda denominada Bahía Blanca o Napa del norte, la localidad de Médanos posee una perforación con afluentes termales que data de 1956 (Bonorino, 1988).

4.7.1.1.1. Termas de Médanos

Las termas de Médanos se encuentran localizadas en el km. 737,5 de la ruta nacional N° 22, frente al camino vecinal que conduce a la laguna Chasicó, a 5 km de Médanos y a 46 km. de Bahía Blanca.

En la siguiente figura se puede observar una imagen satelital del mencionado centro.

Figura 24: Vista satelital del Complejo Termas de Médanos

Fuente: Gambarota, D. (2019). Imagen Google Earth.

La Dirección Nacional Geológica y Minera realiza en el año 1956 los estudios hidrogeológicos para posteriormente realizar la perforación de un pozo que llevaría a cabo Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF) con el objetivo de encontrar agua para los motores del gasoducto que llevaría gas a Buenos Aires. La perforación fue realizada en tierras fiscales bajo el dominio de la empresa estatal Gas del Estado creada en 1946, quien construiría el primer tramo del gasoducto Neuquén-Bahía Blanca en 1970. En diciembre de 1992, a través del Decreto 2459/92 el dominio del gasoducto pasaría a manos de la empresa Transportadora Gas del Sur (TGS) una de las once sociedades privadas que tomó el lugar de la desaparecida empresa estatal cuando fue privatizada. (TGS, 2019). De igual manera, las tierras donde se encuentra el pozo surgente, pasaron a manos privadas cuando en el mes de agosto de 1994 las adquiere el señor Jorge Simoni quien en octubre de 2009, inaugura el complejo termal Country los Médanos, hoy denominado Termas de Médanos.

Del pozo surgente N° 31 (Bonorino, 1988) de 1.174 metros de profundidad, emana agua a 73,5° C de temperatura, con un caudal de 80 mil litros por hora (80 m³/h), aunque según los estudios realizados por el mencionado autor, este pozo habría tenido un caudal de 131 m³/h en el año 1959. González Uriarte sostiene que: “*se desconoce su dinámica y volumen efectivo, por lo que una explotación indiscriminada, sin mayores estudios previos, podría llevar a su agotamiento*” (2010:117).

Las aguas de este surgente se encuentran entre las más salinizadas, sus niveles de Cl y Na son unos de los más elevados luego de las de Pedro Luro y Villalonga. Entre los minerales presentes se destacan los mencionados a continuación:

Cloruros: 1150 mg/l

Sulfatos: 225 mg/l

Calcio: 8 mg/l
Nitratos: 2 mg/l
Nitritos: 0,01 mg/l
Armonio: 0,01 mg/l
Fluoruros: 4,5 mg/l
Sodio: 975 mg/l
Magnesio: 5 mg/l

A través de la balneoterapia se hace uso de estas aguas las cuales por ser sulfatadas, sódicas y alcalinas, son altamente recomendadas para diversos tratamientos reumatológicos (artritis, artrosis, osteoporosis, neuralgias y lesiones), respiratorios (faringitis, sinusitis, asma bronquial, bronquitis crónica), dermatológicos y circulatorios.

El complejo se encuentra abierto de jueves a domingos y feriados desde las 10 a las 20 hs. Esto se debe a que las piletas son vaciadas totalmente y vueltas a llenar a fin de minimizar el uso de químicos en el agua, exceptuando la que se encuentra a la intemperie que es habilitada en la época estival.

Figura 25: Folleto promocional de las Termas de Médanos



The image shows a promotional flyer for Termas de Médanos. At the top, there is a circular logo with a stylized wave. Below the logo, the text reads 'Termas de Médanos' in a large, bold font, followed by the tagline 'La naturaleza a su alcance' in a smaller, italicized font. The central part of the flyer features a photograph of an outdoor swimming pool area with several people swimming and a building in the background. Below the photo, there is a list of amenities and services. At the bottom, there is contact information including opening hours, location, and website.

Termas de Médanos
La naturaleza a su alcance

- Complejo de 10 Has totalmente forestadas;
- Spa, Masoterapia, Relax;
- 6 Piletas termales cubiertas (sistema de aguas subterráneas que brotan desde los 1174 mts a 74º, plena de minerales);
- Salón de fiestas y convenciones;
- Restaurante, Casa de Te y Regionales;
- Lago termal, animales silvestres, peces tropicales, paseos en kayak;
- Camping y fogones.

Abierto de Jueves a Domingos de 10 a 20 hs. (feriados consultar).
Ruta Nacional 22 km 737,5 (frente entrada camino a Lago Chasicó) (8132) Médanos - Villarino - Bs As - Argentina a 5 km de Médanos y 46 de Bahía Blanca.
Tel. 0291-155710284 info@termasmedanos.com.ar www.termasmedanos.com.ar

Fuente: Gambarota, D. (2019).

Foto 1: Ingreso al Complejo Temas de Médanos



Fuente: Gambarota, D. (2019).

Localizado en un predio de 18 hectáreas, posee un sector para acampe y localización de casillas rodantes, así como fogones y baños para ambos sexos.

Foto 2: Sector de camping y fogones



Fuente: Gambarota, D. (2019).

Cuenta con siete piletas en total, seis de ellas se ubican dentro del edificio central totalmente cubierto, las mismas son de diversas formas divididas por pasarelas, con temperaturas que van desde los 30 a los 39° C en la estación cálida y aumentando tres grados su temperatura en la estación fría.

Foto 3: Piletas interiores

Fuente: Gambarota, D. (2019).

En el hall de entrada a las piletas se encuentran los vestidores de damas y caballeros, al igual que sanitarios para ambos sexos y una sala comedor con bancos y mesas. Se presta servicio de alquiler de mallas, batas y toallas.

El complejo posee además un amplio spa en el que están dispuestos cuatro saunas, dos salas de relax y seis salas de masajes en las cuales se ofrecen tratamientos corporales y faciales, variedad de masajes (descontracturantes, relajantes, piedras calientes, piernas cansadas, reflexología) y aparatología como cavitador ultrasónico, cabina de ozono, camas bronceadoras, ondas rusas entre otros. A los mencionados servicios hay que agregarles tratamientos de belleza tales como limpieza de cutis, masoterapia y depilación, entre otros, brindados por profesionales capacitados.

Anexo a las actividades del spa, se encuentra un gimnasio de pequeñas dimensiones con caminadores, bancos de ejercicios multifunción, bicicletas y plataformas vibratorias.

La pileta que se localiza al aire libre, es de grandes dimensiones y se encuentra rodeada de tamariscos. Ofrece una opción diferente al momento de tomar los baños termales, ya que la misma es de uso recreativo y, por lo tanto, se permiten las actividades lúdicas. En el centro de la misma y a modo de isla, se encuentra un snack bar y al igual que en las piletas cubiertas, también hay personal de seguridad.

Foto 4: Pileta exterior



Fuente: Gambarota, D. (2019).

En el predio existe un lago artificial de aproximadamente cinco hectáreas alimentado por el agua del surgente en el cual puede realizarse kayakismo. Se encuentra rodeado de una arboleda de eucaliptus y en su interior posee una isla a la cual se accede a través de dos puentes. Este predio es el hábitat de una variedad de animales silvestres y domésticos, entre ellos, llamas, ñandúes, garzas, nutrias, loros, patos, gansos y peces como las Tilapias del Nilo.

Foto 5: Lago artificial termal



Fuente: Gambarota, D. (2019).

Actualmente no brinda servicio de alojamiento y se encuentra en construcción un sector de jacuzzis ubicado frente al sector de las piletas internas a fin de brindar un espacio pasivo para los visitantes que se acercan al complejo en busca de relajación y tranquilidad.

4.7.1.2. Atractivos

Seguidamente se presenta el inventario de los atractivos identificados en la localidad, los cuales se han detallado en las fichas de relevamiento, correspondientes al anexo II.

Tabla 41: Atractivos identificados en la ciudad de Médanos

Atractivos	
Naturales	- Termas de Médanos - Salina La Aurora SAIC
Culturales	- Iglesia Sagrado Corazón de Jesús - Plaza Independencia - Palacio Municipal - Estación del ferrocarril - Sociedad Italiana de Socorros Mutuos - Sociedad Española - Biblioteca Pública Bartolomé Mitre - Cementerio israelita - Ex centro juventud unida israelita - La Sinagoga - Panadería La Estrella - AlEste bodega y viñedos - Centro Municipal de deportes - Club de Caza y Pesca Huracán Médanos - Club 12 de octubre
	Acontecimientos programados
	- Fiesta Nacional del Ajo

Fuente: Gambarota, D. (2019).

4.7.2. Equipamiento

4.7.2.1. Alojamiento

En la localidad de Médanos se han podido relevar la existencia de alojamiento tanto hotelero como para-hotelero. Puede mencionarse la existencia de cuatro hoteles y un camping, perteneciente al complejo Termas de Médanos. A continuación se presenta una breve descripción de los mismos.

Hotel El Remanso: ofrece 30 plazas distribuidas en cómodas habitaciones familiares, se localiza sobre la ruta nacional n° 22 a 40 km. de la ciudad de Bahía Blanca. Entre los servicios que ofrece el hotel pueden mencionarse los siguientes: TV por cable, Wifi, aire acondicionado, piscina, parque con juegos infantiles, cancha de fútbol, restaurante, estacionamiento, 4 hectáreas de contacto con la naturaleza.

Parador Don Rafael: posee 23 plazas en habitaciones con baño privado, TV (satelital), aire acondicionado, calefacción central e internet Wifi. También ofrecen una habitación apta para personas con dificultades motoras y desayuno incluido con la estadía.

Parador La Merced: brinda habitaciones con baño privado, con un total de 154 plazas, Wifi, aire acondicionado, estacionamiento sin cargo próximo a su habitación, desayuno continental incluido en la estadía, restaurante, espacios verdes y juegos para niños al aire libre.

Hotel Comercio: es un emprendimiento familiar que data de 1907, ofrece 33 plazas de alojamiento distribuidas en habitaciones con baño privado, restaurant, cocheras cubiertas, Wifi.

Camping Termas de Médanos: es una opción para aquellos que desean pasar la noche en carpa o en casilla rodante, es un espacio de 12.000 m² rodeado por una arboleda de eucaliptus. Se encuentran fogones con parillas, mesas y bancos, sanitarios y duchas con agua caliente proveniente del surgente.

Tabla 42: Establecimientos hoteleros y para-hoteleros de Médanos

Establecimiento	Dirección	Teléfono
Hoteles		
Parador La Merced	Ruta Nacional N° 3 Km 711	
Hotel Comercio	Mitre y 9 de Julio	(02927) 432207
Hotel El Remanso	Ruta Nacional N° 22 Km 734	(02927) 432868
Parador Don Rafael	Ruta Nacional N° 22 Km 732,5	(291) 4756854
Camping		
Camping Termas de Médanos	Ruta Nacional 22 Km 737,5	(0291) 5710284

Fuente: Gambarota, D. (2019).

4.7.2.2. Restauración

Médanos posee un servicio adecuado de restauración debido a que se han relevado la presencia de siete restaurantes, una pizzería, tres locales de comida rápida, una parrilla y dos rotiserías. En total se estima la presencia de 477 cubiertos disponibles aproximadamente. Seguidamente se visualiza en la tabla 44 los locales mencionados al respecto.

Tabla 43: Establecimientos gastronómicos de Médanos

Establecimiento	Dirección	Teléfono
Restaurantes		
Hotel El Remanso	Ruta Nacional N° 22 Km 734	(02927) 432868
Parador La Merced	Ruta Nacional N° 3 Km 711	
Hotel Comercio	Mitre y 9 de Julio	(02927) 432207
Restaurante Club 12 de octubre	Mitre 494	(02927) 432217
Restaurante El Aromo	Ruta Nacional N° 22 Km 733	(02927) 432099
Restaurante La Pausa	Ruta Nacional N° 22 Km 733	(291) 4426706
Restaurante El Viejo Quincho	Ruta Nacional N° 22 Km 733	(291) 4314531
Comidas rápidas		
Estación YPF	Ruta Nacional N° 22 Km 733	(291) 6423021
Pewü punto de recarga	Juan José Paso 168	(291) 4729714
Puna micro cervecería	Castro Barros 329	(291) 436215
Pizzerías		
Pizzería El Predio	9 de Julio y San Martín	(291) 4712941
Comidas para llevar		
Rotisería Don Benjamín	Saavedra 280	(02927) 432220
Rotisería Carlitos	San Martín 246	(291) 5719571
Parrillas		
Parrilla de Mario y Ana	Ruta Nacional N° 22 km 736	(291) 6484816

Fuente: Gambarota, D. (2019).

4.7.2.3. Esparcimiento

Médanos cuenta solamente con un espacio verde que es la Plaza Independencia localizada en el centro de la ciudad.

En la localidad se emplazan dos clubes deportivos: el Club 12 de Octubre ubicado en la calle Mitre 353 y el Club de Caza y Pesca Huracán Médanos en la calle Gascón 46. Ambos poseen canchas de fútbol, salones donde se realizan eventos sociales y otras de recreación y esparcimiento.

En la ciudad se emplaza un solo local bailable denominado "Eros Disco - Pub".

4.7.2.4. Otros

La ciudad posee locales comerciales que ofrecen variados productos desde indumentaria, alimentos y materiales de construcción, entre otros.

No se observan locales específicos dedicados netamente a la venta de artesanías, pero algunas de ellas pueden adquirirse en otros locales comerciales.

La municipalidad de Villarino dispuso una oficina de informes turísticos en la ciudad la cual se encuentra localizada en la calle San Martín 219.

4.7.3. Instalaciones

Actualmente la ciudad de Médanos, posee instalaciones específicas para el desarrollo de actividades termales y recreativas.

4.7.4. Infraestructura

Médanos se encuentra localizada a la vera de la ruta nacional N° 22 sobre el margen izquierdo en sentido este-oeste. El acceso a la localidad a través de una rotonda desde la mencionada ruta nacional, se encuentra pavimentado en buen estado de conservación y con señalización adecuada. La conectividad con las localidades cercanas es buena.

La pavimentación de la planta urbana es bastante amplia, debido a que en la actualidad se están realizando varias obras que posibilitan la expansión del mencionado servicio.

4.7.4.1. Transporte terrestre

En el sector norte, la ruta nacional n° 22, que recorre el partido en sentido este a oeste, posibilita la conexión de las localidades de Argerich, Médanos y Juan Couste (Estación Algarrobo), con la ciudad portuaria de Bahía y con el resto de las localidades de las provincias vecinas ubicadas al oeste argentino. Médanos también se comunica a través de un camino no pavimentado con la ruta nacional N° 3.

Si bien la ciudad no cuenta con terminal de ómnibus la empresa de transporte de pasajeros El Villarino brinda un servicio desde la terminal de colectivos de Bahía Blanca que realiza el recorrido hacia Médanos, Algarrobo e intermedias.

Existen servicios de taxis y remises los cuales realizan viajes locales y hacia otros pueblos cercanos, según la demanda.

El sector norte del partido se encuentra atravesado en sentido este-oeste por la vía perteneciente al Ferrocarril General Roca en su ramal entre Bahía Blanca y Zapala. No presta servicios de pasajeros desde 1993. Sin embargo por sus vías corren trenes de carga, a cargo de la empresa Ferrosur Roca S. A, que actualmente sigue en vigencia.

4.7.4.2. Transporte aéreo

La localidad no posee ningún tipo de servicio relacionado al transporte aéreo.

4.7.4.3. Servicios básicos

El abastecimiento de agua en la localidad de Médanos se efectúa mediante una batería de captaciones de agua subterránea con una capacidad de producción de 65 m³/h. El principal problema del servicio de esta localidad es que la cantidad de agua subterránea es muy limitada y fuertemente dependiente de las lluvias. Además, por ser perforaciones poco profundas y de suelo arenoso, son susceptibles de

contaminación bacteriológica, principalmente por la explotación ganadera de la zona. La calidad bacteriológica en la red es buena debido a la continua cloración y al tiempo de contacto en el tanque centralizado de la localidad. El Operador del servicio es ABSA. La dotación es de 225 l/hab día. El agua no contabilizada es del 45%. La cobertura del servicio de agua es del 85% y la del servicio de cloacas de 17%. El cuerpo receptor de los desagües cloacales es una laguna de tratamiento con reutilización del agua para riego.

Los servicios de electricidad están a cargo de la empresa EDES y la Cooperativa Eléctrica Colonia Los Alfalfares Limitada de Médanos.

Respecto al servicio de gas natural, es provisto por la empresa Camuzzi Gas Pampeana. La cobertura es bastante amplia, debido a que junto al gobierno municipal, se encuentran trabajando en el incremento de la misma.

4.7.4.4. Otros servicios

En la localidad hay una estación de servicio de la empresa YPF, localizada a la vera de la ruta nacional N° 22. Cuenta con despacho de combustible líquido solamente no de gas hasta la actualidad. Posee un mini mercado dónde puede conseguirse gran variedad de productos y servicio de comidas rápidas.

Se pueden visualizar varios talleres mecánicos que brindan asistencia automovilística.

Respecto al ámbito educativo existen establecimientos de educación inicial, primaria, secundaria, de nivel medio y terciario universitario, destacándose el Instituto de Nacional Tecnología Agropecuaria (INTA) y la sede de la Universidad Provincial del Sudoeste.

La localidad cuenta con una sucursal del Banco de la Provincia de Buenos Aires.

Se brinda servicio de correos a través del Correo Argentino y se observan locutorios que poseen internet además de cabinas telefónicas.

En referencia a la salud, se presta en el "Hospital Sub-zonal Especializado de Médanos" donde se brinda atención referida a medicina general, atención ambulatoria, internación, laboratorio y diagnóstico por imágenes.

4.8. Demanda turística

Debido a la escasez de información, ya que desde el Complejo Termas de Médanos sólo se lleva un registro parcial de ingresos considerando el número de entradas vendidas, se tomaron en consideración datos parciales proporcionados por la Dirección de Turismo del partido de Villarino de los cuales se ha podido establecer que la cantidad de visitantes y turistas en la ciudad de Médanos en el término de un año asciende a 30.000 personas. Además, un estudio parcial de la demanda turística termal (Pérez, 2014) en el cual se realizaron 50 encuestas a visitantes en las termas de Médanos.

Del análisis de los datos mencionados, se pudo determinar lo siguiente:

- La procedencia de los visitantes que visitan la localidad por el producto termal provienen en su mayoría de Bahía Blanca (80%) y la región. Los encuestados concurren en pareja, solos o con hijos, familiares y amigos;
- Respecto a la permanencia en las termas, el 98% estuvo menos de un día. Lo mencionado se corresponde con el porcentaje obtenido al consultar no pernoctan en el lugar, donde la respuesta afirmativa asciende al 98% de los encuestados;
- En función a la ocupación de los turistas se destaca la presencia de autónomos y empleados (34% y 32% respectivamente) y jubilados con el 20% de representación;

- En cuanto al motivo de concurrencia se puede señalar que el 56% lo realiza por ocio/entretenimiento, 6% por enfermedad;
- Respecto al medio de comunicación a través del cual conocieron las termas, el 68% indicó que fueron por referencias de terceros; el 22% por internet y el porcentaje restante, a través de otros medios de comunicación;
- Considerando el atributo más destacado de las termas, el 60% indicó que destacan la proximidad a su lugar de procedencia;
- En referencia a la pregunta si regresarían a las termas el 100% respondió afirmativamente. El motivo aducido mayoritariamente fue disfrute y/o ocio.

4.9. Evaluación del potencial turístico de la ciudad de Médanos

4.9.1. Cuestionarios

4.9.1. 1. Recursos

4.9.1.1.1. Recursos naturales

Tabla 44: Evaluación de los recursos naturales de Médanos

Recurso	Diagnóstico	Calificación
Flora y fauna	Amplia diversidad de especies de flora y fauna endémicas, conservación de los hábitats y mínima contaminación de suelo y aire.	2
Actividades acuáticas turística diversas	Áreas sin contaminación del agua.	2
Lagos y lagunas	Pérdida de volumen de agua, proliferación de líquenes y contaminación.	2
Termas	Sin pérdida de caudal de aguas termales y mínima contaminación en el entorno natural.	2
Calificación promedio		2

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

4.9.1.1.2. Recursos culturales

Tabla 45: Evaluación de los recursos culturales de Médanos

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Complejos industriales	Apertura y disposición de propietarios con condiciones adecuadas de los establecimientos para la visita de turistas	2
Edificios y monumentos históricos y/o religiosos	Estado de conservación regular con atención continua	2
Patrimonio ferroviario	Estado de conservación regular sin atención continua	1
Fiestas anuales	Realización de eventos tradicionales y especiales	2
Grupos étnicos	Grupos que conservan sus formas de	2

	vida, usos y costumbres, así como su lenguaje.	
Calificación promedio		1,8

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Combinando los resultados de ambos recursos, se adquiere el promedio aritmético de los *Recursos Potencialmente Turísticos* de Pedro Luro y su área de influencia.

$$RT = (2 + 1,8) / 2 = 1,9$$

4.9.1.2. Equipamiento y servicios turísticos

4.9.1.2.1. Sector alojamiento

Tabla 46: Evaluación del sector alojamiento de Médanos

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Hoteles	Amplia variedad de hoteles para distintos segmentos	2
Hoteles con habitaciones terapéuticas	Hoteles con amplia variedad de servicios para el descanso terapéutico de relajación y rehabilitación.	0
Calificación promedio		1

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

4.9.1.2.2. Sector alimentación

Tabla 47: Evaluación del sector alimentación de Médanos

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Restaurantes	Restaurantes con amplia variedad de alimentos y adecuada higiene	2
Parrillas	Escasez de establecimientos con atención e higiene adecuada	1
Restaurantes de comidas rápidas	Amplia disponibilidad de establecimientos con atención e higiene adecuadas	2
Envíos a domicilio	Amplia oferta de servicios de envío a domicilio	2
Calificación promedio		1,75

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

4.9.1.2.3. Sector esparcimiento

Tabla 48: Evaluación del sector esparcimiento de Médanos

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Cines y teatros	Existencia de salas modernas con servicios adecuados, sin actividad constante	1
Bares y discotecas	Bares y discotecas con servicios básicos y baja calidad	1
Clubes deportivos	Clubes deportivos con variedad de actividades con disponibilidad de infraestructura e instalaciones	2

Eventos recreativos	Reducido número de eventos	1
Espacios verdes	Reducido número de espacios verdes	1
Servicios de salud por agua (spa's)	Centros con variedad de servicios y técnicas de salud con atención profesional especializada en tratamientos terapéuticos	2
Actividades acuáticas	Reducida variedad de actividades acuáticas	1
Calificación promedio		1,29

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

4.9.1.2.4. Otros equipamientos y servicios turísticos

Tabla 49: Evaluación otros equipamientos y servicios turísticos de Médanos

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Locales comerciales	Locales comerciales con escasa variedad	1
Información turística	Disponibilidad eficiente de información turística	2
Calificación promedio		1,5

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

A partir de lo recabado, se concluye un diagnóstico favorable en relación al equipamiento y servicios en la localidad, especialmente en el sector alojamiento. Si bien la oferta resulta adecuada, en términos generales se puede observar que este segmento posee ciertas deficiencias en relación al alojamiento dentro del complejo termal.

La calificación correspondiente a equipamiento y servicios turísticos se deduce de la media aritmética de los cuatro componentes que lo forman: alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios.

$$EST = (1 + 1,75 + 1,29 + 1,5) / 4 = 1,39$$

4.9.1.3. Instalaciones y servicios turísticos

Tabla 50: Evaluación de instalaciones de Médanos

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Centros Culturales	Centros culturales con variedad de propuestas pero escasas instalaciones	1
Bibliotecas	Escasa variedad de libros y periódicos con buena atención	1
Fábricas	Actitud cordial y hospitalaria con los visitantes	2
Instalaciones para actividades deportivas y recreativas	Variedad de instalaciones con niveles óptimos de calidad	2
Instalaciones para actividades	Amplia variedad de construcciones para tratamientos de relajación y mejoramiento de la salud, con mantenimiento continuo	2

terapéuticas y de salud		
Campings	Óptima oferta de zonas de campamento con suficiente capacidad y mínimas modificaciones en el entorno	2
Calificación promedio		1,67

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Las instalaciones consideradas en general son apropiadas para el desarrollo de diversas actividades a pesar que en ciertos casos se aprecian limitantes en la calidad y capacidad de los servicios. El resultado de la calificación de las instalaciones y servicios se resume en la siguiente ecuación:

$$IST = 1,67$$

4.9.1.4. Infraestructura general y turística

4.9.1.4.1. General

Tabla 51: Evaluación de transporte terrestre de Médanos

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Vías carretera	Utilización de carreteras de doble circulación con buena cobertura y mantenimiento	1
Vías ferrocarril	Vías en uso actual con falta de mantenimiento y atención	1
Red de calles	Buena cobertura y básica red de calles	1
Terminal ferroviarias	Abandono y descuido en las estaciones debido a su reducida utilización	1
Terminal de ómnibus	Carencia de terminal de ómnibus	0
Señalización	Amplia disponibilidad de señalización informativa, preventiva y restrictiva	2
Servicios	Servicio de abastecimiento de combustible reparaciones, auxilio vial y servicios sanitarios con disponibilidad permanente y de calidad	2
Calificación promedio		1,14

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Tabla 52: Evaluación del sector comunicaciones de Médanos

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Infraestructura de comunicación (oficinas de correos, centrales telefónicas)	Oficinas y correos con limitada cobertura y deficiencias operativas	1
Servicios (distribución de cartas, telefonía,	Servicios con limitaciones en la entrega, conexión hacia el exterior y cobertura	1

internet, transferencia electrónica de información)		
Calificación promedio		1

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010)

Tabla 53: Evaluación del sector salud de Médanos

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Hospitales y clínicas	Limitado número de hospitales de acceso general	1
Servicios (médicos, paramédicos, ambulatorios)	Servicios médicos básicos	1
Calificación promedio		1

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Tabla 54: Evaluación del sector servicios urbanos de Médanos

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Servicio de agua	Amplia cobertura en las redes de distribución de agua	2
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
Calificación promedio		1,67

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Tabla 55: Evaluación del sector energía de Médanos

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Red eléctrica (suministro doméstico, alumbrado público)	Abastecimiento oportuno y confiable de energía eléctrica	2
Abastecimiento de combustible (estación de servicio y/o gas)	Escaso abastecimiento de estaciones de servicio en la región	1
Calificación promedio		1,5

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

El resultado de la calificación de la infraestructura general y servicios se deduce del promedio de las variables analizadas en las tablas anteriores y se resume en la siguiente ecuación:

$$IGS = (1,14 + 1 + 1 + 1,67 + 1,5) / 5 = 1,26$$

4.9.1.4.2. Turística y servicios

Tabla 56: Evaluación de infraestructura turística de transporte terrestre de Médanos

Componentes	Diagnóstico	Calificación
-------------	-------------	--------------

Accesos especiales a destinos	Existencia de caminos rurales y carreteras de doble circulación en buen estado para arribar a los destinos turísticos	1
Acceso y espacios de paradores turísticos	Escasa paradas y con deficiencias en los servicios	1
Señalización turística	Señalización turística clara y confiable	2
Módulos de información turística	Reducido número de oficinas de información turística.	1
Calificación promedio		1,25

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

La infraestructura de la ciudad de Médanos se encuentra en un nivel regular, donde la infraestructura general es relativamente buena pero aquella específica para la actividad turística aún adeuda bastante esfuerzo.

En el presente caso, al sólo presentar infraestructura turística de transporte terrestre, es el valor considerado como valor definitivo de la localidad:

$$IT = 1,25$$

Finalmente, como promedio de ambas, tanto infraestructura general como específica a la actividad turística, la puntuación resulta de la siguiente manera:

$$IS = (1,26 + 1,25) / 2 = 1,26$$

4.9.1.5. Mercado turístico

La presente sección presenta la particularidad de haber sido evaluada de manera sesgada debido a los registros escasos sobre el arribo de turistas a la localidad. Por lo mencionado, se ha realizado la calificación correspondiente teniendo en consideración los datos recabados mediante el trabajo de campo realizado y a los aportes obtenidos de estudios previos realizados en la localidad (Pérez, 2014).

Tabla 57: Evaluación de la demanda turística de Médanos

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Afluencia turística actual		
Turistas locales	Visitas específicas al sitio de turistas locales	2
Turistas nacionales	Visitas específicas al sitio de turistas nacionales	2
Turistas internacionales	Visitas ocasionales y/o de paso por encontrarse en la trayectoria hacia otros destinos	1
Estadía promedio		
Turistas locales	Sin estadía	0
Turistas nacionales	Estadía menor a una noche	1
Turistas	Estadía menor a una noche	1

internacionales		
Gasto promedio		
Turistas locales	Menos de \$500 por persona	1
Turistas nacionales	Mayor de \$500 por persona	2
Turistas internacionales	Mayor de \$500 por persona	2
Calificación promedio		1,33
Publicidad y comercialización		
Organismo promotor	Organismo regional	1
Publicidad regional	Publicidad regional compartida y ocasional	1
Publicidad nacional	Publicidad compartida y ocasional a nivel nacional	1
Publicidad internacional	Ausencia de publicidad internacional	0
Comercialización	Comercialización específica del sitio	2
Calificación promedio		1

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Por lo expuesto la calificación promedio de la demanda turística es el resultante de la siguiente ecuación:

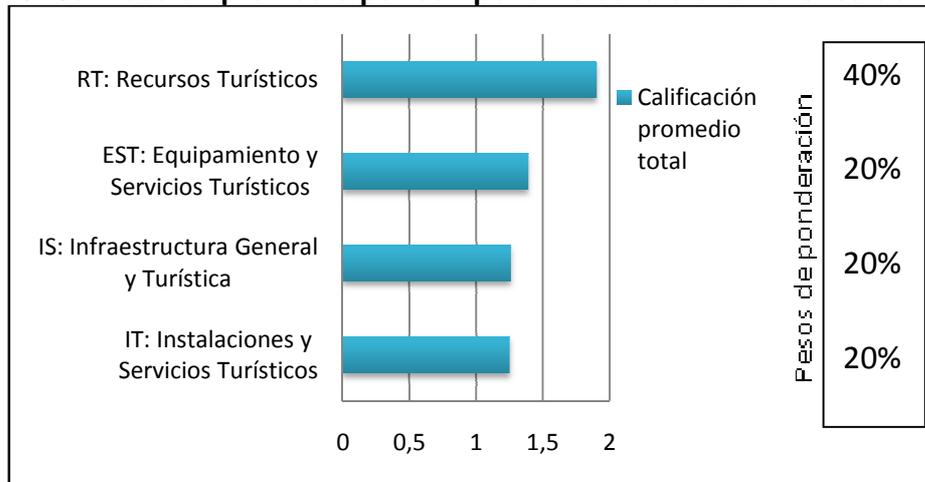
$$D = (1,33 + 1) / 2 = 1,17$$

4.9.2. Índice de potencialidad turística de Médanos

4.9.2.1. Calificación ponderada total de la oferta turística

En el siguiente gráfico se especifican las calificaciones promedio de los componentes de la oferta turística, según los datos obtenidos en los cuestionarios elaborados anteriormente y se recuerdan los pesos de ponderación que establece la metodología utilizada.

Figura 26: Calificación promedio por componente de la oferta turística de Médanos



Fuente: Gambarota, D. (2019).

Seguidamente se realiza la ecuación que determina el valor del índice final de potencialidad de la oferta turística de Médanos, tomando los promedios obtenidos de cada componente y sus respectivos pesos de ponderación:

$$O = (0,4 RT) + (0,2 EST) + (0,2 IST) + (0,2 IS)$$

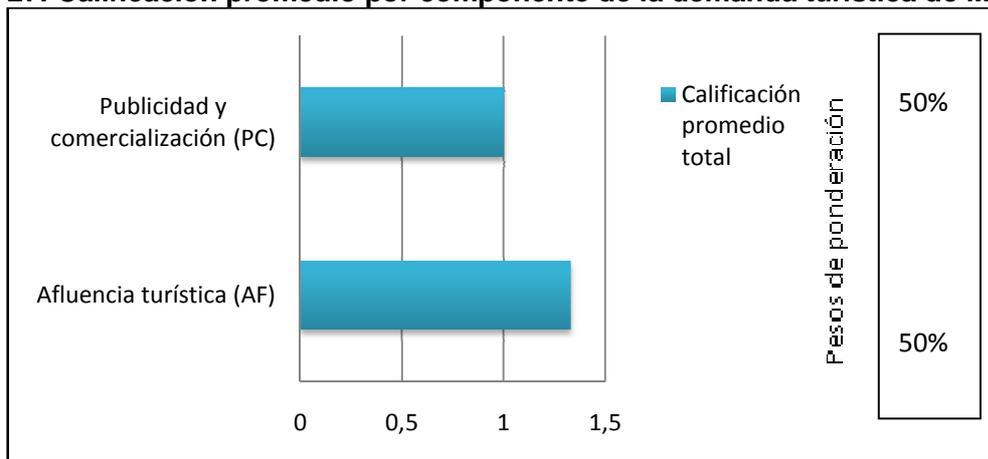
$$O = (0,4 \times 1,9) + (0,2 \times 1,39) + (0,2 \times 1,67) + (0,2 \times 1,26)$$

$$O = 1.62$$

4.9.2.2. Calificación ponderada total de la demanda turística

De la misma manera, en la siguiente figura, se detallan los resultados de las calificaciones promedios referentes a la demanda turística.

Figura 27: Calificación promedio por componente de la demanda turística de Médanos



Fuente: Gambarota, D. (2019).

Según la metodología propuesta se toma los promedios obtenidos de cada componente de la demanda, para realizar el cálculo final alcanzando así el índice que calificará la demanda de la localidad.

$$D = (AF + PC) / 2$$

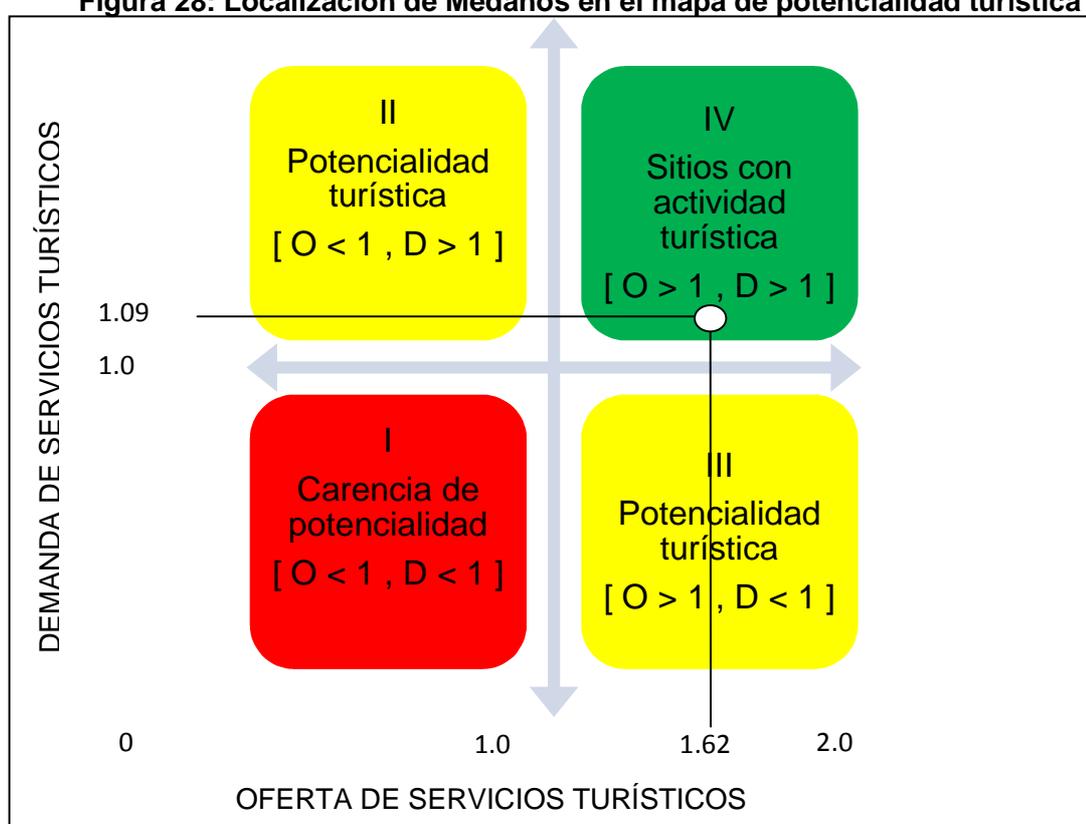
$$D = (1,17 + 1) / 2$$

$$D = 1,09$$

4.9.3. Localización de Médanos en el mapa de potencialidad turística

Las coordenadas obtenidas del Índice de Potencialidad Turística y su área de influencia corresponden a un valor de oferta mayor a uno (1,62) y un valor de demanda mayor a uno (1,09), ubicándose así en el cuadrante IV del mapa de potencialidad turística (Figura 28). Esto significa que Médanos actualmente se encuentra desarrollando la actividad turística.

Figura 28: Localización de Médanos en el mapa de potencialidad turística



Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

4.10. Diagnóstico

A partir de la información recopilada en el trabajo de campo, así como de su posterior análisis y evaluación a través de la metodología utilizada, se pueden mencionar las siguientes observaciones.

La ciudad de Médanos se encuentra ubicada en una posición estratégica debido a la conexión que posee hacia el sur como al norte de Argentina, presentando un buen estado la carretera en el trayecto que llega a la localidad.

Como puede visualizarse en el resultado de la evaluación del potencial turístico realizado, Médanos se encuentra actualmente desarrollando actividades turísticas, principalmente otorgada por la existencia del atractivo termal y la cercanía que posee respecto al Balneario Chapalcó. Además es de importancia la

presencia de emprendimientos particulares tal como lo es la Bodega AlEste y las salinas La Aurora y La Barranca, así como los vestigios de la colonia judía los cuales son capaces de complementar la oferta. La ciudad posee diversidad de atractivos abarcando el patrimonio histórico-cultural y religioso, áreas de esparcimiento al aire libre con la posibilidad de realizar deportes acuáticos y amplios servicios para el mejoramiento de la salud y el descanso a partir del disfrute de las aguas termales. Por otra parte, la Fiesta Nacional del Ajo realizada todos los años en la localidad es uno de los principales acontecimientos programados de la región el cual atrae anualmente miles de visitantes.

Respecto a la disponibilidad, calidad y variedad de los servicios turísticos en general, puede sintetizarse que es preciso mejorarlos. El equipamiento e instalaciones, por su parte, responden con buen nivel a las demandas actuales pero en general son escasos. Se debería optimizar las prestaciones considerando que gran parte de las llegadas de turistas no responden a una estacionalidad determinada, si bien se observan temporadas de mayor afluencia de visitantes.

La infraestructura general de la ciudad es buena, siendo en particular la turística a la que debería otorgársele mayor relevancia, especialmente en lo referido al transporte terrestre, ya que constituye el único medio de ingreso a la localidad.

4.10.1. Análisis FODA

Entre las *fortalezas* se reconocen las siguientes:

- Conectividad con todo el país a través de las rutas Nacionales N° 22 y 3, las cuales se encuentran en buen estado de conservación,
- Existencia de actividad turística en la localidad gracias a la presencia de diversos atractivos que suscitan el interés de los visitantes, principalmente el termal,
- Buena predisposición de los pobladores locales para recibir turistas,
- Buena disponibilidad de alojamiento,
- Existencia de oficinas de informes turísticos,
- Adecuados servicios de salud, comunicación y educación,
- Seguridad y tranquilidad.

Debilidades:

- Escasa conciencia turística en la comunidad,
- Falta de integración con otros centros turísticos cercanos,
- Escasos acontecimientos y eventos programados,
- Ausencia de apoyo estatal a nivel nacional,
- Pocos registros fidedignos de arribos de turistas/visitantes a la ciudad,
- Escasa promoción turística comercial,
- Apertura restringida del establecimiento termal.

Oportunidades:

- Marcada revalorización de los destinos locales, especialmente de productos relacionados al cuidado de la salud y la recreación,
- Posibilidades de articulación con otros destinos de la región,
- Aumento del turismo interno debido a la situación económica que transita el país,
- Posibilidad de conformar una imagen de marca turística con otros centros cercanos a fin de promover conjuntamente el turismo termal.

Amenazas:

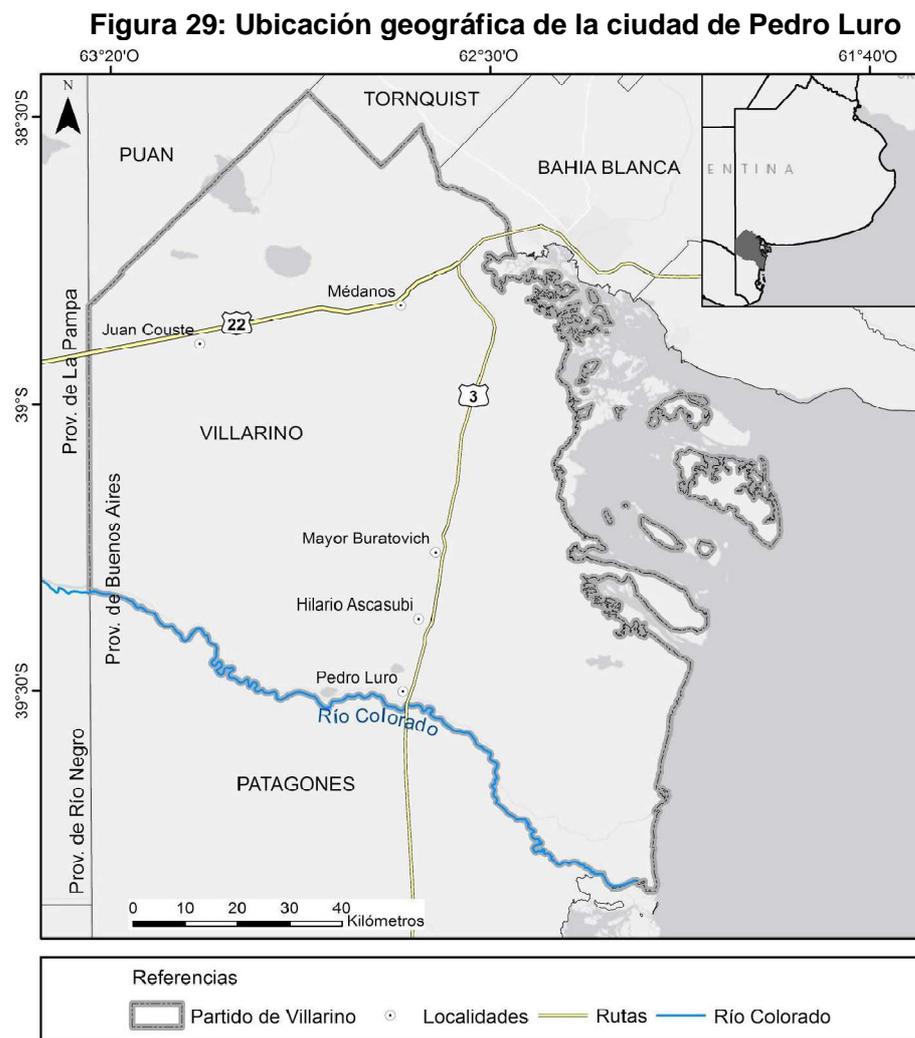
- Cercanía de otros destinos próximos turísticamente consolidados,
- Aumento de las exigencias de los turistas respecto a la calidad de los servicios,
- Ausencia de apoyo económico por parte del estado provincial y nacional.

CAPÍTULO V

“Pedro Luro: tierra de Ceferino Nanmucurá”

5.1. Localización

La ciudad de Pedro Luro se encuentra ubicada al sur de la provincia de Buenos Aires, en el partido de Villarino, a los 39°27' latitud sur 62°40' longitud Oeste, a la altura del kilómetro 807 de la ruta nacional N° 3 y a corta distancia del Río Colorado que sirve de límite con el partido de Patagones. Según el último censo realizado, cuenta con 9.494 habitantes (INDEC, 2010) lo que la posiciona como la ciudad más poblada del partido.



Fuente: Rodríguez, D., Schulz, G. y Moretti, L. (2018).

5.2. Características geoambientales

5.2.1. Aspectos geológicos

La zona posee un relieve llano, con predominio de suelos arenosos que permiten el desarrollo de una amplia gama de cultivos, requiriéndose un buen sistema de drenaje para evitar los problemas de salinidad. La altitud es de 3 metros sobre el nivel del mar y gran parte de la superficie está sistematizada para riego gravitacional, dividido en tres terrazas (alta, media y baja).

Se encuentra estratégicamente enclavada en el Valle Inferior del Río Colorado, llamado “ambiente de las terrazas aluviales intermedias del río Colorado” por Cappannini y Loes (1966). Se trata de planos aluvionales aterrazados originados por las aguas de numerosos brazos fluviales, que posiblemente en relación con la ruptura de meandros, se desprendieron a diversa altura del cauce mayor del río Colorado. Algunos brazos fluviales fueron de vida efímera mientras que otros permanecieron activos durante períodos de tiempo más largos, pero en ambos casos, debido a cambios suscitados por rectificaciones parciales del curso mayor o del rumbo de los meandros, fueron perdiendo sus aguas hasta desaparecer. El paisaje finalmente fue modelado por posteriores procesos eólicos que acumularon sedimentos de textura gruesa (arenosos) y en parte hasta medanosos.

Es posible encontrar sobre estos antiguos meandros una sucesión de capas eminentemente aluvionales, de neto origen fluvial y/o lacustre, de textura arcillosa y limosa, rica en sales, a una profundidad variable pero que en términos generales se pueden hallar actualmente a partir de los 2 m de profundidad. En cambio, afuera de los antiguos meandros, en las capas más profundas, predominan los sedimentos aluviales más gruesos de textura arenosa, con gravas y gravillas, es decir, que es común encontrar en los mismos la presencia de cantos rodados de distinta granulometría.

El valle corre en sentido Oeste-Este, desde la isla del Sostén (a 40 m.s.n.m. aproximadamente) hasta la costa (2 m.s.n.m.) con una extensión de 88 kilómetros.

5.2.2. Hidrografía

Desde sus orígenes en la Cordillera de los Andes, hasta su desembocadura en el Océano Atlántico, el río Colorado tiene una extensión de 1.200 kilómetros, de los cuales 920 kilómetros corresponden al Colorado propiamente dicho, originado en la confluencia de los ríos Grande y Barrancas. Sus aguas son compartidas por las provincias de Mendoza, Neuquén, La Pampa, Río Negro y Buenos Aires, y su cuenca abarca 48.000 km², atravesando un gran número de paisajes a los que la variabilidad de las características climáticas y geomorfológicas ha dado lugar. Se encuentra actualmente regulado por la Presa Casa de Piedra, ubicada en su cuenca media.

El agua del río Colorado es fuente para el abastecimiento de agua potable de todas las poblaciones ribereñas y de otras que se encuentran fuera de la cuenca pero que reciben el agua del Colorado a través de extensos acueductos, para la producción agrícola, el desarrollo ganadero y la explotación petrolera, de importancia relevante en su cuenca Alta y Media.

La laguna más significativa es La Salada la cual se utiliza con fines recreativos y turísticos.

5.2.3. Clima

Climáticamente se clasifica a la región como templada-semiárida. El régimen hídrico se caracteriza por la irregularidad de las precipitaciones. La media anual oscila entre 350 mm en el sur y 400 mm en el norte. El riesgo de heladas se extiende hasta el mes de noviembre.

5.2.4. Flora y fauna

Desde el punto de vista fitogeográfico, se trata de una región de transición entre especies características del ambiente patagónico con las de región pampeana, y por eso experimentan variaciones según las condiciones topográficas, climáticas y edafológicas. Se destaca la estepa arbustiva, formación herbácea de pastos duros con arbustos intercalados. Entre los arbustos predominantes se encuentran el chañar, piquillín, alpataco, jarilla, algarrobo blanco y algarrobo negro. Respecto a la vegetación herbácea se encuentra la coirón, paja vizcachera, cepa caballo, revienta caballo, verbenas y cardos (Crónicas de Pedro Luro, Biblioteca pública de la escuela de enseñanza media N° 1 “Demetrio Urrutia”, citado por Pittón, 2012).

Dentro de la fauna autóctona se pueden encontrar especies como el huroncito, zorrino, pichi, vizcacha, cuis, nutria criolla, liebre patagónica, jabalí, zorro, yarárá ñata, lagartija, sapo común y escuarzos.

En cuanto a las aves, se destacan el ñandú, la perdiz chica, torcacitas, variedad de palomas y pájaros como el coludo austral, calandria patagónica, chingolo, cabecita negra, cardenal amarillo, pechito amarillo y loro barranquero del sur. Entre las aves rapaces, el halcón blanco, gavilán mixto, ceniciento y chimango.

En las lagunas, garzas rosadas y blancas, cisnes cuello negro y diferentes tipos de patos como la Petrona, entre otros, son los dominantes.

En el río Colorado pueden pescarse sábalo, poga, bagre serrano, etc., y en las lagunas, pejerreyes.

5.3. Aspectos históricos

Los primeros pobladores de estas tierras fueron los aborígenes tehuelches, que habitaban desde el sur de la Sierra de la Ventana hasta los valles neuquinos y toda la Patagonia hasta el Estrecho de Magallanes. Serían desplazados más tarde por los mapuches, que cuando adquirieron la cultura del caballo llegaron a dominar a todas las tribus vecinas y formaron un imperio.

En el año 1770, los españoles lograron vencer a los ingleses y retirarlos de la costa patagónica. Así fue como España adquirió el compromiso de cuidar estas tierras. El 14 de mayo de 1778, el Rey nombró al superintendente Juan de la Piedra para establecer poblaciones y fortificaciones en la costa atlántica sur.

El piloto Basilio Villarino fue quien aconsejó al jefe del Fuerte Patagones, Don Francisco de Viedma, construir un fuerte en las proximidades de lo que hoy es Fortín Mercedes.

A principios de 1800 se produce la invasión de los mapuches, quienes destruyeron a los tehuelches y atacaron muchos emplazamientos, entre ellos el Fuerte Patagones. El gobierno nacional, designa a Juan Manuel de Rosas para formar una expedición a fin de desplazar a los mapuches hacia Chile.

El 11 de mayo de 1833 toda la división llegó al Río Colorado, más específicamente, al punto que hoy se conoce como "*divisadero de Rosas*", a mil metros del actual Fortín Mercedes. Ocuparon toda la lomada y siguieron río abajo hasta el lugar en que Rosas fijó su cuartel general. Desde allí se realizaron las persecuciones de aborígenes enemigos y se iniciaron los reconocimientos de la zona. Es importante destacar que desde el 13 al 16 de agosto de 1833, se alojó en el campamento el célebre naturalista inglés, Charles Darwin, quién realizó diversos estudios en el lugar.

El 12 de mayo de 1833, Juan Manuel de Rosas funda a 30 km de Fortín Mercedes, el Fortín Colorado. En 1858, éste último debe ser trasladado por causa de una inundación hasta el lugar en donde hoy se ubica el Fortín Mercedes. Recién en 1860 es cuando Don Pedro Luro y Don José Arnold, deciden iniciar su emprendimiento colonizador: primero en la Isla Verde y luego en las márgenes del río Colorado.

Mientras tanto, los malones continuaban su asedio. Por ello, en 1879, el General Julio Argentino Roca comienza la segunda Campaña al Desierto con la misión de terminar con los mencionados. Dado el éxito de esta segunda campaña, en 1883 comenzaron a llegar avances para la población. En fortín Mercedes se instala el telégrafo y luego el correo. Los misioneros salesianos llegan a la zona con el evangelio y la educación. En 1895, el Padre Pedro Bonacina funda el primer colegio entre Bahía Blanca y Patagones. Este colegio, también sería hospital, hogar de huérfanos y centro de reunión de los habitantes de la zona.

En 1912, el Ingeniero Don José Urgoiti, le recomienda a Don Carlos Luro, la posibilidad de aprovechar el agua del Colorado para el riego de los campos. Fue así como en 1914 se levantó la primera cosecha bajo riego. El ferrocarril trajo en 1912 gran progreso para la población, posibilitando el transporte de

pasajeros y también de ganado en pie, lanas, trigo, cueros, leña, etc. Los hermanos Adolfo y Rufino Luro donan los terrenos para levantar la estación y un pueblo que llevaría el nombre de su padre: Pedro Luro. El 20 de noviembre de 1913, el ejecutivo provincial aprueba los planos y se toma esa fecha como la fundación de la localidad que fue poblada por personas de diversos lugares y de orígenes: vascofrancés, yugoslavos, alemanes del Volga, húngaros, italianos, españoles, checoslovacos, sirios, libaneses, entre otros, quienes buscaban un porvenir para ellos y sus hijos.

5.4. Dimensión económica

La actividad económica más importante es la agrícola ganadera. Para el desarrollo de la agricultura y la ganadería intensiva, es necesario agua de riego que se obtiene del Río Colorado que cruza la región (Sánchez, Pezzola y Cepeda, 1998). El sistema de riego que se halla enclavado, permite el desarrollo de cultivos intensivos en plena expansión, destacándose con perfiles propios la producción de cebolla, que sumada a la del ajo en Médanos tiene una verdadera proyección en los mercados internacionales.

En la agricultura se destaca la producción de semillas de girasol y alfalfa, y en cuanto a la horticultura, el ajo y el zapallo. En ganadería y con referencia a bovinos, predomina la raza Aberdeen Angus, le siguen Hereford y Sherton. En ovinos, Corriedale y Lincoln. Los principales recursos forestales son el caldén, algarrobo, chañar y piquillín, pero también participa en la producción de miel de la zona.

En el aspecto metalmecánico, las empresas son principalmente proveedoras de herramientas y maquinarias para la rama agropecuaria con algunas experiencias en comercialización en otras regiones del país como el Valle del Río Negro, Mendoza y Santiago del Estero. También se exportan a Uruguay descoladoras y tamañadoras de cebollas.

5.5. Dimensión social

El número de población estable de la localidad, mencionado en párrafos anteriores, se ve multiplicado en las temporadas de cosecha por la llegada de trabajadores golondrina que, una vez terminada su tarea, vuelven a migrar hacia otros sectores del país. De todas formas, en esta llegada anual, muchos trabajadores se han asentado en la localidad y es notable la presencia de ciudadanos bolivianos.

5.6. Dimensión urbana

Es posible identificar que la ciudad de Pedro Luro tiene un destacado incremento de urbanización. Esta expansión urbana se debe a la ampliación, densificación y consolidación de muchos de los barrios ya existentes, como el barrio Bonacina, 11 de Setiembre y Otondo, ubicados en las áreas periféricas de la ciudad, separada por las vías ferroviarias y el canal Unificador III que atraviesa la localidad.

Figura 30: Esquema de la ciudad de Pedro Luro



Fuente: usodirectorio.com

La expansión urbana experimentada en Pedro Luro estuvo acompañada no solo del uso de suelo de tipo residencial, sino también de la inversión privada en los sectores periféricos del noroeste, haciendo uso del suelo para la instalación de plantas de empaque hortícolas y metalúrgicas principalmente.

5.7. Oferta turística

5.7.1. Recursos y atractivos

La ciudad de Pedro Luro ofrece al visitante atractivos naturales y culturales, destacándose los últimos gracias a su mayor número.

Desde la Municipalidad de Villarino se está implementando el programa “Conocé Villarino” en el cual se contempla el recorrido por las localidades que integran el distrito a través de visitas guiadas y circuitos programados, previa coordinación con el guía. Está dirigido a instituciones educativas, centros de jubilados y centros de desarrollo infantil, el programa tiene como objetivo fortalecer el conocimiento y el arraigo con su tierra, con Villarino. En Pedro Luro, se ofrecen las siguientes visitas guiadas:

“Casa de la Cultura de Pedro Luro”: diseñada para un grupo máximo de 15 visitantes, se podrá observar, además de su atractivo en sí mismo, el desarrollo de las actividades que se generan en ella, como los diferentes cursos de los que participan vecinos de la ciudad y de otras localidades de Villarino.

“Fortín Mercedes, circuito histórico y religioso”: incluye un recorrido por el Complejo Fortín Mercedes, donde podrán conocer la Réplica del Fortín Militar, el Santuario María Auxiliadora y el Museo Regional y Misionero Juan E. Vecci. La visita por el Museo Regional y Misionero puede tener una duración entre 30 minutos y una hora, con la posibilidad de reproducir un video de 15 minutos.

“Fortín Club de Pedro Luro”: se podrá hacer un recorrido por la sede del club, donde se contará la historia de la institución y las actividades que allí se realizan.

“Paseo La Chimenea”: lo que fue la antigua fábrica de conservas y el recuerdo de Ceferino Namuncurá se realiza un recorrido por el paseo y se cuéntala historia de la antigua fábrica de conservas que funcionaba en la localidad y el recuerdo de Ceferino Namuncurá.

“Miel del Valle, producción de Villarino”: recorrido por las instalaciones de la planta de extracción de Miel del Valle ubicada sobre el acceso a Pedro Luro.

“Los Duendes, productos artesanales”: recorrido por el establecimiento, donde se ofrecerá además una charla sobre los productos envasados que allí se elaboran: frambuesas, cerezas, arándanos y zarzamora, entre otros. La calidad de sus productos destaca a esta empresa familiar ubicada en la zona rural de Pedro Luro.

5.7.1.1. Recurso termal

5.7.1.1.1. Termas de Pedro Luro

Así como las localidades de Bahía Blanca y Médanos, Pedro Luro también se emplaza sobre la cuenca Hidrotermal Profunda denominada Napa del Norte, cuyo límite al sur lo constituye el río Colorado tal como lo afirman los autores Murradás y Coccia (1967).

Figura 31: Vista satelital de las termas de Pedro Luro



Fuente: Gambarota, D. (2019). Imagen Google Earth.

El surgente termal de Pedro Luro tiene su origen en una perforación realizada en el año 1941 por la Dirección de Minas y Geología. La perforación, con una profundidad de 968,5 metros, arroja un caudal de 22.000 litros de agua por hora, a una temperatura de 70° C, lo que las califica como hipertermales. La salinidad del agua termal es 3,6 veces más elevada que la salinidad del mar y su concentración de bromo alcanza un valor de 224 gramos de bromuro por metro cúbico.

"El agua que surge proviene de la única capa estudiada, que se encuentra a los 948 m; su mineralización es 3,6 veces más fuerte que la del Océano Atlántico, por lo que corresponde la clasificación de hipermarina" (Rubio y De Pandolfi, 1948:300).

Esta cualidad le confiere al agua excepcionales propiedades terapéuticas. La cantidad total de sales disueltas es de 124 kilogramos por metro cúbico, entre las que se han encontrado 21 elementos. Entre los elementos electronegativos ponderados en cantidades apreciables pueden citarse:

Cloro: este elemento se halla combinado con los electropositivos: sodio, calcio, magnesio, litio y el radical amonio.

Azufre: se encuentra totalmente combinado con el oxígeno y el calcio

Bromo: este elemento es el que caracteriza especialmente el agua y le acuerda valor industrial de importancia.

Iodo: la presencia de iodo es relativamente frecuente, pero siempre en cantidades sumamente pequeñas. En este caso la proporción es de 5,6 gramos por metro cúbico.

Nitrógeno: en este caso, la cantidad de 33 mg por litro de amoniaco es muy elevada.

Sodio: representa el 33% del residuo total; luego sigue el calcio y el magnesio que, con el **Hierro:** determinan una dureza de 1645 grados franceses

Potasio: está en muy escasa proporción con referencia a la salinidad total.

Hierro: al estado de bicarbonato ferroso, se encuentra disuelto en cantidad de 66,88 gramos por metro cúbico.

De lo anterior, se desprende que el elemento que más se destaca es el hierro, que al estado de bicarbonato ferroso disuelto en el agua, al salir a la superficie entra en contacto con el aire y se oxida, otorgándole un particular color rojizo a estas aguas, dado que el acuífero *"se ubica en sedimentos continentales del Mioceno Inferior, denominado Mioceno Rojo, color que lo caracteriza por el alto grado de oxidación de los minerales..."* (González Uriarte, 2010:97).

El origen de tal mineralización y salinidad de estas aguas, se debería al recorrido que realizan las aguas subterráneas por las distintas capas permeables, lo cual supone que debe haber salinas de origen marino en algunas de estas capas que le aportan el cloro al agua. Al respecto Bonorino (1988:180) menciona que *"...a la altura de Pedro Luro, pozo 28, la circulación del agua tiene lugar en un facies sedimentaria de ambiente marino..."* y continúa haciendo referencia a la salinidad de este surgente diferenciándolo de los demás de la región ya que *"a excepción de dos muestras, pozos 28 y 64, que como señalara anteriormente, extraen salmueras cuya composición iónica es similar a la del agua de mar..."* (Bonorino, 1988:122)

Los autores Rubio y De Pandolfi (1948) aseveran que tienen numerosas aplicaciones terapéuticas entre las que se pueden mencionar las siguientes: obesidad, celulitis, cuadros de stress, depresiones reactivas, fragilidad capilar, vapor excelente para problemas respiratorios, impotencia sexual masculina, frigidez femenina, artrosis todas sus variedades generando alivios casi inmediatos, lumbociática y ciática, reumatismo muscular, deshidrosis, soriasis, dermatitis, arterioesclerosis, trastornos circulatorios, depresiones endógenas, rehabilitación para secuelas de hemiplejias y curar acné. Además ofrecen una oportunidad única para el descanso físico y mental, la relajación profunda y el bienestar.

Durante 28 años, el surgente quedo prácticamente cerrado al máximo, siendo utilizado únicamente por los pobladores de la zona y algunos pocos que sabían de las propiedades curativas del mismo. Entre el año 1967 y 1969, el Municipio de Villarino construye el flamante Hotel Termal, siendo inaugurado el 23 de agosto de 1969 Nombrado como *"Hotel Termal Dr. Pedro Barragán"*, en honor a quien donase las tierras en 1941 a la provincia de Buenos Aires, desde entonces a la fecha, se han realizado innumerables reformas, y han pasado varias generaciones de concesionarios, que fueron aportando y dándole un gran valor al mismo. El 18 de octubre del 2018 Lucio Serrón como nuevo concesionario del hotel y, luego de seis meses de obra, reinaugura el mismo que se encontraba en pésimas condiciones. Entre las mejoras más significativas menciona la fachada, el spa, las habitaciones y el restaurante.

Foto 6: Comparación de fachada anterior y actual del hotel Termas de Luro



Fuente: Gambarota, D. (2019).

Foto 7: Comparación de spa termal anterior y actual del hotel Termas de Luro



Fuente: Gambarota, D. (2019).

Foto 8: Comparación de habitación anterior y actual del hotel Termas de Luro



Fuente: Gambarota, D. (2019).

Foto 9: Comparación de restaurante anterior y actual del hotel Termas de Luro



Fuente: Gambarota, D. (2019).

Serrón menciona en la entrevista que quedan trabajos pendiente por hacer; actualmente están trabajando con las termas al aire libre, reacondicionando todo el complejo y la bajada a la playa del río Colorado.

Foto 10: Estado actual de las piletas termales al aire libre



Fuente: Gambarota, D. (2019).

Figura 32: Folleto promocional Hotel y Spa Termas de Luro



Fuente: Gambarota, D. (2019).

En mayo de 2019 científicos del Conicet junto a otros de la Universidad de Ciencia y tecnología de China visitaron las instalaciones del Hotel con el objetivo de estudiar la edad del agua. Mediante el método de carbono 14, se concluyó que el agua tiene una antigüedad de 30.000 años. Los Doctores Claudio Lexow y Daniel Martínez, creen que el agua tiene una antigüedad de más de 200.000 años. (Serrón, 2019).

Se han conseguido estudios de la perforación realizados en el año 1941 en la que se puede apreciar el estudio de todas las capas que fueron encontrando a medida que llegaban a los 968 metros. Antes de dar con el agua Termal, entre los 600 y 900 metros, se fueron encontrando restos fósiles del Mioceno, es decir entre 10 y 20 millones de años atrás.

5.7.1.2. Atractivos

A continuación se presenta el inventario de los atractivos identificados en la localidad estudiada, los cuales se encuentran detallados en las correspondientes fichas de relevamiento, las cuales pueden visualizarse en el anexo II.

Tabla 58: Atractivos identificados en la ciudad de Pedro Luro

Atractivos	
Naturales	<ul style="list-style-type: none"> - Lago Parque La Salada - Río Colorado - Manantial Termal Ceferino Namuncurá
Culturales	<ul style="list-style-type: none"> - Complejo Fortín Mercedes - Réplica Fortín Mercedes - Santuario María Auxiliadora - Museo Regional Misionero "Padre Vecchi" - Termas de Ceferino - Parroquia "San Pedro" - Casa de la cultura de Pedro Luro - Estación de Ferrocarril de Pedro Luro - Vestigios históricos del ferrocarril - Paseo "La Chimenea" - Establecimiento "Los Duendes", productos artesanales - Miel del Valle S.R.L. - Criadero de cerdos "El Pehuenche" - Vinoteca "El Tonel" - Palacio municipal
Acontecimientos programados	<ul style="list-style-type: none"> - Fiesta María Auxiliadora - Encuentro Nacional de artesanos - Encuentro de Coros - Peregrinación al Santuario de María Auxiliadora - Beato Ceferino Namuncurá - Competencia pedestre Lago Parque La Salada - Triatlón La Salada

Fuente: Gambarota, D. (2019).

5.7.2. Equipamiento

5.7.2.1. Alojamiento

Respecto a la oferta de alojamiento que posee la ciudad de Pedro Luro puede mencionarse la existencia de cuatro hoteles, dos hostels, un camping a orillas del río Colorado y departamentos en alquiler. Se tiene en consideración además el alojamiento variado que se encuentra disponible en el Lago Parque La Salada, debido a la proximidad existente a la localidad de Pedro Luro. Entre ellos se pueden mencionar, camping, cabañas y casas, con capacidad aproximada de 150 plazas. Entre los servicios que ofrecen se incluyen: aire acondicionado, cable, parrillas, estacionamiento, vajilla y ropa de blanco en algunos casos. A continuación se realiza una breve descripción de los mismos.

Hotel Lisboa: cuenta con un total de 30 plazas; las habitaciones poseen baño privado, televisión y calefacción. Brinda servicio de desayuno, wifi, cochera y de comidas (opcional).

Hotel Argentino: posee 40 plazas y las habitaciones cuentan con baño privado, televisión, calefacción y algunas, aire acondicionado. Ofrece servicio al cuarto, lavandería, desayuno, wifi, bar y cafetería.

Descanso Ceferiano: hotel con 135 plazas disponibles, cuyas habitaciones poseen baño privado, televisión, calefacción y wifi. Algunas de ellas poseen aire acondicionado y también ofrece desayuno y servicio opcional de comidas.

Hotel y Spa Termas de Ceferino: Posee 50 plazas dispuestas en 20 habitaciones con baño privado, televisión led satelital, calefacción, aire acondicionado y servicio de mucama. Brinda la posibilidad de tomar baños termales en cada habitación. El lobby del hotel cuenta con televisión satelital y video, wifi y

servicio de cafetería las 24 horas. Se brinda además, desayuno americano y servicio opcional de comidas. Entre los servicios que se ofrecen se encuentra:

- spa termal: 3 piscinas cubiertas a distinta temperatura, hidromasajes, cascada, estática y sauna hidrotermal,
- masajes (varias técnicas),
- restaurante y cervecería artesanal,
- terraza y casa de té,
- parador al aire libre: con 5 piletas termales, a diferentes temperaturas,
- sector de fangoterapia,
- vestuarios y sanitarios,
- caminatas guiadas gratuitas por el complejo,
- alquiler de bicicletas,
- acceso privado a playa del río Colorado.

Camping Ceferino: localizado a orillas del Río Colorado, posee 40 fogones con mesas y parcelas donde se pueden ubicar carpas. Cuenta con proveeduría y sanitarios con agua caliente. En temporada alta, ofrece fiestas familiares junto al río.

La Huella del Carmen, casa de campo: habitaciones con baño privado que incluye artículos de aseo gratuitos. Brinda servicio de estacionamiento privado, desayuno continental, wifi, televisión y actividades para niños. Se aceptan mascotas con previo aviso. Dispone de terraza y patio.

En la siguiente tabla se detallan los establecimientos existentes en la localidad.

Tabla 59: Establecimientos hoteleros y para-hoteleros de Pedro Luro

Establecimiento	Dirección	Teléfono
Hoteles		
Lisboa	Calle 7 N° 1145	(02928) 410167
Argentino	Calle 5 N° 1119	(02928) 410111
Descanso Ceferiniano	Ruta 3 km 808 (F. Mercedes)	(02928) 420126
Termas de Luro Hotel y Spa	Ruta 3 km 809	(291) 6493194
Hosteles		
Hostal del Viento	Ruta 3 km 808	(02928) 420265
La Casona de Sofía	Calle 24 N° 319	(291) 4144689
Hostería La Comahue	Lago Parque La Salada	(291) 4445259
Departamentos		
Complejo 4 estaciones	Av. Pedro Luro 709	(291) 4144689
Camping		
Camping Ceferino	Ruta 3, km 803	(02928) 420323
Casa de Campo		
La huella del Carmen	Canal Colector I y Pedro Luro	(291) 4604741
Cabañas		
Naguilán Color	H.Asasubi y Marchionatto	(291) 4294804
El Ceibo	Lago Parque La Salada	
El Mangrullo	Lago Parque La Salada	
El Alkazar	Lago Parque La Salada	(291) 4132719
El Niño	Lago Parque La Salada	
Centro Veteranos de Guerra	Lago Parque La Salada	(291) 5247866

Fuente: Gambarota, D. (2019).

5.7.2.2. Restauración

Pedro Luro posee un servicio variado en lo que respecta a la restauración debido a que se han relevado durante el trabajo de campo en la ciudad 5 restaurantes, 2 pizzerías, 5 locales de comida rápida (considerando los shops de las estaciones de servicio), y 2 rotiserías. En el Lago Parque la Salada, se relevó la existencia de 1 parrilla y 2 paradores. En total suman 804 cubiertos disponibles aproximadamente. Seguidamente se visualiza en la tabla los locales mencionados al respecto.

Tabla 60: Establecimientos gastronómicos de Pedro Luro

Establecimiento	Dirección	Teléfono
Restaurantes		
Hotel Lisboa	Calle 7 N° 1145	(02928) 410167
Hotel Argentino	Calle 5 N° 1119	(02928) 410111
Descanso Ceferiniano	Ruta 3 km 808 (F. Mercedes)	(02928) 420126
Termas de Luro Hotel y Spa	Ruta 3 km 809	(291) 6493194
Archy Resto Bar	Calle 30 368	(291) 4136411
Pizzerías		
Gadino Pizzas	Av. Pedro Luro N° 2629	(291) 5387947
El Encuentro	Calle 3 s/n	(02928) 411800
Comidas rápidas		
Estación YPF	Calle 5 y 28	(02928) 420119
Estación GNC CELP	Ruta 3, km 806	(02928) 411462
Estación Shell	Ruta 3, km 808	(02928) 420103
El carrito de Nico	Calle 22 y 5	(291) 4311003
Panchería Gustazos	Av. Pedro Luro N° 2617	
Comidas para llevar		
Rotisería Los Chilenitos	Calle 1 N° 446	(02928) 411008
Rotisería La Ruta	Ruta 3, km 808	(02928) 420129
Más rico casero	Calle 1 N° 178	(291) 4686684
Parrillas		
La Cabaña	Lago Parque La Salada	(291) 4423878
Paradores		
Macaraco. Restaurante	Lago Parque La Salada	(291) 5017717
La Gaviota	Lago Parque La Salada	

Fuente: Gambarota, D. (2019).

5.7.2.3. Esparcimiento

La ciudad cuenta con la existencia de 4 plazas: Pablo Gonzáles, Barrio Bonacina, del Sol, Paseo de la Chimenea; 1 plazoleta y ningún parque.

Posee un Aero Club, fundado el 30 de noviembre de 1971 y ubicado aproximadamente a 5 km al norte de la localidad, frente a la laguna La Salada. Consta de una pista pavimentada con una longitud de 900 metros por 30 metros de ancho, además de otra entoscada que tiene una longitud 675 metros por 30 metros de ancho. También dispone de un hangar de 20 metros por 20 metros y una habitación para el personal de vigilancia de las instalaciones. Tanto las instalaciones descriptas como las parcelas que ocupa el aeródromo, pertenecen a la Dirección de Aeronáutica de la Provincia de Buenos Aires. En esta institución se realizan ocasionalmente bautismo en salto en paracaídas, y han recibido se *brevet* por lo menos 30 pilotos.

En la localidad se emplazan dos clubes deportivos: el Club deportivo Villa Obrera ubicado en la calle 3 N° 1267, y el Fortín Club en la calle N° 24 s/n. Ambos poseen canchas de fútbol, salones donde se realizan campeonatos de ajedrez, patín, desfiles de modelos, bailes y otras actividades sociales, de recreación y esparcimiento.

Existen dos locales bailables en la zona. Uno de ellos denominado “La Barra” ubicado en la planta urbana de Pedro Luro y el otro, llamado “Q disco” el cual se encuentra emplazado en el Lago Parque La Salada y en temporada alta funciona como resto bar.

5.7.2.4. Otros

Se pueden visitar diversos locales comerciales los cuales ofrecen indumentaria, accesorios, artículos de bazar y alimentos. Existen también casas dedicadas a la venta de electrodomésticos y en su mayoría, de maquinarias y enseres para el trabajo agropecuario.

Si bien no existen locales específicos dedicados a la venta de artesanías, las mismas se comercializan de forma reducida en diversos negocios comerciales.

El municipio de Villarino posee oficinas de informes turísticos emplazadas en el Museo Regional y Misionero Juan Vecci y en el acceso a Lago Parque La Salada.

5.7.3. Instalaciones

En la actualidad la ciudad de Pedro Luro, cuenta con instalaciones específicas para el desarrollo de actividades termales y balnearias.

5.7.4. Infraestructura

Pedro Luro se encuentra situada sobre la Ruta Nacional N° 3 la cual nace en la ciudad de Buenos Aires y recorre, en sentido norte sur, más de 3.000 km hasta llegar a la provincia de Tierra del Fuego. Por esta razón, constituye una arteria principal para desplazarse hacia los destinos patagónicos.

El acceso a la localidad desde la mencionada arteria, se encuentra pavimentado en buen estado de conservación y con señalización adecuada. La conectividad con las localidades cercanas es buena y posee un control fitosanitario en el km 714, yendo en dirección norte-sur y otro, después de cruzar el río Colorado (siguiendo en el mismo sentido).

La pavimentación de la planta urbana es reducida, debido a que en la actualidad aún restan muchas arterias sin contar con el mencionado.

5.7.4.1. Transporte terrestre

Si bien la ciudad no cuenta con terminal de ómnibus los colectivos de pasajeros suelen hacer base en la estación de servicio Shell. De todas maneras, la mayor parte de los arribos se producen en automóviles o utilizando servicios de pasajeros en combis las cuales conectan a Pedro Luro con Bahía Blanca y Médanos:

- *Luro Bus*: ofrece servicio de transporte de pasajeros, cargas y encomiendas. Posee dos vehículos con disponibilidad de 34 plazas. Realiza viajes a Bahía Blanca desde Pedro Luro de lunes a viernes en dos horarios, a excepción de los fines de semana que sólo opera en un horario. Esta empresa también posee un colectivo que conecta con las localidades aledañas de Ascasubi y Mayor Buratovich, con horarios semanales y frecuentes.

- *Upa Bus*: ofrece servicio de pasajeros puerta a puerta, gestiones y encomiendas. Posee una combi con capacidad para 15 personas y realiza salidas a Bahía Blanca o Viedma, según la demanda.

Existe un servicio de remises los cuales realizan viajes locales y hacia otros pueblos cercanos, según la demanda.

Por su parte, el transporte ferroviario de pasajeros dejó de funcionar hace ya varios años debido a la disminución de la demanda y a los problemas de mantenimiento del tendido ferroviario, especialmente por la acumulación de arena en las vías que obligaban a detener el traslado por varias horas. Las vías corren en sentido norte-sur y con una longitud aproximada de 100 km, atraviesa la región una línea férrea que forma parte de la empresa Ferrosur Roca S.A. integrante del sistema de trocha ancha (1,67 m). Actualmente su uso se limita al transporte de carga.

5.7.4.2. Transporte aéreo

Como se ha mencionado anteriormente, la ciudad cuenta con un Aero Club que posee dos pistas, una de pavimento y otra entoscada, que permiten vuelos y aterrizajes de aviones de pequeño porte. Cuenta además, con un hangar y un avión escuela que se utiliza para prácticas de vuelo.

5.7.4.3. Servicios básicos

Pedro Luro se abastece de agua a partir de una planta potabilizadora con toma de agua cruda en el Río Colorado. La captación se encuentra 250 metros aguas arriba del puente de la ruta nacional N° 3 sobre el río Colorado. Una bomba sumergida colgada de un muelle bombea agua hacia la planta potabilizadora ubicada a 300 metros de la costa en dirección norte. Si bien existe en la localidad una red pública de agua a cargo de la prestataria Aguas Bonaerenses (ABSA), no todos los hogares tienen acceso a ella los cuales se abastecen de pozos poco profundos.

Durante el 2016 se finalizaron obras de cloacas que consistían en recambiarla cañería vieja de desagües cloacales. Hasta septiembre del año 2016, ABSA llevaba reemplazados un total de 1.560 metros de cañerías en la red cloacal, generando beneficios para el 60 % de la población. El plan de trabajo, contempla el recambio de 1700 metros de cañerías de PVC de 150, 200 y 250 milímetros de diámetro, un material moderno y más flexible que sustituye a las obsoletas cañerías (Prensa ABSA, 2016).

En Pedro Luro el prestador de servicio es la Cooperativa de Electricidad limitada de Pedro Luro (CELPL) que distribuye energía, no sólo en el casco urbano de la mencionada localidad, sino también en una extensa área rural. Toda la zona cuenta con abastecimiento eléctrico domiciliario así como alumbrado público.

El servicio de gas es provisto por la empresa Camuzzi Gas Pampeana. La cobertura es limitada y en determinadas áreas se emplean garrafas. Las áreas periféricas de la ciudad son las más perjudicadas con la falta de suministro de gas natural, sobre todo aquellos barrios que se fueron consolidando en el sector norte y este por el lado externo al canal Unificador III, cuya inversión de extensión de la red de gas, resulta más costoso de afrontar por parte de los habitantes de estos barrios.

El servicio de recolección de residuos es provisto por la Municipalidad de Pedro Luro, con apoyo financiero eventual de la Sociedad de Fomento.

5.7.4.4. Otros servicios

La ciudad cuenta con estaciones de servicio a cargo de las empresas YPF, SHELL y de GNC. Se evidencia la existencia de talleres mecánicos y de asistencia automovilística, así como para maquinaria rural.

En relación al ámbito educativo existen establecimientos de educación inicial, primaria, secundaria, de nivel medio, terciario universitario y no universitario, destacándose el Instituto de Nacional Tecnología Agropecuaria (INTA).

Los Bancos existentes en la localidad son el Banco de la Nación Argentina y el Banco de la Provincia de Buenos Aires.

Se brinda servicio de correos a través del Correo Argentino y se observan locutorios que poseen internet además de cabinas telefónicas.

El servicio de salud está conformado por el Hospital municipal "Juan A. Pradere" donde se brinda atención referida a medicina general, atención ambulatoria, internación con disponibilidad de 24 camas y diagnóstico.

5.8. Demanda turística

Debido a la inexistencia de registros fehacientes respecto a la demanda turística del sector no se puede establecer fehacientemente el perfil de los visitantes. Sin embargo, la mayoría de las llegadas se producen desde regiones aledañas, turistas atraídos por la actividad termal y turistas nacionales e internacionales, en camino hacia otros destinos patagónicos.

Debido a la escasez de datos, se tomará en consideración la información proporcionada por Lucio Serrón (2019) en la entrevista realizada la cual es algo recortada debido a que sólo poseen registros del último año y un estudio parcial de la demanda turística termal (Pérez, 2014) en el cual se realizaron 50 encuestas a visitantes en las termas de Pedro Luro. De esta manera, se pudo determinar lo siguiente:

- La procedencia de los visitantes es heterogénea, de ciudades bonaerenses (Bahía Blanca, Tandil, Tres Arroyos, Mar del Plata, Olavarría, entre otras), de otras provincias tales como Chubut, Santa Cruz y Río Negro y del exterior. El 52% de los encuestados concurre en pareja;
- Respecto a la permanencia en las termas, el 32% estuvo menos de un día, el 62% hasta tres días y el 6% entre 4 y 6 días. Lo mencionado se corresponde con el porcentaje obtenido al consultar si pernoctan en las termas, donde la respuesta afirmativa asciende al 68% de los encuestados;
- En función a la ocupación de los turistas se destaca la presencia de autónomos y empleados (40% y 38% respectivamente). Sobresalen también los jubilados con el 12% de representación;
- En cuanto al motivo de concurrencia se puede señalar que el 28% corresponde a excursión y el porcentaje restante por vacaciones,
- Respecto al medio de comunicación a través del cual conocieron las termas, el 48% indicó que fueron por referencias de terceros; el 22% por internet y el porcentaje restante, a través de otros medios de comunicación,
- Considerando el atributo más destacado de las termas, el 60% indicó que destacan las propiedades del agua,
- En referencia a la pregunta si regresarían a las termas el 98% respondió afirmativamente. Los motivos aducidos fueron: tranquilidad 58%, disfrute y/u ocio 18% y por enfermedad y/o tratamiento el 14%.

5.9. Evaluación del potencial turístico de la ciudad de Pedro Luro

5.9.1. Cuestionarios

5.9.1.1. Recursos

5.9.1.1.1. Recursos naturales

Tabla 61: Evaluación de los recursos naturales de Pedro Luro

Recurso	Diagnóstico	Calificación
Flora y fauna	Amplia diversidad de especies de flora y fauna endémicas, conservación de los hábitats y mínima contaminación de suelo y aire.	2
Actividades acuáticas turística diversas	Áreas sin contaminación del agua.	2
Lagos y lagunas	Pérdida de volumen de agua, proliferación de líquenes y contaminación.	1
Ríos y arroyos	Con pérdida de caudal y contaminación del agua.	1
Termas	Sin pérdida de caudal de aguas termales y mínima contaminación en el entorno natural.	2
Calificación promedio		1,6

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

5.9.1.1.2. Recursos culturales

Tabla 62: Evaluación de los recursos culturales de Pedro Luro

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Establecimientos agropecuarios	Apertura y disposición de propietarios pero falta de condiciones adecuadas de los establecimientos para la visita de turistas	1
Edificios y monumentos históricos y/o religiosos	Estado de conservación regular con atención continua	2
Patrimonio ferroviario	Estado de conservación regular sin atención continua	1
Fiestas anuales	Realización de eventos tradicionales y especiales	2
Eventos religiosos	Conservación de eventos religiosos autóctonos	2
Calificación promedio		1,6

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Combinando ambos resultados de los recursos, naturales y culturales, se obtiene el promedio aritmético de los *Recursos Potencialmente Turísticos* de Pedro Luro y su área de influencia.

$$RT = (1,6 + 1,6)/2 = 1,6$$

5.9.1.2. Equipamiento y servicios turísticos

5.9.1.2.1. Sector alojamiento

Tabla 63: Evaluación del sector alojamiento de Pedro Luro

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Hoteles	Disponibilidad de hoteles con servicios básicos.	1
Hoteles con habitaciones terapéuticas	Hoteles con amplia variedad de servicios para el descanso terapéutico de relajación y rehabilitación.	2
Casas y departamentos en alquiler	Disponibilidad permanente de casas y departamentos en alquiler con servicios adecuados	2
Cabañas en alquiler	Amplio número de cabañas en alquiler con disponibilidad permanente y adecuados servicios	2
Calificación promedio		1,75

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

5.9.1.2.2. Sector alimentación

Tabla 64: Evaluación del sector alimentación de Pedro Luro

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Restaurantes	Restaurantes con amplia variedad de alimentos y adecuada higiene	2
Parrillas	Escasez de establecimientos con atención e higiene adecuada	1
Restaurantes de comidas rápidas	Amplia disponibilidad de establecimientos con atención e higiene adecuadas	2
Envíos a domicilio	Amplia oferta de servicios de envío a domicilio	2
Calificación promedio		1,75

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

5.9.1.2.3. Sector esparcimiento

Tabla 65: Evaluación del sector esparcimiento de Pedro Luro

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Cines y teatros	Existencia de salas modernas con servicios adecuados, sin actividad constante	1
Bares y discotecas	Bares y discotecas con servicios básicos y baja calidad	1
Clubes deportivos	Clubes deportivos con variedad de actividades con disponibilidad de infraestructura e instalaciones	2
Eventos recreativos	Reducido número de eventos	1
Espacios verdes	Reducido número de espacios verdes	1
Servicios de salud por agua (spa's)	Centros con variedad de servicios y técnicas de salud sin atención profesional especializada en tratamientos terapéuticos	1
Actividades aéreas	Reducida variedad y deficiencia en las actividades aéreas	1
Actividades acuáticas	Amplia variedad de actividades acuáticas con deficiencia en los servicios	1

Balnearios	Reducido número de balnearios con deficiencia en los servicios	1
Calificación promedio		1,11

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

5.9.1.2.4. Sector otros equipamientos y servicios turísticos

Tabla 66: Evaluación otros equipamientos y servicios turísticos de Pedro Luro

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Locales comerciales	Locales comerciales con escasa variedad	1
Información turística	Disponibilidad eficiente de información turística	2
Calificación promedio		1,5

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

A partir de lo recabado, se concluye un diagnóstico favorable en relación al equipamiento y servicios en la localidad, especialmente en el sector alojamiento. Si bien la oferta resulta adecuada, en términos generales se puede observar que este segmento posee ciertas deficiencias en cuanto a calidad y variedad de sus prestaciones.

La calificación correspondiente a equipamiento y servicios turísticos se deduce de la media aritmética de los cuatro componentes que lo forman: alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios.

$$EST = (1,75 + 1,75 + 1,11 + 1,5) / 4 = 1,53$$

5.9.1.3. Instalaciones y servicios turísticos

Tabla 67: Evaluación de instalaciones de Pedro Luro

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Museos	Museos grandes y funcionales con mantenimiento continuo	2
Centros Culturales	Centros culturales con variedad de propuestas pero escasas instalaciones	1
Bibliotecas	Escasa variedad de libros y periódicos con buena atención	1
Fábricas	Actitud cordial y hospitalaria con los visitantes	2
Instalaciones para actividades deportivas y recreativas	Variedad de instalaciones con niveles mínimos de calidad	1
Instalaciones para actividades terapéuticas y de salud	Amplia variedad de construcciones para tratamientos de relajación y mejoramiento de la salud, con mantenimiento continuo	2
Muelles lacustres	Muelles lacustres con alta funcionalidad y mantenimiento permanente	2
Campings	Óptima oferta de zonas de campamento	2

	con suficiente capacidad y mínimas modificaciones en el entorno	
Calificación promedio		1,63

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Las instalaciones analizadas en general poseen aptitud para el desarrollo de diversas actividades a pesar que en ciertos casos se aprecian limitantes en la calidad y capacidad de los servicios. El resultado de la calificación de las instalaciones y servicios se resume en la siguiente ecuación:

$$\text{IST} = 1,63$$

5.9.1.4. Infraestructura general y turística

5.9.1.4.1. General

Tabla 68: Evaluación de transporte terrestre de Pedro Luro

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Vías carretera	Utilización de carreteras de doble circulación con buena cobertura y mantenimiento	1
Vías ferrocarril	Vías en uso actual con falta de mantenimiento y atención	1
Red de calles	Buena cobertura y básica red de calles	1
Terminal ferroviarias	Abandono y descuido en las estaciones debido a su reducida utilización	1
Terminal de ómnibus	Carencia de terminal de ómnibus	0
Señalización	Amplia disponibilidad de señalización informativa, preventiva y restrictiva	3
Servicios	Servicio de abastecimiento de combustible reparaciones, auxilio vial y servicios sanitarios con disponibilidad permanente y de calidad	2
Calificación promedio		1,29

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Tabla 69: Evaluación de transporte aéreo de Pedro Luro

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Aeropuertos	Ausencia de aeropuerto	0
Aeródromos	Pequeños con precarias instalaciones	1
Servicios	Servicios deficientes de reparación	1
Calificación promedio		0,66

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Tabla 70: Evaluación del sector comunicaciones de Pedro Luro

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Infraestructura de comunicación (oficinas de correos, centrales)	Oficinas y correos con limitada cobertura y deficiencias operativas	1

telefónicas)		
Servicios (distribución de cartas, telefonía, internet, transferencia electrónica de información)	Servicios con limitaciones en la entrega, conexión hacia el exterior y cobertura	1
Calificación promedio		1

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Tabla 71: Evaluación del sector salud de Pedro Luro

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Hospitales y clínicas	Limitado número de hospitales de acceso general	1
Servicios (médicos, paramédicos, ambulatorios)	Servicios médicos básicos	1
Calificación promedio		1

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Tabla 72: Evaluación del sector servicios urbanos de Pedro Luro

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Servicio de agua	Amplia cobertura en las redes de distribución de agua	2
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
Calificación promedio		1,66

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Tabla 73: Evaluación del sector energía de Pedro Luro

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Red eléctrica (suministro doméstico, alumbrado público)	Abastecimiento oportuno y confiable de energía eléctrica	2
Abastecimiento de combustible (estación de servicio y/o gas)	Suficiente abastecimiento de estaciones de servicio y gas en la región	2
Calificación promedio		2

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

El resultado de la calificación de la infraestructura general y servicios se deduce del promedio de las variables analizadas en la tabla y se resume en la siguiente ecuación:

$$\text{IGS} = (1,29 + 0,66 + 1 + 1 + 1,66 + 2) / 6 = 1,27$$

5.9.1.4.2. Turística y servicios

Tabla 74: Evaluación de infraestructura turística de transporte terrestre de Pedro Luro

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Accesos especiales a destinos	Existencia de caminos rurales y carreteras de doble circulación en buen estado para arribar a los destinos turísticos	1
Acceso y espacios de paradores turísticos	Escasa paradas y con deficiencias en los servicios	1
Señalización turística	Señalización turística clara y confiable	2
Módulos de información turística	Reducido número de oficinas de información turística.	1
Calificación promedio		1,25

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Tabla 75: Evaluación de infraestructura turística de transporte aéreo de Pedro Luro

Componentes	Diagnóstico	Calificación
Servicios especiales	Falta de servicios especiales de transporte aéreo	0
Calificación promedio		0

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

La infraestructura de la ciudad de Pedro Luro se encuentra en un nivel regular, donde la infraestructura general es relativamente buena pero aquella específica para la actividad turística aún adeuda bastante esfuerzo.

Para obtener el valor definitivo, se recuerdan las calificaciones de cada infraestructura y se realiza el siguiente cálculo:

$$\text{IT} = (1,25 + 0) / 2 = 0,63$$

Finalmente, como promedio de ambas, tanto infraestructura general como específica a la actividad turística, la puntuación resulta de la siguiente manera:

$$\text{IS} = (1,27 + 0,63) / 2 = 0,95$$

5.9.1.5. Mercado turístico

La presente sección presenta la particularidad de haber sido evaluada de manera sesgada debido a la ausencia de registros sobre el arribo de turistas a la localidad. Por lo mencionado, se ha realizado la calificación correspondiente teniendo en consideración los datos recabados mediante el trabajo de campo realizado y a los aportes obtenidos de estudios previos realizados en la localidad (Pérez, 2014).

Tabla 76: Evaluación de la demanda turística de Pedro Luro

Componentes	Diagnóstico	Calificación
-------------	-------------	--------------

Afluencia turística actual		
Turistas locales	Visitas específicas al sitio de turistas locales	2
Turistas nacionales	Visitas específicas al sitio de turistas nacionales	2
Turistas internacionales	Visitas ocasionales y/o de paso por encontrarse en la trayectoria hacia otros destinos	1
Estadía promedio		
Turistas locales	Sin estadía	0
Turistas nacionales	Estadía mayor a dos noches	2
Turistas internacionales	Estadía mayor a dos noches	2
Gasto promedio		
Turistas locales	Menos de \$500 por persona	1
Turistas nacionales	Mayor de \$500 por persona	2
Turistas internacionales	Mayor de \$500 por persona	2
Calificación promedio		1,56
Publicidad y comercialización		
Organismo promotor	Organismo regional	1
Publicidad regional	Publicidad regional compartida y ocasional	1
Publicidad nacional	Publicidad compartida y ocasional a nivel nacional	1
Publicidad internacional	Ausencia de publicidad internacional	0
Comercialización	Comercialización específica del sitio	2
Calificación promedio		1

Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

Por lo expuesto la calificación promedio de la demanda turística es el resultante de la siguiente ecuación:

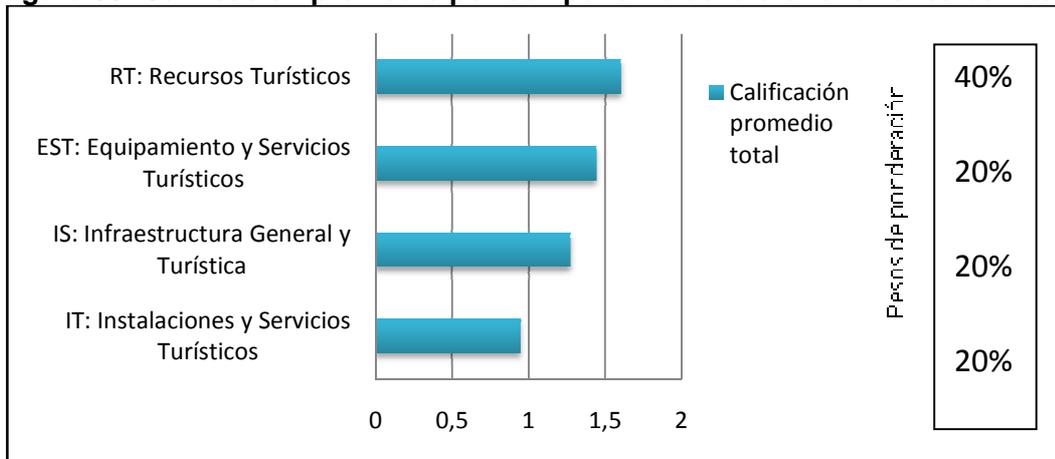
$$D = (1,56 + 1) / 2 = 1,28$$

5.9.2. Índice de potencialidad turística de Pedro Luro

5.9.2.1. Calificación ponderada total de la oferta turística

En el siguiente gráfico se especifican las calificaciones promedio de los componentes de la oferta turística, según los datos obtenidos en los cuestionarios elaborados anteriormente y se recuerdan los pesos de ponderación que establece la metodología utilizada.

Figura 33: Calificación promedio por componente de la oferta turística de Pedro Luro



Fuente: Gambarota, D. (2019).

Seguidamente se especifica la ecuación que determina el valor del índice final de potencialidad de la oferta turística de Pedro Luro, tomando los promedios obtenidos de cada componente y sus respectivos pesos de ponderación:

$$O = (0,4 RT) + (0,2 EST) + (0,2 IST) + (0,2 IS)$$

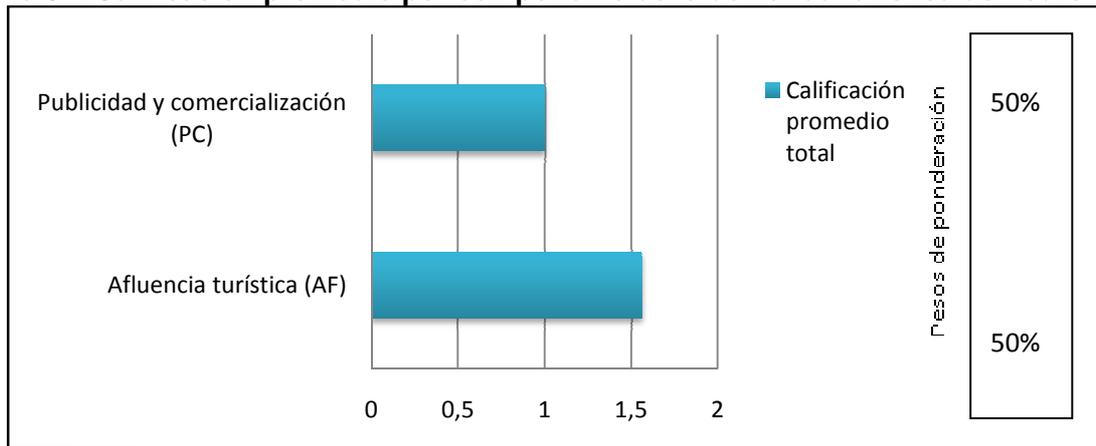
$$O = (0,4 \times 1,6) + (0,2 \times 1,53) + (0,2 \times 1,63) + (0,2 \times 0,95)$$

$$O = 1,46$$

5.9.2.2. Calificación ponderada total de la demanda turística

De la misma manera, en la siguiente figura, se detallan los resultados de las calificaciones promedios referentes a la demanda turística.

Figura 34: Calificación promedio por componente de la demanda turística de Pedro Luro



Fuente: Gambarota, D. (2019).

Según la metodología propuesta se toma los promedios obtenidos de cada componente de la demanda, para realizar el cálculo final alcanzando así el índice que calificará la demanda de la localidad.

$$D = (AF + PC) / 2$$

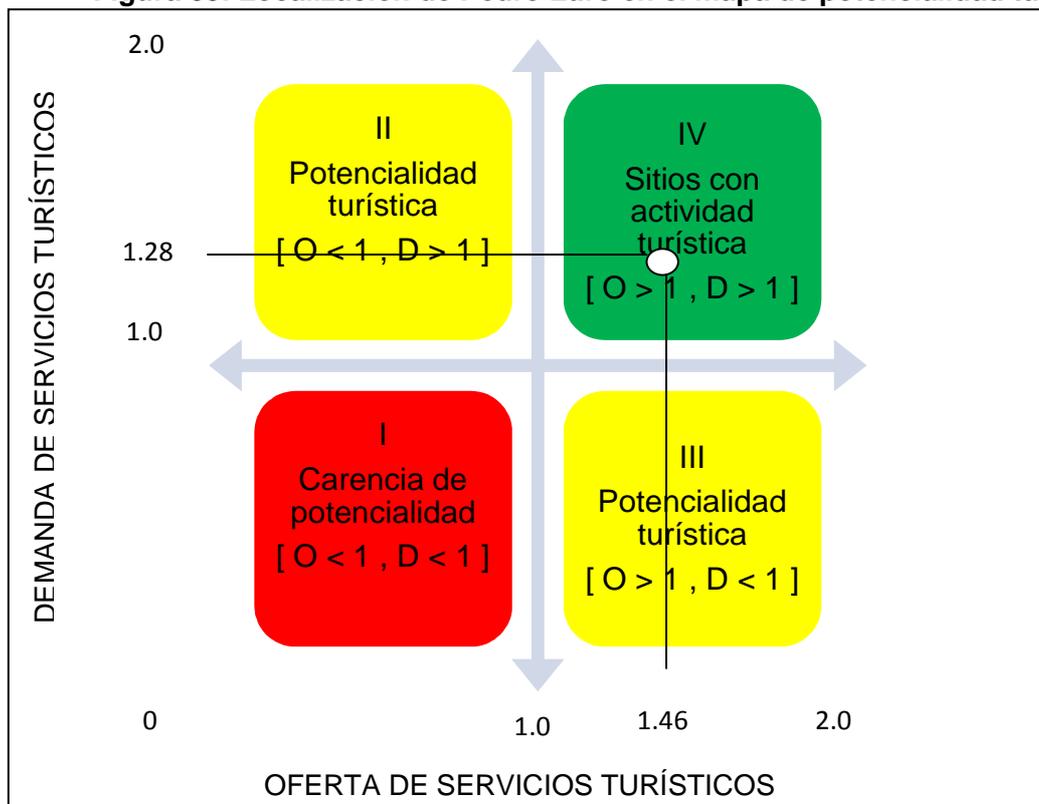
$$D = (1,56 + 1) / 2$$

$$D = 1,28$$

5.9.3. Localización de Pedro Luro en el mapa de potencialidad turística

Las coordenadas obtenidas del Índice de Potencialidad Turística y su área de influencia corresponden a un valor de oferta mayor a uno (1,44) y un valor de demanda mayor a uno (1,28), ubicándose así en el cuadrante VI del mapa de potencialidad turística (Figura 35). Esto significa que Pedro Luro actualmente se encuentra desarrollando la actividad turística.

Figura 35: Localización de Pedro Luro en el mapa de potencialidad turística



Fuente: Gambarota, D. (2019). Elaboración propia en base a SECTUR (2010).

5.10. Diagnóstico

A partir de la información recopilada en el trabajo de campo, así como de su posterior análisis y evaluación a través de la metodología utilizada, se pueden mencionar las siguientes observaciones:

La ciudad de Pedro Luro se encuentra ubicada en una posición estratégica gracias a la conexión que posee tanto hacia al norte como el sur de la Argentina a través de la ruta troncal N° 3, presentando un buen estado la carretera en el trayecto que llega a la localidad.

Como puede observarse en el resultado de la evaluación del potencial turístico realizado, Pedro Luro posee condiciones aptas para el desarrollo de la actividad turística, siendo un flujo ya existente en la misma. Si bien los principales atractivos son representados por el manantial termal, el Lago Parque La Salada y el Fortín Mercedes, cuenta con un racimo de emprendimientos particulares, vestigios y edificios históricos capaces de complementar la oferta.

La ciudad posee diversidad de atractivos abarcando el patrimonio histórico-cultural y religioso de la zona, áreas de esparcimiento al aire libre con la posibilidad de realizar deportes acuáticos y amplios servicios para el mejoramiento de la salud y el descanso a partir del disfrute de las aguas termales. Los acontecimientos programados tales como las convocatorias religiosas, las competencias deportivas y los encuentros de artesanos y de coros, atraen la mirada de los visitantes. Sin embargo, el desarrollo de las mismas es de frecuencia anual, realizándose en períodos de tiempo muy prolongados entre sí.

Algo similar ocurre con la disponibilidad, calidad y variedad de los servicios turísticos en general, los cuales resulta preciso mejorar. El equipamiento e instalaciones, por su parte, responden con buen nivel a las demandas actuales pero en general son escasos. Se debería optimizar las prestaciones considerando que gran parte de las llegadas de turistas no responden a una estacionalidad determinada, si bien se observan temporadas de mayor afluencia de visitantes.

La infraestructura general de la ciudad es buena, siendo en particular la turística la que debería mayor relevancia, especialmente en lo referido al transporte terrestre y aéreo.

5.10.1. Análisis FODA

Entre las *fortalezas* se reconocen las siguientes:

- Conectividad con todo el país a través de la ruta Nacional N° 3, en buen estado de conservación,
- Ubicación estratégica en las puertas de la Patagonia Argentina,
- Existencia de actividad turística en la localidad gracias a la presencia de diversos atractivos que suscitan el interés de los visitantes entre ellos patrimonio histórico-cultural, religioso y termal,
- Buena predisposición de los pobladores locales para recibir turistas,
- Existencia de áreas de esparcimiento al aire libre,
- Buena disponibilidad de alojamiento,
- Existencia de oficinas de informes turísticos,
- Adecuados servicios de salud, comunicación y educación,
- Seguridad y tranquilidad.

Debilidades:

- Escasa conciencia turística en la comunidad,
- Falta de integración con otros centros turísticos cercanos,
- Inadecuada programación de acontecimientos y eventos programados,
- Ausencia de apoyo estatal a nivel nacional,
- Escasa flexibilidad horaria en la atención al público en los locales comerciales,
- Ausencia de registros de arribos de turistas a la ciudad,
- Inexistencia de una imagen de marca turística local,
- Falta de infraestructura adecuada para el transporte aéreo y terrestre,
- Ausencia de promoción turística comercial.

Oportunidades:

- Auge del turismo a nivel mundial, con una marcada revalorización de los destinos locales,
- Posibilidades de articulación con otros destinos de la región,
- Aumento del turismo interno debido a la situación económica que transita el país,
- Posibilidad de conformar una imagen de marca turística con otros centros cercanos a fin de promover conjuntamente el turismo termal.

Amenazas:

- Competencia directa con otros destinos cercanos turísticamente consolidados,
- Aumento de las exigencias de los turistas respecto a la calidad de los servicios,
- Inexistencia de apoyo económico por parte del estado provincial y nacional.

**PARTE III:
Estrategia de desarrollo territorial
a partir de una ruta turística termal**

CAPÍTULO VI

“Una propuesta para su implementación”

6.1. Diagramación y conformación

Como se ha mencionado anteriormente, para la conformación de una ruta turística, se deben tener en cuenta una serie de etapas que deben cumplimentarse. A continuación, y en base a los datos aportados por cada una de las Direcciones de Turismo de los Municipios intervinientes, los establecimientos relacionados directamente con la actividad termal del partido de Villarino y los datos recopilados mediante el trabajo de campo realizado en cada una de los nodos, se realiza la descripción de las etapas cumplimentadas para la puesta marcha de la “Ruta termal del Sudoeste bonaerense”, conforme al modelo desarrollado en el apartado metodológico (Navalón, 2014).

6.1.1. Análisis de las bases territoriales turísticas

Considerando los resultados obtenidos en los apartados precedentes, donde se ha realizado el estudio de mercado para caracterizar la oferta y la demanda, recopilando información a nivel físico geográfico; geología, relieve, clima, hidrografía, flora, fauna, socio económico y turístico de cada localidad propuesta para que forme parte de la ruta turística, se ha podido establecer que la viabilidad del recorrido de la “Ruta Turística Termal del Sudoeste Bonaerense”, está dada por la cercanía entre los partidos así como los nodos intervinientes, los cuales se encuentran en un recorrido aproximado de 150 km.

Tabla 77: Distancia entre localidades del recorrido por carretera

Localidades	Distancia (km)	Tiempo en auto (min)	Rutas
Bahía Blanca - Médanos	46	45	RN N° 3 - RN N° 22
Médanos - Pedro Luro	87	75	RN N° 22 - RN N° 3

Fuente: Gambarota, D. (2019).

En cuanto a las vías de comunicación que conectan los nodos, las rutas nacionales N° 3 y N° 22, se constituyen en los ejes centrales que permiten conectar este recorrido.

La ruta que se pretende diseñar tiene como temática principal el desarrollo de actividades turísticas, recreativas y de salud, mediante el aprovechamiento de los recursos termales y culturales y naturales complementarios, existentes en cada localidad interviniente.

El diseño de la Ruta, plantea que se desarrolle como una ruta auto guiada mediante la utilización de material promocional que facilite la comprensión de la zona visitada y que brinde a su vez orientación e información con relación a los atractivos y actividades que se despliegan en las localidades comprendidas, o, guiada por personal capacitado a través de su contratación en agencias de viaje.

Se requiere que se incorpore a las oficinas de información turística ubicadas al inicio de la ruta, material informativo y de orientación al turista, que informe al turista sobre la misma, además de la instalación de señalización y el emplazamiento de paneles informativos en la ruta que sirvan de guía al turista.

En relación con el alojamiento y restauración, se pudo constatar gracias al relevamiento realizado, que las localidades cuentan con diversidad que permitiría hacer frente a la potencial demanda, convirtiéndose en oportunidades de desarrollo de nuevos emprendimientos.

En lo que a la información se refiere, al visitante potencial se llegará primordialmente mediante la promoción de la ruta termal en la web y en ferias y exposiciones. A nivel de destino, mediante las oficinas de turismo en cada localidad. En tanto que la señalética en el transcurso del circuito, y la existencia de material informático tales como por ejemplo mapas interactivos, deberá ser desarrollada. En la siguiente tabla se puede observar un resumen de los principales servicios por localidad.

Tabla 78: Principales servicios disponibles por localidad interviniente

Ciudades	Alojamiento	Restauración	Oficinas de Turismo	Asistencia médica
Bahía Blanca	21	159	2	8
Médanos	5	14	1	1
Pedro Luro	16	18	2	1

Fuente: Gambarota, D. (2019).

6.1.2. Definición de los objetivos

La ruta se plantea con la doble finalidad de favorecer al desarrollo turístico–recreativo del área mediante la diferenciación de la oferta turística existente por un lado, y por el otro, con la de potenciar todas las actividades relacionadas con este producto termal específico. En pos de conseguir la meta expuesta, se han definido una serie de objetivos que se detallan a continuación:

- Proporcionar un atractivo distintivo para la ciudad de Bahía Blanca,
- Revalorizar a partir de la temática termal, atractivos existentes y el conjunto de actividades que se desarrollan en los municipios intervinientes,
- Potenciar el turismo de la región y fortalecer cada destino bonaerense,
- Favorecer la cooperación territorial entre los municipios de los partidos de Bahía Blanca y Villarino,
- Movilizar y poner en valor el conjunto de los recursos locales del territorio con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las comunidades, en lugar de promover únicamente el turismo como una actividad específica desintegrada del contexto descripto.

En lo que se refiere al visitante de la ruta, éste es un recorrido concebido para disfrutar de los beneficios saludables como recreativos que brindan las termas, conocer los atractivos complementarios presentes en las localidades y promover el turismo de la región. Si bien su diseño busca atraer a actuales consumidores del producto termal que visitan otros centros más alejados y visitantes regionales, está destinado a todos aquellos que tengan la necesidad de acercarse, sea cual fuere la motivación.

6.1.3. Organización del producto de las rutas turísticas

Esta instancia está conformada por los elementos que forman parte esencial de la ruta, constituyendo el producto turístico – recreativo.

6.1.3.1. Inventario y jerarquización de los recursos

Se realizó un diagnóstico de la actividad termal en los municipios intervinientes del partido de Villarino y en la localidad de Bahía Blanca, se efectuó un estudio de prefactibilidad de instalar un centro termal, con el objetivo de conocer cuál es el respaldo que tendría el proyecto.

Mediante un relevamiento a través de fichas se procedió a identificar el recurso de base así como los atractivos complementarios que integrarían la ruta, por cada uno de los Municipios. Seguidamente, se volcará un pequeño detalle de la información recabada para las mismas, organizada por localidad y diferenciando atractivo base de los complementarios.

Tabla 79: Atractivo base y complementarios diferenciados por localidad

Atractivos	Localidades		
	Bahía Blanca	Médanos	Pedro Luro
Base	Centro Termas de la Bahía	Complejo Termal Termas de Médanos	Hotel y Spa Termas de Luro
Complementarios	- Centro histórico y comercial	- Acontecimientos programados	- Acontecimientos programados

	<ul style="list-style-type: none"> - Gral. Daniel Cerri - Cabildo - Ing. White - Puerto y Polo Petroquímico - Barrios y parques - Museos - Teatros - Clubes deportivos - Historia ferroviaria - Balneario Maldonado - Reserva Natural - Acontecimientos programados - Eventos y Congresos - Centros de compras y entretenimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Salinas - Bodega - Edificios históricos - Sinagoga y cementerio judío - Clubes deportivos 	<ul style="list-style-type: none"> - Complejo Fortín Mercedes - Museo - Productos regionales - Historia ferroviaria - Lago parque La Salada - Río Colorado
Regionales cercanos	<ul style="list-style-type: none"> - Pehuen C6 - Monte Hermoso - Comarca Serrana 	<ul style="list-style-type: none"> - Chapalc6 - Laguna Chasic6 - Nicolás Levalle 	- La Chiquita

Fuente: Gambarota, D. (2019).

6.1.3.2. Definición de la estructura de servicios y diseño del producto

La ruta turística termal, pretende ser presentada como un producto integral de la región del sudoeste bonaerense, por tal razón los distritos intervinientes deberán trabajar conjuntamente a la hora de definir los procedimientos a seguir a fin de concretar la estructura del circuito y la prestación de los servicios requeridos. En la siguiente figura se observan los distritos de Bahía Blanca y de Villarino los cuales conformarán el "Sudoeste Termal".

Figura 36: Distritos que conforman el Sudoeste Termal Bonaerense

Fuente: Gambarota, D. (2019).

A continuación se presentan una serie de propuestas tentativas referidas al itinerario de la ruta propiamente dicha, la cartelería que resultaría imperiosa incorporar en el recorrido y la capacitación de recursos humanos a fin de lograr una óptima relación con los visitantes.

Propuesta de recorrido por las tres localidades, duración: 4 días, 3 noches

Día 1:

El recorrido comienza en la localidad de **Bahía Blanca**, donde se pasará la mayor parte de la jornada disfrutando del centro termal "Termas de la Bahía". El mismo, cuenta con piletas de aguas termales cubiertas o al aire libre dependiendo del clima, ofrece la posibilidad de relajarse en el spa, realizar actividades deportivas en el gimnasio o al aire libre en las canchas dispuestas para tal fin. También cuenta con sector de fogones para quienes opten por almorzar al aire libre.

Por la tarde se podrán realizar diferentes paseos así como diversas actividades culturales y recreativas según la época del año (puerto, museos, acontecimientos programados, ferias, congresos y convenciones, entre otros).

Un recorrido por el centro le permitirá conocer los principales edificios históricos, realizar compras o simplemente caminar por las peatonales. Otra opción es la visita a los principales shoppings en los cuales la oferta de entretenimiento es variada y para todas las edades.

El turista podrá optar entre los diversos tipos de alojamientos disponibles en la localidad así como elegir entre las diferentes ofertas de restauración, lo cual permitirá un variado abanico de opciones según las

preferencias de cada turista y, a nivel local, promoverá un impulso comercial de los establecimientos mencionados.

Si se desea extender la cantidad de días en la localidad de Bahía Blanca, se podrán visitar otros centros cercanos a la misma tales como: los balnearios Pehuen Có, Monte Hermoso y la Comarca Serrana (Saldungaray, Villa Ventana, Sierra de la Ventana, San Andrés de la Sierra, Villa Serrana la Gruta) localidades ubicadas en un rango de 100 km aproximadamente de distancia de la ciudad de Bahía Blanca que brindan a los visitantes variados atractivos turísticos.

Día 2:

Se comienza por la mañana el viaje hacia **Médanos** ciudad cabecera del partido de Villarino, donde se accederá al "Complejo Termas de Médanos" para disfrutar de la tranquilidad de 10 hectáreas parqueada, sus 7 piletas recreativas cubiertas, su pileta al aire libre habilitada en la época estival, el lago artificial de aguas termales que permite la realización de paseos en kayak y el avistaje de fauna, el espacio con fogones o tratamientos de spa.

Entre los atractivos complementarios más relevantes se pueden mencionar los siguientes: Bodega AlEste la cual brinda recorridos guiados, degustación y adquisición de productos; un recorrido por la mezquita y el cementerio judío los cuales corresponden a vestigios de los primeros en poblar estas tierras.

Al igual que en Bahía Blanca, el visitante podrá optar entre las opciones de alojamiento y restauración disponibles en la ciudad de Médanos.

Otros atractivos cercanos a la ciudad que pueden visitarse extendiendo la estadía son: la Laguna Chasicó ideal para la práctica de la pesca, el balneario La Chiquita y la localidad de Nicolás Levalle donde una vez al mes se organiza en una restaurada estación del ferrocarril tardes de té con masas y realización de actividades culturales y recreativas.

Día 3:

Por la mañana se emprende el viaje hacia el último nodo que integra esta ruta, **Pedro Luro** segunda ciudad más importante del partido de Villarino.

Se accederá al "Hotel y Spa Termas de Luro", donde se disfrutará de las propiedades curativas de las aguas termales y tratamientos de spa. Los viajeros que así lo decidan podrán alojarse en el mismo, disfrutar de su restaurante y cervecería artesanal, siendo otra de las opciones disponibles, abonar solo el pase diario para disfrutar de los baños termales sin acceso a las habitaciones del hotel.

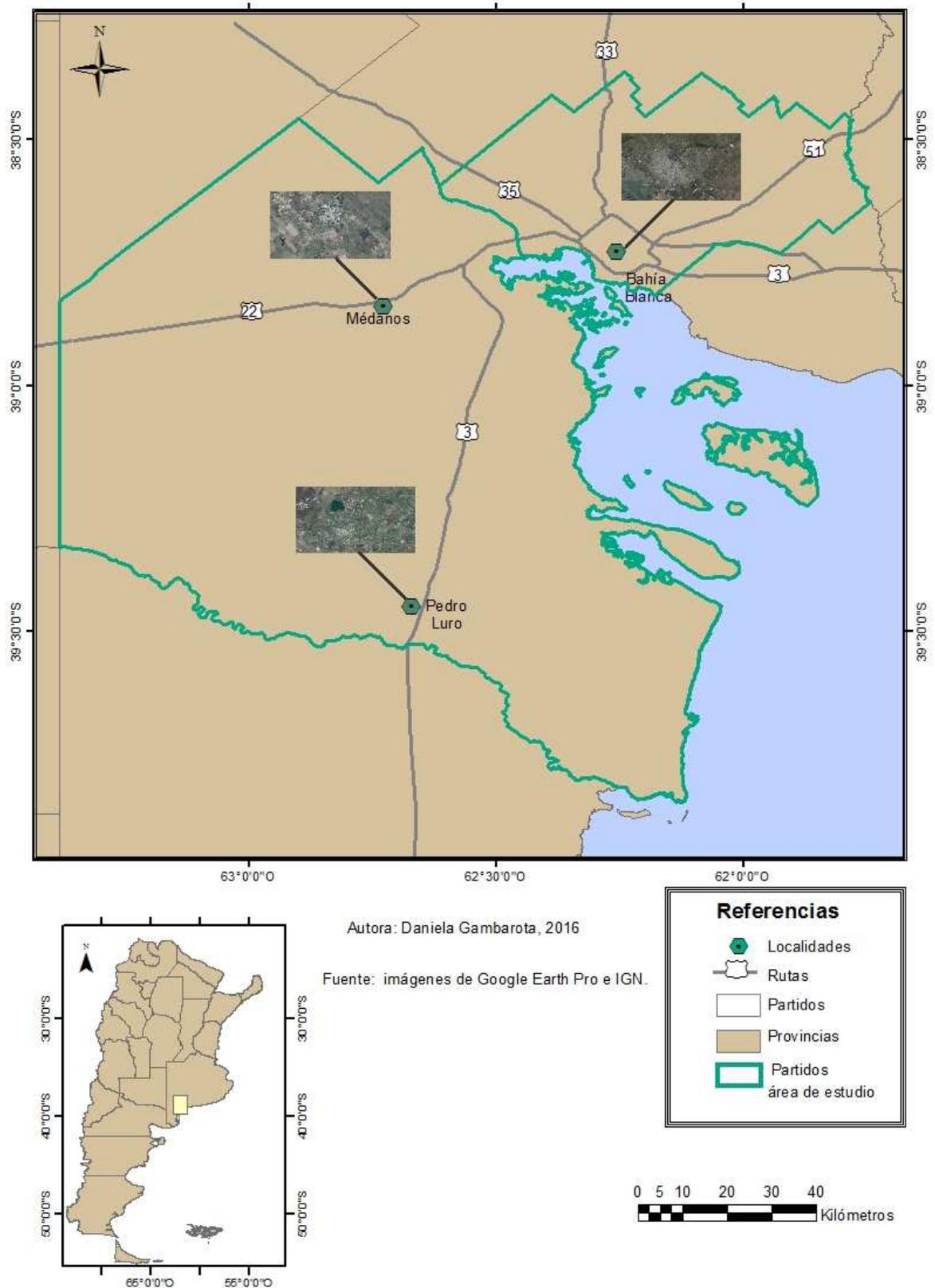
Además del recurso termal, los atractivos turísticos complementarios que se pueden conocer en esta localidad son: el complejo Fortín Mercedes, la estación del ferrocarril y el Río Colorado.

Los que deseen extender los días propuestos, pueden visitar la laguna La Salada distante a unos 7 km. de la ciudad de Pedro Luro, disfrutar de la naturaleza y de la posibilidad de realizar diversas actividades deportivas y de sol y playa.

Día 4:

Luego de desayunar, se da término al itinerario planteado quedando a criterio de los viajeros emprender el regreso a su lugar de origen o continuar hacia otro destino.

Figura 37: Mapa de la ruta turística termal del Sudoeste Bonaerense



Propuesta de cartelería

Si bien se hizo un análisis sobre las rutas de acceso a las distintas localidades seleccionadas, que se encuentran todas asfaltadas y en buen estado, es necesario hacer un control permanente de las rutas y mejorar la señalización de las mismas para brindar una mejor accesibilidad a todas las ciudades y a todos los atractivos turísticos que poseen. Se propone completar cada tramo entre las localidades que integran la Ruta Turística Termal con cartelería informativa sobre los atractivos a visitar y, de esta manera, lograr articular todo el circuito.

Propuesta de capacitación de recursos humanos

Es necesario dictar cursos y talleres de capacitación sobre turismo termal en las distintas localidades intervinientes en la ruta orientados a aquellas personas involucradas en las actividades turísticas, para adquirir un conocimiento técnico, teórico y práctico del mismo. Así se logrará una mejor atención al turista, con un contacto personalizado y ofreciendo un servicio completo de calidad e información.

6.1.3.3. Comunicación y comercialización

La denominación propuesta para el nuevo producto es “Ruta termal del sudoeste bonaerense”, conformando una oferta integral entre dos distritos contiguos con un atractivo base en común: el termal. Se pretende que la mencionada sea identificada con una imagen de marca en común: Ruta Termal del Sudoeste, una caricia para el cuerpo y el alma.

A fin de contextualizar la ruta se arribó a la conformación de la marca gráfica, plasmada en la siguiente figura.

Figura 38: Marca de la Ruta Termal del Sudoeste Bonaerense



Fuente: Gambarota, D. (2019).

Esta marca será utilizada también para dar imagen a la ruta en las propuestas del diseño de los letreros de señalización turística.

Se realizará un impreso promocional a fin de brindar la información necesaria sobre la Ruta Termal. La impresión del díptico será en formato A4, siendo el presentado a continuación el diseño propuesto.

Figura 39: Despliegue exterior del díptico promocional



Fuente: Gambarota, D. (2019).

Disposición de la información de la portada del díptico:

1. Marca de la ruta
2. Listado horizontal de las localidades incluidas en la ruta, así como la provincia.
3. Fotos referenciales de los nodos que integran de la ruta

Disposición de la información de la contraportada del díptico:

4. Espacio total destinado para los logos de instituciones gubernamentales intervinientes.

Figura 40: Despliegue interior del díptico promocional

Localidades	Distancia (km)
Bahía Blanca - Médanos	46
Médanos - Pedro Luro	87

Mayor información

Bahía Blanca
(0291) 154390122
(0291) 4815944

Médanos y Pedro Luro
(02927) 4332201
Interno 132

Referencias

- Localidades
- Rutas
- Partidos
- Provincias
- Partido
- Area de estudio

Termas de la Bahía

La experiencia por la Ruta Termal del Sudoeste Bonaerense inicia en Bahía Blanca, una localidad portuaria, de servicios y cultural, puerta hacia el sur Argentino. Allí se encuentra el centro "Termas de la Bahía", ideado para ser un oasis de disfrute en la ciudad y gran diversidad de atractivos que invitan a recorrerla.

Transitando por la ruta nacional N° 3 y luego por la ruta nacional N° 22, se accede a Médanos. Se encuentra a tan solo 40 minutos Bahía Blanca, y en el km 7375 se arriba al complejo "Termas de Médanos" en el que se pueden disfrutar de 18 hectáreas forestadas que le permitirá encontrarse con la naturaleza. Posee un sector de camping y fogones, 7 piletas cubiertas con diferentes temperaturas y un lago termal artificial con tilapias del Nilo.

Siguiendo el recorrido, se regresa a la ruta N° 3, con destino hacia Pedro Luro. Al llegar al km. 809 a 400 metros a la derecha, se emplaza el "Hotel y Spa Termas de Luro" en el que se ofrecen piscinas de agua termal, restaurante, parque, parador y playa privada en la costanera del río Colorado.

Ruta Termal del Sudoeste Bonaerense te invita todo el año a disfrutar de la misma cuenca y diferentes experiencias.

Termas de Luro HOTEL & SPA

Ruta 3, Km. 809 - Pedro Luro, Argentina
Cel. 0291 15 6493194
termasdeluro@gmail.com

Termas de Médanos
Ruta Nacional 22
Km 7375
Médanos
Buenos Aires
Argentina

Fuente: Gambarota, D. (2019).

Disposición de la información del despliegue interior:

1. Mapa con ubicación y trazado de la ruta
2. Reseña turística sencilla de localidades y atractivos con fotografías.
3. Resumen de distancias terrestres en km. de cada tramo de la ruta.
4. Contactos importantes.

A continuación, se detalla a través de que organismos y cómo se realizaría la comunicación y difusión de la Ruta.

Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires

Gestionar que la Subsecretaría de Turismo de la Provincia promocióne la ruta se garantizaría su presencia en Ferias Internacionales y Nacionales de la actividad turística en las que la provincia participa con habitualidad, mediante stands y folletería.

En el sitio web del organismo (www.buenosairestur.ar) se podría acceder a una descripción de la ruta, con folletería digital de su ubicación y rutas de acceso, además de breve descripción y vías de comunicación de los establecimientos que la integran.

También periódicamente, y a través del Facebook (Turismo PBA) y Twitter (Turismo PBA y Subs Turismo PBA) oficiales de la Subsecretaría, se da difusión a los productos de la Provincia.

Direcciones de Turismo Municipales

El papel que tendrá cada uno de los Entes y Direcciones de Turismo involucrados será central para conformar un producto común mediante el trabajo colaborativo, que les permitiera potenciar el turismo de la región y fortalecer las propuestas de cada destino particular, conectando y articulando las necesidades e intereses de los niveles, locales, regionales y provinciales, tanto en ámbito público como privado.

El rol de los organismos locales de turismo será destacado debido a que en la mayoría de los casos son los que actúan como el primer contacto del potencial visitante, e incluso los que promueven o generan la necesidad de conocer el recurso.

En esta instancia la Ruta se promocionaría a través de folletería oficial de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia disponible en cada ente o Dirección; mediante el asesoramiento de quienes se acercan en busca de opciones de visita en cada una de las localidades; a través de sus plataformas digitales, ya sea sitio web de turismo, Facebook o Twitter; y ofreciendo folletería generada por los establecimientos que prestan el servicio.

También se constituye en una forma de difusión la que cada uno de los organismos realiza en encuentros regionales y nacionales de la actividad turística, y en la que la oferta del producto se encuentra presente.

Establecimientos que ofertan el producto “Ruta turística termal del Sudoeste Bonaerense”

Los centros termales deberán brindar información actualizada tanto en sus dependencias y sitios web. Realizar la promoción mediante redes sociales, a través de medios radiales y gráfica. Para ello es fundamental el aporte de las Direcciones de Turismo locales en su difusión.

Otra forma de promoción es la participación de distintos eventos turísticos y fiestas locales y provinciales como en el caso de Médanos en la fiesta Nacional del Ajo, la fiesta del Camarón y el Langostino o la FISA en Bahía Blanca.

6.1.3.4. Prestación del servicio y gestión

Una vez que la ruta termal se encuentre en funcionamiento, se tratará de identificar si el producto ha sido aceptado por el mercado. Para tal fin se pedirá que en cada establecimiento termal y hotelero, así como a las diversas oficinas de información turística se le solicite al visitante, realizar una encuesta de satisfacción respecto a los servicios brindados, así como de las deficiencias y/o demandas insatisfechas que han percibido. Además se tratará de determinar mediante las mismas, la motivación, procedencia, entre otros datos a fin de lograr una caracterización de la demanda del producto termal.

Los entes encargados de supervisar el desenvolvimiento del producto turístico en cuestión, deben ser primeramente los establecimientos termales con una participación directa de los estados municipales intervinientes a través de las respectivas direcciones de turismo.

De ser necesarias, se deben establecer las pautas de mejora y modificación. Asimismo, en relación con la gestión, se deben ir interpretando los datos que vayan recibiendo de los turistas para ir adaptándose a sus necesidades.

6.2. Diagnóstico

A continuación se realiza un análisis FODA en el que se puede observar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas identificadas de la ruta termal del sudoeste bonaerense.

6.2.1. Análisis FODA

Tabla 80: FODA de la ruta termal

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Presencia del recurso termal en los distritos de Bahía Blanca y Villarino, - Existencia de centros termales en funcionamiento en las localidades de 	<ul style="list-style-type: none"> - Escasa difusión y promoción del termalismo entre las localidades seleccionadas para conformar la ruta turística, - Inexistencia de trabajo en conjunto entre las

<p>Médanos y Pedro Luro sumado a la factibilidad de instalar un establecimiento en Bahía Blanca,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variada oferta en relación a atractivos complementarios tanto locales como regionales cercanos, - Adecuada infraestructura, equipamiento y servicios en todas los nodos propuestos, - Actitud proactiva de los responsables de los centros termales y los organismos municipales consultados, - Inexistencia de una estacionalidad de la demanda marcada, - Posicionamiento estratégico de la localidad de Bahía Blanca considerada puerta hacia el sur argentino, - Presencia de diferentes eventos programados que generan un flujo de turistas y visitantes en la zona estudiada, - Existencia de recursos humanos capacitados y calificados, - Aceptación de las comunidades locales respecto al fomento del desarrollo turístico en las ciudades intervinientes, - Conectividad vial con todo el país mediante las rutas nacionales N° 3 y 22, en buen estado de conservación. 	<p>localidades del distrito de Villarino en relación al producto termal,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de compromiso y apoyo económico de los gobiernos locales, provincial y nacional.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Auge del turismo alternativo, especialmente del termalismo, - Posibilidad de posicionar un atractivo turístico relevante para la localidad de Bahía Blanca, - Fomento del desarrollo local y regional endógeno, - Apogeo de las rutas turísticas como producto demandado por los viajeros, - Existencia de un efecto dinamizador en comercios y en servicios relacionados a la actividad turística, - Oportunidad de generar inversiones nuevas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia directa con productos termales ya instalados fuertemente en el mercado, - Elevados costos de promoción, difusión y posicionamiento del producto, - La no concreción del proyecto Termas de la Bahía, - Inexistencia de reconocimiento del recurso potencial turístico termal en la localidad de Bahía Blanca, - Situación económica deficiente en el país, - Inexistencia de apoyo económico por parte del Estado, en sus distintos niveles de actuación.

Fuente: Gambarota, D. (2019).

6.2.2. Evaluación de la ruta propuesta

Luego de haber caracterizado y analizado individualmente a cada nodo propuesto y conformado la ruta turística propiamente dicha, a continuación se presentan las calificaciones otorgadas a cada indicador y sub indicador considerando la matriz de la Consultora de Desarrollo Turístico Sostenible (DTS) LTDA. (2007), a fin de evaluar la "Ruta termal del Sudoeste Bonaerense", tal como se explicará en el apartado metodológico; y seguidamente, se exhibe un análisis estratégico de los resultados obtenidos.

Tabla 81: Calificaciones de indicadores y sub indicadores utilizados en la evaluación

Indicadores	Sub indicadores	Calificaciones
I- Evaluación de	1. Singularidad	Buena: 4

competitividad	2. Jerarquía 3. Concentración de atractivos 4. Interpretación turística	Buena:4 Buena: 4 Regular: 3
II- Evaluación de posibilidad de explotación	1. Temporalidad 2. Estacionalidad 3. Utilización semanal	Regular: 3 Muy buena: 5 Buena: 4
III- Evaluación de la sostenibilidad ambiental	1. Nivel de deterioro ambiental 2. Nivel de deterioro visual	Muy bueno: 5 Bueno: 4
IV- Evaluación de conectividad de la ruta al sistema turístico	1. Tiempo de desplazamiento desde el centro regional 2. Calidad y estado de mantención de vías de acceso 3. Demanda del mercado receptor regional 4. Inserción a la oferta turística regional	Muy buena: 5 Muy buena: 5 Muy buena: 5 Muy buena: 5
V- Evaluación de las competencias laborales	1. Calificación de los empresarios y directivos 2. Calificación de personal de contacto 3. Aptitud de personal de contacto	Muy buena: 5 Muy buena: 5 Muy buena: 5
VI- Evaluación de infraestructura y equipamiento	1. Redes de infraestructura básica 2. Servicios básicos 3. Equipamiento turístico 4. Calidad y mantención de la vía de la ruta.	Muy buena: 5 Muy buena: 5 Muy buena: 5 Muy buena: 5

Fuente: Gambarota, D. (2019).

6.2.2.1. Análisis estratégico de resultados: interpretación de los indicadores de calificación

I- Evaluación de competitividad

1. Singularidad: Buena: la ruta posee un buen grado de singularidad porque su temática es única a nivel regional

2. Jerarquía: Buena: en la ruta predominan atractivos de excepción para el mercado interno, de jerarquía 4, por lo que por sí sola es capaz de captar demanda del mercado nacional y/o internacional limítrofe.

3. Concentración de atractivos afines: Buena: existen a lo largo de la ruta entre 2 y 4 atractivos afines relevantes referidos a la temática de la ruta.

4. Interpretación turística: Regular: Existen elementos para interpretar la mayoría de sus atractivos afines relevantes y complementarios en español.

II- Evaluación de posibilidad de explotación

1. Temporalidad Regular: La mayoría de sus recursos turísticos afines y complementarios pueden ser habilitados para el uso de los turistas al menos entre 12 y 23 horas al día.

2. Estacionalidad Muy buena: Ruta que puede ser utilizada turísticamente durante los 12 meses del año.

3. Utilización semanal Buena: Ruta que puede ser utilizado turísticamente 5 y 6 días a la semana, incluidos los fines de semana

III- Evaluación de la sostenibilidad ambiental

1. Nivel de deterioro ambiental: Muy buena: Ruta que posee un ambiente muy bien mantenido, sin deterioros ni alteraciones importantes.

2. Nivel de deterioro visual: Buena: Existe preocupación por cuidar el aseo de la Ruta y se efectúa recolección de basura y aseo periódicamente, al menos una vez a la semana.

IV- Evaluación de conectividad de la ruta al sistema turístico

1. Tiempo de desplazamiento desde el centro regional: Muy Buena: El inicio de la Ruta se encuentra ubicado inmediato al centro receptor regional más cercano.

2. Calidad y estado de mantención de vías de acceso: Muy Buena: La vía de acceso a la Ruta está asfaltada o pavimentada y se mantiene en buen estado.

3. Demanda del mercado receptor regional: Muy Buena: El mercado receptor regional que alimenta a la Ruta recibe durante todo el año todo tipo de turistas, nacionales y extranjeros.

4. Inserción a la oferta turística regional: Muy Buena: Ruta que tiene una alta capacidad de encadenamiento con el sistema turístico regional y con los principales mercados emisores nacionales.

V- Evaluación de las competencias laborales

1. Calificación de los empresarios y directivos: Muy Buena: Ruta que posee una alta proporción de empresarios y ejecutivos calificados en dirección y administración

2. Calificación de personal de contacto: Muy Buena: Ruta que posee una alta proporción de su personal de contacto adecuadamente calificado para la prestación de servicios a los turistas.

3. Aptitud de personal de contacto: Muy Buena: Personal de Contacto que posee excelentes condiciones para brindar un buen servicio a los turistas (presentación, empatía, capacidad de comunicación).

VI- Evaluación de infraestructura y equipamiento

1. Redes de infraestructura básica: Muy Buena: La Ruta cuenta con una completa dotación de infraestructura básica (agua potable, electricidad, eliminación de aguas servidas y combustibles) en toda su trayectoria (zonas rurales y localidades pobladas)

2. Servicios básicos: Muy Buena: La Ruta cuenta con una completa dotación de servicios básicos (seguridad, salud, comunicación, comercio diario, cambio de dinero) que cubre las necesidades en toda su trayectoria (localidades pobladas y zonas rurales)

3. Equipamiento turístico: Muy Buena: La Ruta cuenta con servicios turísticos de alojamiento y alimentación, de buena calidad, que cubren las necesidades en toda su trayectoria.

4. Calidad y mantención de la vía de la ruta: Muy Buena: La vía de la Ruta es asfaltada o pavimentada y se mantiene en buen estado.

De esta manera, la sumatoria de los diferentes puntajes establecidos en la evaluación que arrojó el resultado de 91 puntos, determinaron que la ruta Termal del Sudoeste Bonaerense sea de Jerarquía Alta (5), es decir, que por sí sola es capaz de captar demanda desde mercados extranjeros y nacionales de larga y media distancia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La actividad turística continúa en constante crecimiento, constituyendo una oportunidad de diversificación de la economía para muchos territorios y consolidándose como una importante vía de ingreso de divisas. En este último tiempo es de especial relevancia la demanda de productos y actividades turísticas no tradicionales, tal como lo es el termalismo, entendido este en un sentido amplio, debido a que además estar relacionado a la salud, se lo asocia al bienestar en general y a la recreación.

La conformación de rutas turísticas resulta una gran oportunidad en lugares donde existen recursos potencialmente turísticos, que no son utilizados, o son promovidos en forma aislada, constituyendo una opción de desarrollo local/regional endógeno. Desde esta perspectiva es que son consideradas en el área objeto de estudio Bahía Blanca, Médanos y Pedro Luro a partir del recurso termal.

Resulta oportuno retomar en esta instancia, las hipótesis esbozadas, las cuales sustentan la investigación. La primera plantea que:

“La región del sudoeste bonaerense, específicamente las localidades de Bahía Blanca, Médanos y Pedro Luro, poseen recursos turísticos asociados al termalismo, culturales y naturales, que posibilitarían la creación de una ruta turística temática termal y diversificada”.

Como segunda hipótesis se plantea que:

“La conformación de una ruta termal en el área objeto de estudio permitirá alcanzar un mayor desarrollo socioeconómico en las localidades involucradas, a partir de la valoración integral del territorio y de su patrimonio”.

Vinculado a las hipótesis, el objetivo general que se plantea busca analizar posibles estrategias de desarrollo territorial en el sudoeste bonaerense a partir del turismo termal como instrumento de valorización local y regional.

El estudio del turismo desde la Geografía ha permitido que la presente investigación aborde la subjetividad que las personas impregnan sus prácticas turísticas así como los lazos que se entablan con el territorio visitado, concibiendo al espacio como un lugar vivido y percibido. Es de esta manera que se producen diversas transformaciones y reestructuraciones en los territorios -entendidos como procesos sociales complejos, de acción colectiva, privada y pública- en las cuales es posible encuadrar los procesos de valorización y patrimonialización de determinados recursos y relacionarlos de esta forma, con la actividad turística. Desde esta perspectiva es posible afirmar, en coincidencia con Prats (2005) y Bustos Cara (2008), que el patrimonio es siempre una construcción social, y sólo existe cuando es activado. Así, el patrimonio se trata de una porción de naturaleza o una producción material o intangible de una sociedad que se convierte en una representación de la sociedad que lo posee, y constituye de este modo un signo de identidad cultural.

La actividad turística como motor de desarrollo de los territorios

Las comunidades locales impulsan desde hace varios años, oportunidades que le permitan promover el desarrollo de sus territorios. A partir de la década del 90 las economías base de diversas localidades comienzan a decaer como consecuencia de la implementación de políticas nacionales de perfil neoliberal, afectando negativamente a muchos municipios y a sus actividades productivas tradicionales. Ante esta situación, los habitantes se organizan para impulsar sus propias y nuevas alternativas de progreso que les permitan mejorar las condiciones socioeconómicas, encontrando en el turismo una nueva actividad productiva, que aún hoy su crecimiento continúa en ascenso a nivel mundial.

Cabe recordar y destacar que el desarrollo local es considerado como un amplio espectro de posibilidades e incumbencias, del cual no existe definición práctica precisa (Di Pietro, 2001). Si bien hace referencia a programas y proyectos de activación económica endógena, no menor es la importancia de la puesta en valor del patrimonio como componente cultural y consolidación de la identidad en el territorio y, la acción colectiva de los actores al respecto; factores que en conjunto contribuyen a la definición de estrategias para la gestión, el cuidado del ambiente y de calidad de vida.

Se sostiene de esta forma que el desarrollo constituye un proceso territorial, construido socialmente, donde las diversas capacidades innovadoras o novedosas que surjan se constituirán como mecanismos de transformación con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la población. Se enfatiza que en la región estudiada el desarrollo territorial debe vincularse a la valoración turística patrimonial sustentable, puesto que la actividad turística permite diversificar la economía local en los espacios que cuenten con recursos actuales o potenciales de ser empleados para tal fin.

Es posible afirmar que el turismo, considerado como una práctica social; la conceptualización del territorio como patrimonio; una adecuada comprensión de la dimensión territorial del patrimonio; la sostenibilidad de los destinos turísticos y los requisitos que estos deben reunir para que sean considerados como patrimoniales; contribuyen a crear condiciones favorables para analizar las dinámicas territoriales y las relaciones entre patrimonio y turismo desde una perspectiva de desarrollo territorial local endógeno.

Desde este encuadre es posible afirmar que resulta favorable que se perfilen modelos de gestión sostenibles entre el patrimonio y el turismo, y se incorporen de forma equilibrada a los programas o proyectos de desarrollo territorial y urbano.

La patrimonialización del recurso termal en Bahía Blanca: el primer paso

El área de estudio posee, tal fue demostrado en la investigación, un recurso natural y cultural termal en común, el cual en dos de las tres localidades propuestas como integrantes de la ruta turística se encuentra presente la patrimonialización del recurso y es explotado turísticamente, como es el caso de Médanos y Pedro Luro. Bahía Blanca, la tercera ciudad en cuestión si bien posee agua termal, no es aún reconocida como patrimonio local desde la perspectiva de Bustos Cara (2008) debido a que la mayor parte de los habitantes no poseen conocimiento al respecto, tal se pudo comprobar a partir del análisis realizado en el estudio de prefactibilidad de instalar un centro termal en la localidad.

Resulta de importancia recordar que el proceso de patrimonialización de un recurso requiere incorporar valores construidos socialmente por una comunidad en particular, ubicada en determinado espacio-tiempo, y que el mismo es parte de los procesos de territorialización cultural. Por lo tanto, se materializa la valorización y selección del recurso a través de acciones concretas, ya sea en forma individual o colectiva, las cuales permiten construir referencias identitarias duraderas. Como ejemplos de lo mencionado se pueden referir la localidad de Tapalqué ubicada en el centro de la provincia de Buenos Aires, en la donde se está construyendo un Complejo Termal donde la tranquilidad, el relax, la naturaleza y las termas serán las características principales del destino; y la ciudad de Villa Elisa en la provincia de Entre Ríos, donde a partir del año 1999 se fomenta el turismo termal y por lo tanto, se ha patrimonializado el recurso.

La ruta termal del sudoeste bonaerense dinamizará y transformará el territorio

Diseñar y poner en marcha la ruta turística termal para el sudoeste bonaerense es una gran oportunidad para la región en tiempos donde los turistas son motivados por productos alternativos que implican un mayor contacto con la naturaleza, el cuidado de la salud, la recreación y conocimiento del patrimonio local. Este "giro cultural" hacia tener mejor calidad de vida en la cotidianidad, sería aprovechable regionalmente por los habitantes de la misma. Sumado a lo anterior, las condiciones económicas contemporáneas, obligan a que muchos de los turistas que realizaban recorridos más amplios e incluso

viajes al exterior en busca de satisfacer las necesidades enumeradas anteriormente, deben acotarse a distancias más cercanas y servicios que se encuentren al alcance del bolsillo de un trabajador promedio. Por lo tanto se transformaría en una oportunidad para potenciar el territorio regional.

En síntesis esta perspectiva es importante para promover el desarrollo territorial en la región del sudoeste bonaerense y por consiguiente, redundará en alcanzar mejores condiciones de vida para los diferentes sujetos de las comunidades locales.

A partir de la información recopilada en el trabajo de campo, así como de su posterior análisis y evaluación a través de la metodología implementada de potencialidad turística en los tres nodos propuestos para integrar la ruta termal del sudoeste, es posible afirmar:

Bahía Blanca como ciudad intermedia puede adquirir un papel importante en la organización y desarrollo de las actividades regionales; específicamente reúne condiciones para un buen desempeño, dado que tiene capacidad para atraer actividades competitivas, como son las turísticas. Es un centro regional relevante en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires por sus actividades portuarias, industriales y de servicios, en especial en lo que respecta a la oferta educativa y de salud, de alta calidad y nivel de excelencia.

Se destaca como resultado de la evaluación de potencialidad turística realizada, que la ciudad posee condiciones significativas para el desarrollo del turismo, siendo una incipiente actividad en la misma basado en el creciente desarrollo de actividades y eventos vinculados al turismo de Congresos y Convenciones cuya evolución es constatada por las autoridades locales en la materia. Gracias a la diversidad de actividades, atractivos naturales y especialmente culturales con los que cuenta, sumado a los potenciales factibles de convertirse en atractivos turísticos, tal como lo es el termal y al desenvolvimiento del turismo de Reuniones, podrían propiciar un mayor impulso al turismo local.

La infraestructura general y turística es buena, siendo esta última en particular la que debería mejorarse en lo referido al transporte terrestre y acuático. Respecto al primero, sería necesaria la creación de paradores -hoy en día inexistentes- y colocación de señalética turística. En relación a la infraestructura de transporte acuático, deberían mejorarse los servicios especiales y evaluar, por ejemplo, el ingreso de cruceros turísticos al puerto de Bahía Blanca.

Por otra parte, es importante destacar que no existe una imagen de marca de la localidad a través de un producto que identifique a la misma como distintivo de la ciudad. De todas maneras, si bien se está desarrollando la actividad turística impulsada gracias al desarrollo de reuniones que la posiciona, desde el año 2013 a nivel mundial, en el Ranking Mundial de Países y Ciudades Sede de Eventos que anualmente elabora la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones ICCA (International Congress and Convention Association), sigue actuando como centro de escala hacia destinos regionales y/o hacia el sur del país.

Una de las debilidades que debe mencionarse es respecto a la información que la comuna reúne sobre el perfil del visitante. La misma resulta incompleta debido a que solamente se encuesta a las personas que se acercan a las oficinas de informes turísticos.

A su vez, la ciudad de Médanos se ubica en una posición estratégica debido a la conexión que posee hacia el sur como al norte de Argentina, presentando un buen estado la carretera en el trayecto que llega a la localidad.

Se encuentra actualmente desarrollando actividades turísticas, principalmente debido a la existencia del atractivo termal y la cercanía que posee al Balneario Chapalcó. Además, es importante destacar la presencia de emprendimientos particulares tal como lo es la Bodega AlEste, así como las salinas La Aurora y La Barranca, del mismo modo que los vestigios de la colonia judía que datan de 1901 a 1930 los cuales, en conjunto, son capaces de complementar la oferta.

La ciudad de Médanos posee diversidad de atractivos abarcando el patrimonio histórico-cultural y religioso, áreas de esparcimiento al aire libre con la posibilidad de realizar deportes acuáticos y amplios servicios para el mejoramiento de la salud y el descanso a partir del disfrute de las aguas termales. Por otra parte, la Fiesta Nacional del Ajo, que tiene lugar todos los años en la localidad, es uno de los principales acontecimientos programados de la región el cual atrae anualmente miles de visitantes.

Respecto a la disponibilidad, calidad y variedad de los servicios turísticos en general, puede sintetizarse que es preciso mejorarlos. El equipamiento e instalaciones, por su parte, responden con buen nivel a las demandas actuales pero en general son escasos. Se debería optimizar las prestaciones considerando que gran parte de las llegadas de turistas no responden a una estacionalidad determinada, si bien se observan temporadas de mayor afluencia de visitantes.

La infraestructura general de la ciudad es buena, siendo en particular la turística a la que debería otorgársele mayor relevancia, especialmente en lo referido al transporte terrestre, ya que constituye el único medio de ingreso a la localidad. Ejemplos de las mejoras que podrían implementarse son: pavimentación del camino que conecta la localidad con la Ruta Nacional N° 3, pavimentación de la calle que une a la misma con el complejo Termas de Médanos y la creación de una terminal que nucleee el transporte.

Por último, Pedro Luro se encuentra ubicada en una posición estratégica gracias a la conexión que posee tanto hacia al norte como el sur de la Argentina a través de la ruta nacional (troncal) N° 3, presentando un buen estado la carretera, en el trayecto que llega a la localidad. Posee condiciones aptas para el desarrollo de la actividad turística, siendo un flujo ya existente en la misma. Si bien los principales atractivos son representados por el manantial termal, el Lago Parque La Salada y el Fortín Mercedes, cuenta con un racimo de emprendimientos particulares, vestigios y edificios históricos capaces de fortalecer la oferta.

La ciudad de Pedro Luro ostenta diversidad de atractivos abarcando el patrimonio histórico-cultural y religioso de la zona, áreas de esparcimiento al aire libre con la posibilidad de realizar deportes acuáticos y amplios servicios para el mejoramiento de la salud y el descanso a partir del disfrute de las aguas termales. Por otra parte, los acontecimientos programados tales como las convocatorias religiosas, las competencias deportivas, así como los encuentros de artesanos y de coros, atraen la mirada de los visitantes. Sin embargo, el desarrollo de las mismas es de frecuencia anual, realizándose en períodos de tiempo muy prolongados entre sí.

Algo similar ocurre con la disponibilidad, calidad y variedad de los servicios turísticos en general, los cuales resulta preciso mejorar. El equipamiento e instalaciones, por su parte, responden con buen nivel a las demandas actuales pero en general son escasos. Se debería optimizar las prestaciones considerando que gran parte de las llegadas de turistas no responden a una estacionalidad determinada, si bien se observan temporadas de mayor afluencia de visitantes como lo es en época estival.

La infraestructura general de la ciudad es buena, siendo en particular la turística a la que se le debería otorgar mayor relevancia, especialmente en lo referido al transporte terrestre y aéreo. Cuestiones a mejorar al respecto, se pueden mencionar el emplazamiento de una terminal, la mejora de las instalaciones ferroviarias y la ampliación de las aéreas.

En relación al uso y activación del patrimonio termal en la ciudad de Bahía Blanca, resulta cuantioso y complejo para lo cual es necesario el apoyo de las instituciones gubernamentales así como de las universidades, polos científicos y tecnológicos, que puedan incentivar el proceso de activación necesario para su puesta en marcha.

En la investigación se concuerda con la idea de la patrimonialización del recurso termal que autores tales como Bustos Cara (2008) y Prats (2005) sostienen que es un paso fundamental al momento de lograr interponer una estrategia de desarrollo endógeno utilizando determinado patrimonio.

Autores como Venturini (2006) mencionan la necesidad de lograr una gestión sustentable del patrimonio cultural, para lo cual es necesario asumirlo como capital estratégico, que puede lograr ser agente dinamizador del proceso de desarrollo.

Además, son necesarias estrategias y políticas de activación, recuperación y rehabilitación que incorporen el valor ambiental paisajístico (Venturini, 2006). También se debe lograr la vinculación entre los componentes patrimoniales y culturales identitarios locales, complementándolos con otros recursos activos (festividades, productos, servicios) y propiciar el fomento las iniciativas locales (público-privadas) para su producción o reutilización.

Luego de haber caracterizado y analizado individualmente a cada nodo propuesto, y conformado la ruta turística propiamente dicha, se evaluó la "Ruta termal del Sudoeste Bonaerense" considerando la matriz de la Consultora de Desarrollo Turístico Sostenible (DTS) LTDA. (2007), a fin de obtener un análisis estratégico de los resultados obtenidos, interpretando los indicadores de calificación.

De esta manera, la sumatoria de los diferentes puntajes establecidos en la evaluación que arrojó el resultado de 91 puntos, determinaron que la ruta Termal del Sudoeste Bonaerense sea de Jerarquía Alta (5), es decir, que por sí sola es capaz de captar demanda desde mercados extranjeros y nacionales de larga y media distancia. Esto sin duda consiste en un resultado vital de la investigación ya que el mismo avala fuertemente la creación y funcionamiento de la ruta propuesta la cual provocaría el desplazamiento de visitantes tanto regionales y nacionales, como extranjeros motivados por el termalismo.

El termalismo como eje estructurador

En resumidas palabras considerando los resultados esbozados en los párrafos anteriores, a partir de la presente investigación es posible afirmar que el sudoeste bonaerense cuenta con los recursos, equipamiento y servicios necesarios para la creación de una ruta turística termal donde se potencien y promocionen, a partir de una imagen de marca compartida, las localidades seleccionadas para su conformación: Bahía Blanca, Médanos y Pedro Luro; destacándose como principal potencial la existencia de dos centros en funcionamiento pleno en el partido de Villarino.

Se ha podido confirmar que es probable cumplir con la propuesta planteada, sin embargo, es necesario que tanto los gobiernos locales, los encargados de los establecimientos termales y las comunidades intervinientes que prestan servicios al turista, trabajen en conjunto. Por ejemplo, la *ruta del vino*, enmarcada en las denominadas rutas gourmet de la provincia de Buenos Aires, involucra a las ciudades de Tandil, Chapadmalal, Coronel Pringles, Pigüé, Médanos, Villa Ventana y Saldungaray, las cuales a partir de un trabajo en conjunto de las bodegas y los gobiernos tanto locales como de la provincia, lograron la implementación de la misma a fin de impulsar el patrimonio compartido. En contraposición, la ausencia de promoción e incentivo del termalismo como producto distintivo del territorio, hace que el flujo de visitantes no crezca y que la actividad turística no se desarrolle en relación a su potencialidad.

Es importante destacar la relevancia de los testimonios recogidos en las diversas entrevistas realizadas en las localidades objeto de estudio. En Bahía Blanca el Ingeniero Paulo Garat (Subsecretario de Desarrollo Económico) y la Magíster Julia Arocena (Directora de Turismo), destacan que el desarrollo del recurso termal en la ciudad puede tener beneficios importantes desde el punto de vista socio-económico, y que la conversión del recurso termal en atractivo posibilitaría la existencia de un nuevo espacio para ser disfrutado desde el punto de vista turístico y terapéutico, tanto por los bahienses como por los visitantes de la región.

A su vez, el encargado de las Termas de Luro Sr. Lucio Serrón; el propietario del complejo Termas de Médanos Sr. Jorge Simoni, como el Director de Turismo de Villarino, Sr. Marcos Kunich, coinciden en que la creación de una ruta turística termal dinamizaría la región desde múltiples perspectivas. Entre las ventajas mencionan que le otorgaría una mayor difusión a la región del sudoeste con su respectivo atractivo termal, que convocaría mayor cantidad de turistas y no tantos recreacionistas.

Por lo tanto, luego de haber analizado la propuesta, y analizado las entrevistas de los diversos actores intervinientes, cabe interrogarse entonces ¿Cuánto tiempo más se deben posponer este tipo de iniciativas? ¿Se corroborará finalmente que la presente propuesta daría óptimos para la localidad de Bahía Blanca con la patrimonialización de un recurso natural y cultural que en la actualidad no es valorado patrimonialmente ni considerado por sus pobladores y la conformación de una ruta turística termal del sudoeste bonaerense que otorgue un desarrollo endógeno regional? Quizá en posteriores estudios puedan profundizarse estos aspectos. Esta investigación, perfectible, se pone a consideración de los actores intervinientes y de la población involucrada, en la medida que aportan elementos y orientaciones para ser implementados en el marco de una política pública, que logre el posicionamiento de Bahía Blanca como un destino turístico y la conformación de un corredor turístico el cual impulse la actividad turística termal del sudoeste bonaerense de manera integrada.

La alternativa de desarrollo territorial propuesta, trata de poner en acción todos los elementos disponibles para convertir al turismo en el gran reactivador y dinamizador de la región del sudoeste bonaerense. Si bien en esta investigación se conformó la ruta termal del sudoeste bonaerense, se podría inferir que ante una eventual implementación de la misma, serían muy positivos sus resultados. Estos aspectos podrán ser investigados a medida que se introduzcan cambios en el territorio.

Recomendaciones para lograr la implementación de la ruta termal del sudoeste bonaerense

Una localidad o región puede asumir múltiples formas en su desarrollo. El enfoque desde el desarrollo local endógeno es una de ellas y la más incluyente que no solo suma, en este caso, aportes de índole económico sino también social y cultural. Por lo tanto, se concluye que es posible la adopción de una estrategia de desarrollo territorial enmarcada en la creación de una ruta turística vinculando nodos que cuenten con un principal recurso que las identifique, pero considerando que será factible si se realiza de desde una planificación concertada, con una adecuada gestión y con la participación de la población residente, la que deberá contribuir de forma activa, a fin de que la iniciativa promueva el desarrollo sustentable y contribuya a mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Si bien los hallazgos obtenidos mediante la investigación resultaron altamente favorables debido a que se comprueban las hipótesis planteadas, se deben considerar algunos aspectos que se mencionan seguidamente. Considerando que la región se sostiene en las características que un buen destino debe poseer porque dispone de atractivos, accesos, servicios, equipamientos varios y actividades, tiene aún pendiente considerar estrategias que potencien el trabajo en conjunto a partir de su patrimonio en común así como su diferenciación en sus recursos complementarios. Es necesario el acercamiento y trabajo compartido entre los sectores público y privado, se debe considerar la capacitación del personal de manera que contribuya a optimizar la oferta, y posiblemente en el largo plazo a retener a la demanda. Asimismo es posible implementar algún tipo estandarizado de calidad para termas y también para los servicios y realizar el seguimiento, en función del incremento de la demanda histórica y de la tipología orientativa de desarrollo a seguir.

Sería ideal la conformación de un comité integrado por representantes de todas las ciudades intervinientes tanto del sector público como privado, de profesionales de las universidades presentes en la región, y fomentar la participación de pobladores locales a fin de que se lleven a cabo las mejores iniciativas para el desarrollo de la ruta, su planificación, así como la implementación de buenas prácticas turísticas.

A su vez, el fomento de una imagen de marca regional distintiva del turismo termal promovido a través de la ruta turística, será de vital importancia a la hora de posicionar al sudoeste bonaerense turísticamente hablando en la provincia de Buenos Aires.

Realizar un adecuado proceso de gestión de la ruta, una observación de la evolución de los resultados obtenidos sumado al establecimiento de un sistema integral de recopilación de datos estadísticos respecto del turismo en cada localidad, y de la ruta turística específicamente, permitirá incrementar la actividad turístico-recreativa de la región, diversificar la oferta y reducir la estacionalidad; además de obtener ingresos complementarios a los prestadores de servicios y comerciantes, significando una mejora en la infraestructura y calidad de vida de las comunidades intervinientes.

Las vivencias experimentadas mediante la realización de la presente investigación despertaron en mí, sensaciones y sentimientos encontrados. Por una parte orgullo de profundizar mi conocimiento respecto a mi ciudad de origen que cuenta con un excelente recurso factible de constituirse en patrimonio local, si se le provee un adecuado tratamiento y se logra la creación de un centro termal. Por otro lado, un dejo de impotencia al comprobar que se encuentran dadas numerosas condiciones para la conformación de una estrategia regional de desarrollo a través de la actividad turística, y aún no se lleve a cabo, sea por obstáculos económicos o por falta de diálogo entre los gobernantes locales de turno.

Considero que es oportuno despojarnos de solo pretender el beneficio propio para comenzar a ser más generosos y comprender que tanto el futuro como el beneficio de los territorios se encuentra en el esfuerzo compartido que realizan las comunidades, las cuales son portadoras de ideas innovadoras que se ven frenadas muchas veces por distintas cuestiones inherentes a la burocracia política.

Las ciudades analizadas no se encuentran ajenas a la compleja situación económica, social y política que atraviesa el país, pero a pesar de ello, existen oportunidades para la creación de un polo de desarrollo de la mano de la actividad turística sustentable en el territorio que debería ser aprovechado.

Lo vivido personalmente me ilusiona en cierta forma ya que por lo recabado en los diversos relatos todos los actores coincidieron en que la creación de la ruta turística termal del sudoeste bonaerense sería altamente beneficiosa para todos, aunque también he podido percibir un sentimiento de resignación frente a la propuesta de desarrollo planteada, por no observar esfuerzos compartidos para su concreción. Debe llegar el momento indicado en que podamos visualizar lo que es posible generar a partir de las ideas y de las ganas de hacer, debe llegar el tiempo de que pensemos en un *nosotros*.

BIBLIOGRAFÍA**A**

- ANTÓN, S y GONZÁLEZ, F. (2008). "A propósito del Turismo. La construcción social del espacio turístico". Barcelona, Universidad Oberta de Cataluña.
- ANSOLF, H. I. (1965). "Corporate Strategy: An Analytic Approach Policy for Growth and Expansion". McGraw Hill.
- ALBURQUERQUE, F. (1997). "Cambio estructural, Globalización y Desarrollo económico local". Santiago de Chile; CEPAL/ILPES, Naciones Unidas. Disponible en: www.redel.d/index.html.
- ALBURQUERQUE, F. (2002). "Desarrollo económico Territorial. Guía para Agentes". Sevilla; Instituto de Desarrollo Regional, Fundación Universitaria.
- ALBURQUERQUE, F. (2004). "El Enfoque del Desarrollo Económico Local". Organización Internacional del Trabajo (OIT). Buenos Aires, Argentina.
- ALBURQUERQUE, F. (2005). "La Economía social y la integración regional: Una mirada desde el enfoque del Desarrollo Local". En Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. *Seminario: El Desarrollo local y la Economía social desde la perspectiva de la integración regional*. Bs. As, p. 31-44.
- ALMIRÓN, A. (2004). "Turismo y espacio: aportes para otra geografía del turismo". GEOUSP: Espaço e Tempo 16: p.166-180. Disponible en: <http://www.geografia.fflch.usp.br/publicacoes/Geousp/Geousp16/Interc%>
- ALMIRÓN, A; BERTONCELLO, R. y TRONCOSO, C. (2006). "Turismo, Patrimonio y Territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos argentinos". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, CIET, Vol. 15 (2), p. 101-124.
- ALONSO ÁLVAREZ, L. (2010). "El turismo de salud en España, 1750-2009", en *Anuario del CEEED*, 2, Buenos Aires, p.11-40.
- ALONSO ÁLVAREZ, L. (2012). "The value of water: the origins and expansion of thermal tourism in Spain, 1750-2010", en *Journal of Tourism History*, 4, 1, Londres, p.15-34.
- AMIROU, R. (1995). "Imaginaire touristique et Sociabilites du Voyage". Paris: Presses Universitaires de France.
- ARIÑO VILLARROYA, A. (2012). "La patrimonialización de la cultura y sus paradojas postmodernas", en LISON TOLOSANA, C. (2012). *Antropología: horizontes patrimoniales*. Valencia, Tirant Humanidades, p. 209-227.
- AROCENA, J. (2007). Gestión estratégica de un destino turístico. Caso de estudio: Bahía Blanca. Tesis Magíster en Gestión Turística para el desarrollo local y regional. Universidad de Barcelona: España.

B

- BALASTRERI RODRIGUES, A. (2006). "Turismo e territorialidades plurais: lógicas excludentes ou solidariedade organizacional". En América Latina: cidade, campo e turismo, organizado por Amalia Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo y María Laura Silveira, p. 297-315. São Paulo: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO).
- BALNEGAL (2008). "Informe balnearios de Galicia 2008".
- BANCO DE LA PROVINCIA DE BS. AS. (2011). "Atlas Turístico de la Provincia de Bs. As.: Geografía, historia, turismo, datos estadísticos y cartográficos". Editado por CITAB. Buenos Aires, Argentina.
- BENEDETTI, G. y OTROS (2015). "Geografías locales: Bahía Blanca: del medio natural al medio construido". [Recurso electrónico] Bahía Blanca: EdiUns.
- BENI, M. C. (1997). "Política e Estrategia de Desenvolvimento Regional. Planejamento Integrado do Turismo". En BALASTRERI RODRÍGUES, A. (Org.), *Turismo e Desenvolvimento Local*, (Vol. 1). p. 79-86. Hucitec. São Paulo, Brasil.

- BERTONCELLO, R. (2002). "Turismo y territorio: otras prácticas, otras miradas". *Aportes y Transferencias* 6 (2): p. 29-50. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/259>
- BERTONCELLO, R. (2008). "*Turismo y Geografía: lugares y patrimonio natural – cultural de la Argentina*". Buenos Aires: ediciones Ciccus.
- BERTONCELLO, R., y IUSO, R. (2016). "Turismo urbano en contexto metropolitano: Tigre como destino turístico en el Área Metropolitana de Buenos Aires (Argentina)". *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía* 26 (2): p. 107-125. Disponible en: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/rcg/article/view/56905/html> (consulta 15 de septiembre de 2018).
- BERTONCELLO, R. y TRONCOSO, C. (2003). "El lugar y las redes. Turismo en Quebrada de Humahuaca (Argentina)", *Revista Huellas*, N° 8, Instituto de Geografía, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad de La Pampa.
- BIEHL, D. (1988). "Las infraestructuras y el desarrollo regional". *Papeles de economía española*, (35): 293-310. Madrid, España.
- BLANCO MURILLO, M. (2008). "Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio". En: COVARRUBIAS RAMÍREZ, R. *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm> (consulta 10 de enero 2019).
- BOISIER, S. (1985). "Región del Bío-Bío: Veinte años de política de desarrollo regional". *Documento de trabajo N° 108 del Centro de Estudios del Desarrollo (CED)*, Santiago.
- BOISIER, S. (1991). "El difícil arte de hacer región. América Latina Local y Regional". *II Simposio Internacional de la Universidad de Varsovia: Centro de estudios latinoamericanos (CESLA)*. Vol. 6. 149-206. Warszawa, Polonia.
- BOISIER, S. (1993), "Desarrollo regional endógeno en Chile. ¿Utopía o necesidad ?", en *Ambiente y Desarrollo*, Vol. IX-2, CIPMA, Santiago de Chile.
- BOISIER, S. (1997). "El vuelo de una cometa. Una metáfora para una teoría del desarrollo territorial", en *Revista Eure*, N° 69, P.U.C/I.E.U, Santiago de Chile.
- BOISIER, S. (1999). "Teorías y metáforas sobre Desarrollo Regional". Santiago de Chile; Naciones Unidas – CEPAL, p. 23-40.
- BOISIER, S. (2001). Desarrollo (local): ¿De qué estamos hablando? en: MADOERY, O. y VÁZQUEZ BARQUERO, A. (eds.), *Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local*. Editorial Homo Sapiens, Rosario.
- BOISIER, S (2002). "2001: la odisea del desarrollo territorial en América Latina. La búsqueda del desarrollo territorial y de la descentralización". Seminarios "Descentralización de sectores sociales: Nudos críticos y alternativas", organizado por los Ministerios de la Presidencia, de Educación, y de Salud del Perú y celebrado en Lima, Perú, entre el 9 y el 11 de Abril de 2002, y "Los estudios regionales en Antioquia", organizado por la Fundación Proantioquia, la Escuela de Administración y Finanzas (EAFIT), la Fundación Antioqueña para los Estudios Sociales (FAES), y otras entidades académicas y sociales, Medellín, 6 y 7 de Junio de 2002.
- BOLFY, C. (2001). "Patrimonio cultural nacional: el marco jurídico y conceptual", *Derecho y Cultura*, 4, p. 79-107.
- BONORINO, G. (1976). "Estudio Hidrogeológico para la provisión de agua subterránea la zona de Médanos, partido de Villarino, Provincia de Buenos Aires". *Actas del VI Congreso Geológico Argentino*. Bahía Blanca, Buenos Aires. Tomo II.
- BONORINO, A. (1988). "Geohidrología del sistema termal profundo de la región de Bahía Blanca". Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur, 268 pp. ISBN: 950-673-395-3
- BONORINO, A; CARRICA, J. y LENOX, C. (1998). "Recuperación de pozos surgentes en el área de Bahía Blanca". Bahía Blanca: FUNS.

BOZZANO, H. (2000). "Territorios reales, territorios pensados, territorios posibles". II Jornadas de Geografía de la UNLP, 13 al 15 de septiembre de 2000, La Plata, Argentina. Resignificando una geografía para todos. En Memoria Académica. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.13319/ev.13319.pdf

BOZZANO, H. (2009). "Territorios: el método *territorii*. Una mirada territorial a proyectos e investigaciones no siempre territoriales. ENTI Salerno 2009 - International Conference of Territorial Intelligence Territorial intelligence and culture of development - November, 4th - 7th 2009.

BOZZANO, H. (2012a). "Territorios reales, territorios pensados, territorios posibles". Espacio Editorial, Buenos Aires. Argentina.

BOZZANO, H. (2012b). "Territorios posibles. Procesos, lugares y actores". Ediciones Lumiere. Argentina.

BRITO, M. (2009). "*Ciudades históricas como destinos patrimoniales. Una mirada comparada: España y Brasil*". Sevilla: Junta de Andalucía. Consejería de Cultura. Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico.

BRÓNDOLO, M. y OTROS, (1994). "Geografía de Bahía Blanca". Ediciones Encestando S.R.L., Bahía Blanca.

BUSTOS CARA, R. (1998). "Espacio-tiempo y territorio". En DE BULNES, M. C. y BUSTOS CARA, R. (comp.) *Estudios regionales interdisciplinarios*, (67-83), Bahía Blanca: Ediuns.

BUSTOS CARA, R. (2004). "Patrimonialización de valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local". *Aportes y Transferencias. Tiempo Libre, Turismo y Recreación*. Vol. 2 (8), Universidad Nacional Mar del Plata, Mar del Plata, 11-24.

BUSTOS CARA, R. (2008). "Teoría de la acción territorial. Acción turística y desarrollo". *Aportes y transferencias*, 12 (1): p. 87-104. Instituto de Investigaciones. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata.

BUTLER, R. (1980). "*The Concept of Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*". En: BUTLER, RICHARD (Ed.) (2006). "The Tourism Life Cycle". Vol. I. Applications and Modifications. Channel View Publications. Clevendon. USA. p. 3-12.

C

CABRERA, A. (1951). "Territorios fitogeográficos de la República Argentina". *Boletín de la Sociedad Argentina de Botánica*. Volumen IV, N° 1 – 2. Argentina.

CABRERA A. L. (1976). "Regiones fitogeográficas argentinas". Enciclopedia Argentina de Agricultura y Jardinería. Fascículo 1, tomo II, segunda Edición. Editorial ACME S.A.C. T.

CAMMARATA, E. (2009). "La valorización del espacio-lugar en el acontecer turístico: Perspectivas teóricas. Desafíos y controversias para su desarrollo". *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, Vol. 7, p. 15-32.

CAMPO DE FERRERAS, A. M.; CAPELLI DE STEFFENS, A. M y DIEZ, P.G. (2004). "El clima urbano del Sur-oeste Bonaerense". Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca.

CAPELLÀ, H. (2001). "*Curso de posgrado Cultura y Territorio*". Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur, Departamento de Geografía.

CAPELLÀ, H. (2002). "Geografía cultural: la gran desconocida". *Boletín de la A.G.E.* N° 34, p. 11- 18.

CASTILLO, J. (2009). "La dimensión territorial del Patrimonio Histórico", en: CASTILLO, J; CEJUDO, E; y ORTEGA, A. (Eds.) "*Patrimonio histórico y desarrollo territorial*". Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía, p. 22-48.

CAPPANNINI, D. y LORES, R. (1966). "Los Suelos del Valle Inferior del Río Colorado (Provincia de Buenos Aires)". *Colección Suelos*, N° 1, INTA.

CASALIS, A. (2011). "Desarrollo local y territorial. Aportes metodológico y teóricos para las políticas públicas". *Revista de Ciencias Sociales*, segunda época N° 19, otoño de 2011, p. 159-175.

CASTEL, R. (1997). *“La metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del asalariado”*. Buenos Aires: Paidós (Estado y Sociedad).

CAZES, G. (1989). *“Les Nouvelles Colonies de vacances?”*. París: L'Harmattan.

CAZES, G. (1992). *“Tourisme et Tiers-Monde, un bilan controversé: Les nouvelles colonies de vacances?”*. Tomo II, París: L'Harmattan, colección *Tourismes et Société*.

CHAN, N. (1994). *“Circuitos Turísticos: programación y cotización”*. Librerías Turísticas. Buenos Aires, Argentina.

CIARNELLO, N. (2017). “Patagonia bonaerense: sudoeste de la provincia de Buenos Aires: partidos de Villarino y Patagones”. Bahía Blanca.

CLAVAL, P. (1999). *“La Geografía Cultural”*. Eudeba, Universidad de Buenos Aires.

COASE, R. H. (1973). “The nature of the firm”. *Economics*, 4: p. 386-405.

CODIGO DE AGUAS LEY N° 12.257. LA PLATA, 9 de Diciembre de 1998. Boletín Oficial N° 23.756, 9 de Febrero de 1999.

CONSULTORA DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE (DTS) LTDA. (2007). “Identificación y Puesta en Valor de Rutas Turísticas para La Región De Coquimbo”, encomendada por el Servicio Nacional de Turismo de la Región de Coquimbo (Chile). Disponible en: <http://astroturismochile.cl/wp-content/uploads/2015/01/Identificaci%C3%B3n-y-puesta-en-valor-de-rutas-tur%C3%ADsticas-para-la-Regi%C3%B3n-de-Coquimbo2007-DTS-Consultores.pdf>

COVARRUBIAS RAMÍREZ, R. (2015). *“Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas”*. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm>

D

DAVALLON, J. (2014). “El juego de la patrimonialización”, en ROIGÉ, X, FRIGOLÉ, J. y Del Mármol C. (eds.) *Construyendo el patrimonio cultural y natural. Parques, museos y patrimonio rural*. Valencia, Ed. Germania, p. 47-76.

DECRETO REGLAMENTARIO DE LA LEY 12.257 - Código de Aguas DECRETO 429/2013. LA PLATA, 11 de Julio de 2013 Boletín Oficial, 4 de Agosto de 2013.

DE KUNA, G. y Otros (2012). *“Planificación interpretativa y activación patrimonial. Escenificación de la imprenta misionera en Santa María La Mayor”*. Misiones, Posadas: EdUNaM.

DI PIETRO, P. L. J. (2001). “Hacia un desarrollo integrador y equitativo: una introducción al desarrollo local”. En: BURIN, D. y HERAS, A. I. (Comp.). *Desarrollo local. Una respuesta a escala humana a la globalización*, Buenos Aires: Ediciones CICCUS, p. 13-50.

DONAIRE, J. (1998). “La reconstrucción de los espacios turísticos: la geografía del turismo después del fordismo”. *Sociedade e Território* 28:134.

E

ERCOLANI, P. (2005). “Configuración socio-espacial urbana: el espacio de ocio en Bahía Blanca. Estado actual y propuesta de futuro”. Tesis doctoral. Bahía Blanca: Departamento de Geografía y Turismo, UNS.

ERCOLANI, P. y ROSAKE, P. (2009). Ocio y revitalización urbana: de barreras urbanas a espacios con finalidad de ocio. Estudio de caso: Bahía Blanca, Argentina. En: XII EGAL “Caminando en una América Latina en transformación”. Universidad de la República, Montevideo, Uruguay.

ESCUELA DE ORGANIAZACIÓN INDUSTRIAL (EOI) (2015). “El inventariado de los recursos turísticos. Un enfoque desde la demanda”. Fundación EOI, Madrid, España.

ESPON (2007). *Glossary of key concepts in European Spatial Planning (Working paper)*.

F

FELIU TORRENT, J. (2007). "El desarrollo local en la ciudad media ante los proyectos de T.A.V". *Estudios Geográficos*, 68 (282) p. 65-90.

FERNÁNDEZ MARTÍNEZ, M. y CARRIÓN MARTÍNEZ, J. (2016). "*Estudio sobre las competencias específicas en el título de grado en trabajo social de la Universidad de Almería. Una perspectiva desde los estudiantes*". Tesis Doctoral. Universidad de Almería, España.

FICHMAN, M. (2013). "El valor patrimonial del legado cultural de las comunidades judías en el sudoeste bonaerense y sudeste pampeano". Tesis de Grado Licenciatura en Turismo, Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca.

FLORES, F. (2010). "Geografía Cultural: ¿Un campo emergente?". *Anuario de la División Geografía 2009*. Luján: Departamento de Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Luján. p. 241-260.

FUENTES, P. (2009). "El turismo salud como producto turístico en auge: análisis del caso de la provincia de Buenos Aires". Tesina de Licenciatura en turismo. Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

FURLANI DE CIVIT, M. E. y GUTIERREZ DE MANCHÓN, M. J. (1993). "Posibilidades de desarrollo endógeno en centros menores". *Seminario sobre desarrollo regional en regiones marginales*. Universidad Nacional de Cuyo (UNC); Centro Regional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CRICYT); ME-CONICET. 209-233. Mendoza, Argentina.

FURIÓ, E. (1996). "*Evolución y cambio en la economía regional*". Ariel. Barcelona, España.

G

GAMBAROTA, D. (2012). "Estudio de pre-factibilidad de la implementación de un centro termal en la ciudad de Bahía Blanca, Buenos Aires: *Termas de la Bahía*". Tesis de grado Licenciatura en Turismo. Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca.

GAMBAROTA, D. y LEONARDI, V. (2016). "Propuesta para transformar un recurso en un atractivo turístico: centro termal Termas de la Bahía". *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo (RIAT)* Vol. 12, Nº 2, p. 187-203. Disponible en: <http://riat.utralca.cl/index.php/test/article/view/362>

GARCÍA CANCLINI, N. (1999). "Los usos sociales del patrimonio cultural", en: AGUILAR CRIADO, E. (Coord.), *Patrimonio etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*, Sevilla, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, p. 16-33.

GARCÍA CANCLINI, N. (2005). "*Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*". Buenos Aires, Paidós.

GARCÍA CUETOS, M. P. (2012). "*El patrimonio cultural. Conceptos básicos*". Zaragoza, Prensas Universitarias Zaragoza.

GAVIRIA REYES, M. A. y OTROS (2016). "Estudio hidrogeoquímico de las áreas termales del complejo volcánico Copahue-Caviahue". *Revista de la Asociación Geológica Argentina* 73 (2), p. 256 - 269.

GIBSON, C. (2008). "Geographies of Tourism: Internationalizing Geography?" *Progress in Human Geography* (febrero) p. 1-16.

GIDDENS, A (1987). "Prefacio, Introducción, La producción reproducción de la vida social, Conclusiones: Algunas nuevas reglas del método sociológico", en: GIDDENS, A. *Las nuevas reglas del método sociológico: Crítica positiva de las sociologías comprensivas*, Bs. As: Amorrortu.

GIDDENS, A (1995). "Introducción, Elementos de la teoría de la estructuración, Estructura, sistema, reproducción social, Teoría de la estructuración, investigación empírica y crítica social", en GIDDENS, A. *La constitución de la sociedad: Bases para la teoría de la estructuración*, Bs. As: Amorrortu.

GIDDENS, A. (1998). "El estructuralismo, el post-estructuralismo y la producción de la cultura", en: GIDDENS y TURNER (eds.). *La teoría social, hoy*, Madrid: Alianza.

GIDDENS, A. (1999). "Perfiles y críticas en Teoría social", en: ARONSON y CONRADO (comps.), *La Teoría Social de Anthony Giddens*, Bs. As: Eudeba.

GIORGETTI, H. (1995). "Bases y modelos de producción para la implementación de un plan de desarrollo agropecuario en el partido de Patagones". Chacra Experimental del Ministerio de la Producción de la Provincia de Buenos Aires. Patagones, Argentina.

GONÇALVES, J. (2005). "Ressonância, materialidade e subjetividade: as culturas como patrimônios". *Horizontes Antropológicos*, Vol. 11, N°. 23, p. 36-59.

GONZÁLEZ URIARTE, M. (2010). "Geomorfología aplicada a la gestión ambiental". En: PAOLONI, J. D. (Comp.) *Ambientes y recursos naturales del partido de Bahía Blanca: clima, geomorfología, suelos y aguas*. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur, Ediuns, p. 91-125.

H

HAESBAERT, R. (2002). "*Territórios alternativos*". Niterói, Eduff.

HALL, M. (2013). "Framing Tourism Geography: Notes from the Underground". *Annals of Tourism Research*. 43: p. 601-623.

HAOVER, E. M. (1948). "*The location of economic activity*". Mc Graw-Hill. Nueva York.

HERNÁNDEZ I. MARTI, G. M. (2008). "Un zombi de la modernidad: el patrimonio cultural y sus límites". *La Torre del Virrey. Revista de estudios culturales*, 5, p. 27-38.

HENN, M. B., FRAIZ, J., & GONÇALVES, J. (2011). "Valor económico de la imagen de un destino". *Revista de turismo y patrimonio cultural*. Vol. 9, p. 25-35.

HERNÁNDEZ, J. y LEÓN, M. (2010). "Centro Nacional de de termalismo visto santamarina". Cuba. Disponible en: <http://www.cubambiente.com/memorias/MEMORIAS%20VIII%20CONGRES>

HERNÁNDEZ RAMÍREZ, J. (2011). "*Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales*". *Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Volumen 9, Número 2, p. 225-236.

HERRERA, C. (2011). "*El Turismo Sostenible y el Recurso Termal en los alojamientos turísticos de la ciudad de Termas de Río Hondo*". Tesina de Licenciatura en turismo. Universidad Católica de Santiago del Estero Facultad de ciencias económicas

HIERNAUX, N. (2002). "Imaginario sociales y turismo sostenible". *Cuaderno de ciencias sociales* 123: p. 7-35. San José (Costa Rica) Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.

HIERNAUX, D. (2006). "Geografía del turismo". En: Tratado de geografía humana, dirigido por LINDÓN, A. y HIERNAUX, D. Barcelona: Anthropos, Universidad Autónoma Metropolitana.

HIERNAUX, D. (2008). "El giro cultural y las nuevas interpretaciones geográficas del turismo". *GEOUSP: Espaço e Tempo* (23) p. 177-187. Disponible en: <http://www.geografia.fflch.usp.br/publicacoes/Geosp/Geosp23/Intercambio>

HIERNAUX, D. (2011). "El giro cultural y las nuevas interpretaciones geográficas del Turismo", en ZUSMAN, P. y OTROS. (2011). "Geografías culturales. Aproximaciones, intersecciones y desafíos". Ed. De la Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Bs. As.

HOBSBAWM, E. (1998). "La era del imperio (1975-1914)". Editorial Crítica: Barcelona, España.

HUBER, N. (2001). "Circuitos Turísticos Histórico Culturales. Carlos Paz, Córdoba". Dirección de Patrimonio Histórico del Gabinete de Turismo de Villa Carlos Paz.

I

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (2001). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas. Disponible en: https://www.indec.gob.ar/micro_sitios/webcenso/index.asp

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (2010). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas. Disponible en: http://www.indec.gov.ar/ftp/censos/2010/CuadrosDefinitivos/P2-D_6_56.pdf

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (2005). Censo Nacional Económico 2004/2005. Disponible en: https://www.indec.gov.ar/cne2005_index.asp

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (2015). Encuesta de Ocupación Hotelera. Disponible en: <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Institucional-Indec-InformesTecnicos-56>

K

KABZUK, E. (2001). "Shalom Argentina: huellas de la colonización judía". Buenos Aires: Ministerio de Turismo, Cultura y Deporte.

KNAFOU, R. (1992). "L' invention du tourisme". En: BAILLY, A., FERRAS, R. y PUMAIN, D. (coord.) *Encyclopédie de Géographie*. París: Ed. Económica, p. 827-844.

KUZNETS, S. (1966). "*Modern economic growth. Rate, structure and spread*". Yale University Press. New Heaven. USA.

L

LAMBERTO, S. (1987). "Vegetación natural". En: Evaluación expeditiva del recurso suelo y uso y cobertura de la tierra en el sur de la provincia de Buenos Aires. *Informe técnico N° 28*. Secretaria de Agricultura, Ganadería y Pesca. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Estación Experimental Agropecuaria Hilario Ascasubi. Bahía Blanca, Argentina

LARRACHARTE, M. (2013). "Turismo deportivo: hacia un dimensionamiento de los alcances turísticos y económicos de la Liga Nacional de Básquet en la ciudad de Bahía Blanca". Tesis de grado Licenciatura en Turismo. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca.

LEFEBVRE, H. (1974). "La production de l'espace". *Sociologie de la connaissance marxisme et anthropologie* 31 (31-32) p. 15-32.

LEFEBVRE, H. (1988). "La production de l'espace". Reino Unido: Universidad de Sussex. Traducción al castellano por LLANO LOYOLA, J. (2009). Santiago: Universidad Andrés Bello (UNAB). Las citas corresponden a la edición de la Universidad Andrés Bello.

LENO CERRO, F. (1992). "La Evaluación del Potencial Turístico en un proceso de planificación: el Canal de Castilla". Instituto de Estudios Turísticos, *Revista Estudios Turísticos* N° 116.

LENO CERRO, F. (1193). "Técnicas de Evaluación del Potencial Turístico". Madrid, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

LEY N° 11.621. Buenos Aires, 19 de Septiembre de 1932. Boletín Oficial de la República Argentina n° 11.506, 5 de Octubre de 1932.

LINDÓN, A. y HIERNAUX, D. (Coord.) (2006). "*Tratado de Geografía Humana*". Antrophos, España.

LLANOS DE LA PLAZA, E. (2000). "Arquitectura balnearia. Programa Institucional del Ministerio de Fomento". En: LÓPEZ GETA, J. y PINUAGA ESPEJEL, J. L. (edit.) *Panorama actual de las Aguas Minerales y Minero-medicinales en España*. Instituto geológico y Minero de España; España, p. 191-212. Disponible en: <http://aguas.igme.es/igme/publica/pdfart3/arquitectura.pdf>

LLOP, J.M. (2008). "Ciudades intermedias, entre sus territorios y la globalización". *Módulo N° 5*. Colegio Arquitectos. PBA Distrito X.

LOPES, E. (2005). "El desarrollo turístico de la región de aguas termales de Goínas, Brasil" *Revista Cuadernos de turismo*. N° 16, España. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/143npdf/398/39801606.pdf>

LÓPEZ, M. (2000). "Arroyo Napostá Grande. Estudio sistémico para su aprovechamiento integral". Tesis de grado Licenciatura en Geografía. Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca.

LÓPEZ GUZMÁN, T. y JESÚS, M. (2011). "Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias". *Tourism & Management Studies*, vol. 1, p. 929-922. Universidade do Algarve Faro, Portugal.

LORDA, M. A. (2005). "El desarrollo local, estrategia de gestión ambiental de la actividad agrícola de los espacios próximos a la ciudad de Bahía Blanca. *Tesis Doctoral*. Bahía Blanca.

LUENGO, F. (1998). "Elementos para la definición y evaluación de la calidad ambiental urbana. Una propuesta teórico-metodológica". *IV Seminario Latinoamericano de calidad de vida urbana*. 1-8. Universidad Nacional del Centro, Tandil, Argentina.

M

MADOERY, O. (2001). "La formación de agentes de desarrollo local: ¿Cómo contribuir desde la universidad a la gestión territorial?". *Ponencia presentada al VI Congreso Internacional del CLAD sobre "La Reforma del estado y de la administración pública"*. Buenos Aires. p. 1-11.

MADOERY, O. (2005). "La "primera generación" de políticas locales de desarrollo en Argentina: Contexto, características y desafíos". *Centro de Estudios Desarrollo y Territorio (CEDET)*. Universidad Nacional de San Martín. Buenos Aires.

MADOERY, O. (2009). "Un análisis de caso desde la perspectiva del desarrollo territorial. Rosario, Argentina, 1995-2008". *Semestre Económico*, vol. 12, N°. 24 (Edición especial), p. 69-92. Medellín, Colombia

MADOERY, O. (2011). "Política y territorio en Argentina". *DRd Desenvolvimento Regional em debate* Año 1, n° 1, p. 24-39.

MADOERY, O. (2016). "La disputa por el sentido del desarrollo territorial. Algunos aportes desde el pensamiento crítico latinoamericano". *Revista digital Desarrollo y territorio*, N° 0, p. 5-11.

MAGLIANESI, C. N. (2013). "Turismo deportivo en Bahía Blanca: los midget como producto turístico-recreativo". Tesis de grado Licenciatura en Turismo. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca.

MAGNAGHI, A. (2011). "*El proyecto local. Hacia una conciencia del lugar*". Barcelona: Architectonics -UPC.

MARRADI, A., ARCHENTI, N. y PIOVANI, J. I. (2007). "Metodología de las Ciencias Sociales". Emecé Ediciones, Buenos Aires.

MARCHENA GÓMEZ, M. (1994). "Un ejercicio prospectivo: de la industria del turismo "fordista" al ocio de producción flexible". *Papers de Turisme*, n° 14-15, p. 77-94.

MARTÍNEZ MAURE, O. (2004). "*Análisis de las estrategias de desarrollo del sector termal*". Turismo, ocio y deporte: *VIII Congreso de Sociología*, Alicante, España, p. 61-83.

MARRÓN GAITE, M. J. (2009). "*Investigación en geografía. Concepto y método en las distintas etapas y tendencias*". Cátedra didáctica de las ciencias sociales, Facultad de Educación, Centro de Formación del Profesorado, Universidad Complutense de Madrid.

MARSHALL, A. (1919). "*Industria y comercio: un estudio de la técnica industrial y la organización empresarial; y de sus influencias en las condiciones de varias clases y naciones*". Macmillan. Toronto. Londres, Reino Unido.

MARSHALL, A. (1980). "*Principios de economía, introducción al estudio de esta ciencia*". Traducción de la octava edición inglesa por Evenor Hazera. Vol.1. El consultor bibliográfico. París, p. 165-167. Barcelona, España.

MASSIRIS, A. (2006), "Políticas latinoamericanas de ordenamiento territorial: realidad y desafíos". *Colección Investigación UPTC*, N° 4. Tunja: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Dirección de Investigaciones.

MASSIRIS, A. (2012). “*Gestión territorial y desarrollo. Hacia una política de desarrollo territorial sostenible en América Latina*”. UPTC-Tunja, Colombia.

MEETHAN, K. (2001). “*Tourism in Global Society. Place, Culture, Consumption*”. New York: Palgrave.

MÉNDEZ, R. (1997). “*Geografía económica*”. Ariel. Barcelona, España.

MÉNDEZ, R. (2008). “Trayectoria reciente de la geografía: algunos problemas y potencialidades para su enseñanza”. *Revista Huellas*, N° 12, Instituto de Geografía, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de la Pampa, p. 28-155.

MILLOT, S. O. (2002). “Termalismo: Manual de información general para interesados en la actividad termal”. Alción Editora, Córdoba. Disponible en: <http://www.termasalud.com/boletines/2010/5.htm>

MIRÓ, I. y ALAIX, M. (1997). “Interpretación, identidad y territorio. Una reflexión sobre el uso social del Patrimonio”. *Revista PH*, [S.I.], p. 33-37. Disponible en: <http://www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/454/454>

MOLDOVEANU, M. (1999). “*Ciudades termales en Europa*”. Barcelona: Lunweg.

MOLINA VILLAR, J. J. (2004). “Termalismo y turismo en Catalunya: un estudio geohistórico contemporáneo”. Tesis Doctoral. Universitat de Barcelona. Departament de Geografia Física i Anàlisi Geogràfica Regional.

MUNICIPALIDAD DE BAHIA BLANCA (2000). Plan estratégico de Bahía Blanca.

MUNICIPALIDAD DE BAHÍA BLANCA (2014). Mapa de accesibilidad vial. Disponible en: http://www.gifex.com/argentina_maps/Bahia_Blanca_Access_Map_Buenos_Aires_Prov_Argentina_2.htm

MUNICIPALIDAD DE BAHÍA BLANCA (2017). Información sobre turismo en Bahía Blanca. Disponible en: <http://www.bahia.gob.ar/conoce/>

MUNICIPALIDAD DE BAHÍA BLANCA (2017). Información sobre infraestructura física y de servicios en Bahía Blanca. Disponible en: <http://www.bahia.gob.ar/ciudad>

MUNICIPALIDAD DE BAHIA BLANCA (2017). Bahía Blanca Destino Turismo de Reuniones. Carpeta de presentación. Disponible en: <http://www.bahia.gob.ar/wp-content/uploads/2017/02/Carpeta-Presentacion.pdf>

MUNICIPALIDAD DE BAHIA BLANCA (2017). Estadísticas de Turismo. Perfil del visitante de Bahía Blanca. Disponible en: [http://www.bahiablanca.gov.ar/\(consulta 23 de mayo 2019\)](http://www.bahiablanca.gov.ar/(consulta 23 de mayo 2019)).

MUNICIPALIDAD DE VILLARINO (2019). Plano de la ciudad de Médanos.

MURRADÁS, M, y COCCIA, D. (1967). “La gran cuenca termal profunda de Bahía Blanca”. Universidad Nacional del Sur. Centro de Coordinación de Investigación de Recursos Naturales CECIRNA. Para presentación en el III Congreso Nacional del Agua, San Juan. Bahía Blanca, Buenos Aires, Argentina. (No figura editorial).

N

NACIONES UNIDAS (2006). “*El agua, una responsabilidad compartida. 2° Informe de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo de los Recursos Hídricos en el Mundo*”.

NAVALÓN GARCÍA, R. (2014). “Diseño y gestión de rutas culturales: de la teoría a la práctica”. En: RUBIO, L. y PONCE, G.: “Escenarios, imaginarios y gestión del patrimonio”. Ed. Serv. Public Univ Autónoma Metropolitana - Xochimilco (México) y Universidad de Alicante (España).

NAVARRO, D. (2015). “Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración”. *Revista Cuadernos de Turismo*, nº 35; p. 335-357. España: Universidad de Murcia.

NORTH, D. (1990). “*Institutions, institutional change and economic performance*”. Cambridge University Press. Nueva York. USA.

O

- OBRAS Y PROTAGONISTAS (2012). "Revista de Construcción del Sur Argentino". Octubre 2012. Año XXII. N° 209.
- ORDENANZA N° 16.232. Bahía Blanca Termal. Expediente H.C.D.: 471-2011. Fecha de Sanción: 14 de julio de 2011. Fecha de Promulgación: 26 de julio de 2011. Decreto de Promulgación N°: 1172/2011.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1998). Guía para administradores locales: desarrollo turístico sostenible. OMT. España 1998.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1998). Introducción al turismo. Ed. Egraf, Madrid, España.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. (2003). *Turismo y atenuación de la pobreza*. Organización Mundial de Turismo. Madrid, España.
- ORTEGA, VARCARCEL, J. (1998). "El patrimonio territorial: el territorio como recurso territorial y económico". *Revista Ciudades*, 4, p. 33-48.
- ORTEGA VALCARCEL, J. (2004). "La Geografía para el siglo XXI" en: ROMERO, J. (coord.) *Geografía Humana*. Barcelona: Ariel. p. 25-54.
- OYARVIDE RAMÍREZ, H., NAZARENO VÉLIZ, I., ROLDÁN RUENES, A. y FERRALES ARIAS, Y. (2016). "Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible". *Retos de la Dirección*, 10 (1), p. 71-93. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552016000100006&lng=es&tlng=es (consulta 20 de noviembre de 2017).

P

- PARODI, L. (1945). "Las regiones fitogeográficas argentinas y sus relaciones con la industria forestal". En: F. Verdoorn (editor), *Plants and plants science in Latin America*, p. 127-132. The Ronald Press Company, New York, Estados Unidos.
- PÉREZ, M. (2014). "El turismo termal en el partido de Villarino y su posicionamiento en el Sudoeste Bonaerense". Tesis de grado de Licenciatura en Turismo, Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca.
- PERROUX, F. (1955). "Note sur la nation de pôle de croissance". *Economie Appliquée*, 7: p. 307-320.
- PETAGNA, A. M. y ZINGER, A. (1986). "La Organización Espacial del Partido de Bahía Blanca desde el punto de vista Geosistémico". *Revista Universitaria de Geografía*. Bahía Blanca: EdiUNS, vol. 2, n° 1 y 2, octubre, p. 5-37.
- PINEDA-ESCOBAR, M. A. y FALLA VILLA, P. L. (2017). "Turismo termal como opción de turismo de bienestar en Colombia: un estudio exploratorio". *Equidad & Desarrollo*, (27), p. 105-124. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.19052/ed.3749>
- PITTÓN, N. (2012). "Potencialidad turística: estudio de caso: triángulo turístico de Pedro Luro". Tesis de grado Licenciatura en Turismo, Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca.
- PRATS, LI. (1997). "*Antropología y patrimonio*". Barcelona, Ariel.
- PRATS, LI. (1998). "El concepto de patrimonio cultural". *Política y Sociedad*, 27, Madrid, España, p. 63-76.
- PRATS, LI. (2005). "Concepto y gestión del patrimonio local". *Cuadernos de Antropología Social*, N° 21, Universidad de Buenos Aires, p. 17-35.
- PRATS, LI. y SANTANA, A. (2005). "Reflexiones libérrimas sobre patrimonio, turismo y sus confusas relaciones", en: PRATS, LI y SANTANA, A. (Coords.) *El encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación*. Sevilla: Fundación El Monte, p. 9-25.
- PRATS, J (2006). "A los príncipes republicanos: gobernanza y desarrollo desde el republicanismo cívico". Plural Ediciones, Barcelona IIG.

PRONSATO, D. (1953). "¿Son inagotables las aguas termales surgentes de Bahía Blanca?". Conferencia patrocinada por el Instituto Tecnológico del Sur.

PROGRAMA MUNDIAL DE EVALUACIÓN DE LOS RECURSOS HÍDRICOS. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001444/144409S.pdf>

Q

QUINTELA, M. (1999). "Curar e folgar: etnografía das experiências termais nas Termas de São Pedro. A água como agente terapêutico: práticas termais em Portugal e no Brasil". Tesis Doctoral. Disponible en: http://ceas.iscte.pt/etnografica/docs/vol_07/N1/Vol_vii_N1_171-186.pdf.

QUINTELA, M. (2004). "Cura termal. Entre as práticas "populares" e os saberes "ceintíficos"". En: actas del VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais. Faculdade de economía, Universidade de Coimbra. 16, 17 y 18 de septiembre.

R

RAMBORGER, M.A. y LORDA, M.A. (2010). "Análisis de las transformaciones antrópicas de la franja costera de la Bahía Blanca a partir de la interpretación de fotografías aéreas". *Revista Universitaria de geografía*, 19 (1), 49-70. Disponible en: http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S185242652010001100006&lng=es&nrm=iso (consulta 15 de enero 2018).

RAMÍREZ, L. (2011). "Turismo, naturaleza y territorio. El turismo termal en la localidad de Federación (Provincia de Entre Ríos, Argentina)" Tesis de Maestría en Desarrollo Turístico Sustentable. Universidad Nacional de Mar del Plata Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

REYES PÉREZ, Ó. y SÁNCHEZ CRISPÍN, Á. (2005). "Metodología para determinar el potencial de los recursos turísticos naturales en el Estado de Oaxaca, México". *Revista Cuadernos de Turismo*, (16), p.153-173 (julio-diciembre): Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801609> (consulta 1 de julio 2019).

RODRIGUEZ, C. (2003). "Evaluación de la potencialidad turística de los recursos: aplicación al área serrana del Partido de Tornquist". Tesis de grado, Licenciatura en turismo. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca.

RODRÍGUEZ, D.; SCHULZ, G. y MORETTI, L. (2018). "Carta de suelos de la República Argentina: partido de Villarino: provincia de Buenos Aires". Ediciones INTA, libro digital.

ROSENSTEIN-RODAN, P. N. (1943). "Problems of industrialization of Eastern and south-eastern Europe". *The Economic Journal*, 52: p. 202-211. (Reproducido en the economics of under development. Agarwala y Singh, Oxford University Press, 1958).

RUBIO, E. F. y DE PANDOLFI, C. L. (1948). "El surgente termal de Pedro Luro (Provincia de Buenos Aires)". Informes preliminares y comunicaciones N° 5 de la *Revista de la Asociación Geológica Argentina*, tomo III, N° 4. Secretaría de Industria y comercio de la Nación. Dirección General de la industria minera. Argentina.

S

SÁENZ, A. (1999). "Contribuciones al desarrollo endógeno: participación comunitaria, poder local, ONGs". *Scripta Nova, Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 45 (26). Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/sn-45-26.htm>. (consulta marzo 2016).

SALCEDO, M. y SAN MARTÍN, F. (2012). "Turismo y sustentabilidad: paradigma de desarrollo entre lo tradicional y lo alternativo". *Gestión y estrategia*, n° 41 Universidad La Salle, A.C., México. Disponible en: <http://administracion.azc.uam.mx/descargas/revistagye/rv41/rev41art05.pdf> (consulta 18 de abril de 2018)

SALINAS CHÁVEZ, E. (2008). "Ordenación, planificación y gestión de los espacios turísticos: aspectos teórico metodológicos". *Tendencias* 2 (4) p. 11-16. Disponible en: <http://www.youblisher.com/p/735253-Tendencias-Ano-I-INO-4-2008/>

SALINAS CHÁVEZ, E. y OSORIO J. (2006). "Turismo y sustentabilidad: de la teoría a la práctica en Cuba". Cuadernos de Turismo 17, p. 201-221. Disponible en: http://vidasilvestre.org.uy/wpcontent/uploads/2012/07/TurismoySustentabilidad_delaTeor%C3%ADaalaPr%C3%A1ctic aenCuba_CuadernosdeTurismo.pdf

SÁNCHEZ, R.; PEZZOLA, N. y CEPEDA, J. (1998). "Caracterización edafoclimática del área de influencia del INTA E.E.A. Hilario Ascasubi. Partidos de Villarino y Patagones, Pcia. de Buenos Aires". Boletín de divulgación N° 18. Disponible en: <https://docplayer.es/15529542-Characterizacion-edafoclimatica-del-area-de-influencia-del-inta-e-e-a-hilario-ascasubi.html> (consulta 15 de julio de 2019).

SÁNCHEZ FERRÉ, J. (2001). "El patrimonio balneario en nuestro país. Arquitectura – patrimonio – sociedad". Barcelona. Disponible en: http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-bal/el_patrimonio_balneario_en_nuestro_pais.pdf

SANTANA, M. A. (2000). "Modelos de desarrollo turístico y condiciones de empleo". Memoria de investigación presentada para la consecución de la maestría en sociología. Curso académico. Bellaterra, España.

SANTANA, M. A. (2003). "Tesis Doctoral. Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria)". Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra, España.

SANTARELLI, S. y CAMPOS, M. (2022). "Corrientes epistemológicas, metodología y prácticas en geografía: propuestas de estudio en el espacio local". Bahía Blanca: EdiUns.

SANTARELLI, S. y CAMPOS, M. (coordinadoras) (2012). "Territorios culturales y prácticas religiosas: nuevos escenarios en América Latina". Bahía Blanca: EdiUns.

SAVIA (2006). "La nueva edad de oro de los balnearios españoles", SAVIA, p. 48-52.

SCHALAMUK, I.; DEL BLANCO, M. A.; MARCHIONNI, D.; ROMERO, S.; CÁBANA, M. C. (1999). "Salinas y sulfateras de la Región Pampeana, Buenos Aires y La Pampa". En: Recursos Minerales de la República Argentina. Buenos Aires: Instituto de Geología y Recursos Minerales SEGEMAR.

SCHROEDER, R. y FORMIGA, N. (2011). "Principales rasgos de Bahía Blanca como ciudad intermedia, una aproximación desde la perspectiva económica". *Párrafos Geográficos*, Volumen 10, N° 1, p. 532-553.

SCHUMPETER, J. A. (1978). "Teoría del desenvolvimiento económico. Una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico". Fondo de Cultura Económica (FCE). México.

SCHLUTER, R. (2001). "El turismo en Argentina. Del balneario al campo". Buenos Aires: CIET.

SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACIÓN ARGENTINA (2007). "Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS) 2016". Buenos Aires.

SECRETARIA DE TURISMO DE MÉXICO (2010). "Serie de fascículos de competitividad y desarrollo de productos turísticos: Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios". México, D.F, Fascículo VIII. Disponible en: http://sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9247_fasciculos_de_compet (consulta 15 de junio 2018).

SECRETARÍA XERAL PARA O TURISMO, CONSELLERÍA DE CULTURA E TURISMO, XUNTA DE GALICIA (2011). Propuesta de conclusiones. *Congreso Internacional de Turismo Termal. Sostenibilidad, Salud, Calidad y Promoción. En pos de una visión innovadora del Termalismo*. Ourense, Galicia: España.

SILI, M. (2005). "La Argentina Rural. De la crisis de la modernización agraria a la construcción de un nuevo paradigma de desarrollo territorial rural". Buenos Aires: INTA.

SILI, M. (2010). "¿Cómo revertir la crisis y la fragmentación de los territorios rurales? Ideas y propuestas para emprender procesos de desarrollo territorial rural". Bs. As.: Ediciones INTA.

SILI, M. (2018). "La acción territorial: una propuesta conceptual y metodológica para su análisis". *Rev. Bras. Estud. Ur anos Reg.* (ON LINE), SÃO PAU LO, V.20, N° 1, p.11-31, JAN.-ABR. 2018

- SOJA, E. (1996). "Thirds pace: Journeys to Los Angeles and other Real and Imagined Places". Cambridge: Blackwell.
- SOJA, E. (2008). "Postmetrópolis: estudios críticos sobre las ciudades y las regiones". Traducido por Verónica Hendel y Mónica Cifuentes. Madrid: Traficantes de Sueños.
- SPALETTI, L. e ISLA, F. (2003). "Características y Evolución del Delta del Río Colorado ("Colú-Leuvú") Prov. de Buenos Aires, República Argentina". *AAS Asociación Argentina de Sedimentología. Revista* vol. 10 nº 1, p. 23-37
- SWARBROOKE, J. (2007). "*The development and management of visitor attractions*". 2nd ed. Great Britain: Elsevier.

T

- TAILLEUX, P. (1991). "*Historie des Thermes de Forges-Les-Eaux*". Luneray: Bertout.
- TORRES BERNIER, E. (2006). "Rutas culturales. Recurso, destino y producto turístico". *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, Nº 60 p. 84-97.
- TROITIÑO, M.Á. y TROITIÑO, L. (2013). "Planificación y gestión de destinos patrimoniales de interior", en: *Turismos de interior. Planificación, comercialización y experiencias*.
- TRONCOSO, C. (2012). "*Turismo y patrimonio en la Quebrada de Humahuaca. Lugar, actores y conflictos en la definición de un destino turístico argentino*". Tenerife, Pasos Edita.
- TUGORES, F. y PLANAS, (2006). "*Introducción al patrimonio cultural*". Gijón, Ediciones Trea.

U

- URRY, J. (1996). "*O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*". San Pablo: SESC – Studio Nobel.
- URRY, J. (2004). "*La mirada del turista*". Lima: Universidad de San Martín de Porres.

V

- VÁZQUEZ BARQUERO A. (1988). "*Desarrollo local, una estrategia de creación de empleo*". Editorial Pirámide. Madrid, España.
- VAZQUEZ BARQUERO, A. (1995). "Desarrollo económico: flexibilidad en la acumulación y regulación del capital". En VAZQUEZ BARQUERO, A. y GARÓFOLI, G. (Eds.) *Desarrollo económico local en Europa*. Madrid Colegio de Economistas de Madrid.
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (2000). "*Desarrollo económico local y descentralización: Aproximación a un marco conceptual*". Proyecto CEPAL/GTZ de Desarrollo Económico Local y Descentralización. CEPAL. Santiago de Chile.
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (2001). "Desarrollo endógeno y globalización". En: VÁZQUEZ BARQUERO, A. y MADOERY, O. (Compiladores), *Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local*. p. 76-99. Homo Sapiens, Rosario, Santa Fe.
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (2011). "Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial". *Revista Investigaciones Regionales*, Nº. 11, p. 183-210. Asociación Española de Ciencia Regional Madrid, España. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28901109>
- VENTURINI, E. (2006). "El uso turístico del patrimonio en los centros históricos urbanos". En: *Actas VIII Congreso Internacional de Patrimonio Arquitectónico y Edificación: La dimensión social del patrimonio*. Buenos Aires: CICOP Centro Internacional para la Conservación del Patrimonio, septiembre, p. 1-6.
- VERA REBOLLO, J. F. (coord.); LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MARCHENA GÓMEZ, M.; ANTÓN, S.; prólogo de VILA VALENTÍ, J. (1997). "*Análisis territoriales del turismo. Una nueva Geografía del Turismo*". Ariel, Barcelona, España.

VILLAR MOLINA, J. J. (2004). “*Termalismo y turismo en Catalunya. Un estudio neohistórico contemporáneo*”. Tesis doctoral, Departamento de Geografía Física y Análisis Geográfico Regional, Facultad de Geografía e Historia, Universidad de Barcelona.

W

WALLINGRE, N. y A. VILLAR. (2009). “*Desarrollo y gestión de destinos turísticos. Políticas y estrategias*”. Editorial Bernal. Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, Argentina.

WALLINGRE, N. (2011a). “El desarrollo de un nuevo destino turístico el caso de la ciudad de Villa Elisa, Argentina”, en *revista Turismo y Sociedad*, Universidad Externado de Colombia, vol. 12, p. 235-259. Disponible en: <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3126/3508>

WALLINGRE, N. (2011b). “Indagaciones sobre los cambios acontecidos en el desarrollo del turismo en la ciudad de San José, provincia de Entre Ríos, Argentina”. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. v.5, n.2, p.271- 296.

WALLINGRE, N. (2012). “Problemas Turísticos Contemporáneos”. Bernal, Universidad Virtual de Quilmes.

Z

ZUSMAN, P. y OTROS (eds.) (2011). “*Geografías culturales. Aproximaciones, intersecciones y desafíos*”. Buenos Aires: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires.

Notas periodísticas

LA NUEVA (1/10/2018) Villarino recupera un atractivo turístico clave. Disponible en: <https://www.lanueva.com/nota/2018-10-1-6-30-0-villarino-recupera-un-atractivo-turistico-clave> (Consulta 22 de enero de 2019).

LA NUEVA (21/10/2018) Pedro Luro: El hotel termal dejó atrás el abandono e inicia una nueva etapa de desarrollo turístico. Disponible en: <https://www.lanueva.com/nota/2018-10-21-12-39-0-pedro-luro-el-hotel-termal-dejo-atras-el-abandono-e-inicia-una-nueva-etapa-de-desarrollo-turistico> (Consulta 22 de enero de 2019).

Fuentes no registradas

CRÓNICAS DE PEDRO LURO, Biblioteca Pública de la Escuela de Enseñanza Media N° 1 “Demetrio Urrutia” citada en PITTÓN, N. (2012) Potencialidad turística estudio de caso: Triángulo turístico de Pedro Luro. Tesina de grado Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca.

Páginas web consultadas

ÁMBITO.COM <https://www.ambito.com/>

ASOCIACIÓN DE HOTELES, RESTAURANTES, BARES, CONFITERÍAS Y AFINES DE BAHÍA BLANCA Y REGIÓN DEL SUDOESTE. <https://ahgbahiablanca.org.ar>

BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA. <http://www.bna.com.ar>

BOLETÍN OFICIAL DE LA REPÚBLICA ARGENTINA. <https://www.boletinoficial.gob.ar/>

BOLETÍN OFICIAL DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES. http://www.gob.gba.gov.ar/boletin_oficial

CÁMARA ARGENTINA DE TURISMO. Datos sobre Informe 2018 de la WTTC. <http://www.camaradeturismo.org.ar/section/noticias/la-industria-de-viajes-y-turismo-crecio-por-encima-del-pbi-global-en-2018-segun-el-informe-de-la-wttc>

CARTA MUNDIAL DE TURISMO SOSTENIBLE. <https://www.cartamundialdeturismosostenible2015.com/>

CPAU. Consejo Profesional de Arquitectura y Urbanismo. Datos honorarios proyecto y dirección de obra. <http://www.cpaau.org/nota/386/honorarios-para-proyecto-y-direccion>

DATOS MACRO.COM. <https://datosmacro.expansion.com/bono/usa>

DATOS SOBRE PEDRO LURO. <http://www.escribahia.org/Index2.htm>

HOTEL DE PEDRO LURO <http://www.hotellisboa.com.ar>
<http://www.pedroluro.com>

INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR. <http://www.ign.gob.ar/>

LA AURORA. Historia de la sal. <http://www.salaurora.com.ar/>

MINISTERIO DE ECONOMÍA DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES. Datos sobre turismo de la provincia de Buenos Aires. <http://www.ec.gba.gov.ar/>

MUNICIPALIDAD DE BAHÍA BLANCA. Datos sobre Turismo en Bahía Blanca. Requisitos de habilitación del emprendimiento. <http://www.bahia.gob.ar/>

MUSEO HISTÓRICO DE BAHÍA BLANCA. <http://www.mhistorico.bahiablanca.gov.ar>

NOTAS PERIODÍSTICAS <https://www.lanueva.com/>

SECRETARÍA DE TURISMO DE LA NACIÓN. Datos sobre Turismo salud.
<http://www.turismo.gov.ar/>

SENTI ARGENTINA. Finalizó la 48ª Fiesta Nacional del Ajo en Médanos, Villarino, Provincia de Buenos Aires.
<http://sentiargentina.com/finalizo-la-48a-fiesta-nacional-del-ajo-en-medanos-villarino-provincia-de-buenos-aires/>

SINDICATO de empleados de comercio Bahía Blanca. Escalas salariales 2012. <http://www.ecbb.com.ar/>

SISTEMA ARGENTINO DE INFORMACIÓN JURÍDICA. <http://www.saij.gob.ar/>

TERMAS DE LURO <https://termasdeluro.com/>

TERMAS DE MÉDANOS. El complejo. <http://www.termasmedanos.com.ar/>

TRANSPORTE DE PEDRO LURO <http://www.lurobus.com.ar/ser.html>

TURISMO EN LA PROVINCIA DE BS. AS. <http://www.bue.gov.ar/>

TURISMO PARTIDO DE VILLARINO <http://www.villarino.gob.ar>

UTHGRA. Unión de Trabajadores del Turismo, Hoteleros y Gastronómicos de la República Argentina. Escalas salariales. <http://www.uthgra.org.ar/site/index.php>

WHEST GUARDIÁN DEL ESTUARIO. <https://whest.com.ar>

ANEXOS

ANEXO I: Propuesta Centro Termal “Termas de la Bahía”: Flujo de fondos y aplicación de TIR social.

Flujo de Caja. Escenario normal (Captación de la demanda = 25%)

Períodos	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inv. Inicial	-12.108.867										
Inv. KL	-401.652										
Inv. 2 et/reinv.			-1.732.234	-40.236		-55.752	-40.236			-40.236	-55.752
Ingresos		5.707.440	6.973.680	8.207.120	9.532.560	11.157.200	13.066.960	15.310.640	17.945.680	21.040.080	24.580.560
Costos											
Fijos		-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255
Variables:											
IB		-199.760	-244.079	-287.249	-333.640	-390.502	-457.344	-535.872	-628.099	-736.403	-860.320
TSH		-51.367	-62.763	-73.864	-85.793	-100.415	-117.603	-137.796	-161.511	-189.361	-221.225
Amortización		-641.720	-641.720	-728.332	-714.650	-714.650	-703.139	-703.139	-703.139	-703.139	-703.139
Util antes de imp.		2.622.338	2.100.629	4.885.184	6.205.917	7.703.653	9.556.383	11.741.578	14.260.676	17.178.686	20.547.869
Impuesto (35%)		-917.818	-735.220	-1.709.814	-2.172.071	-2.696.279	-3.344.734	-4.109.552	-4.991.237	-6.012.540	-7.191.754
Util desp. de imp.		1.704.520	1.365.409	3.175.370	4.033.846	5.007.374	6.211.649	7.632.026	9.269.439	11.166.146	13.356.115
Amortización		641.720	641.720	728.332	714.650	714.650	703.139	703.139	709.139	709.139	709.139
Inv. KL.											401.652
VR											5.438.395
FC	-12.510.519	2.346.240	2.007.129	3.903.702	4.748.496	5.722.024	6.914.788	8.335.165	9.978.578	11.875.285	19.905.301

Fuente: Gambarota, D. (2016).

Flujo de Caja. Escenario optimista (Captación de la demanda = 30%)

Períodos	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inv. Inicial	-12.108.867										
Inv. KL	-409.726										
Inv. 2 et/reinv.			-1.732.234	-40.236		-55.752	-40.236			-40.236	-55.752
Ingresos		6.823.760	8.264.080	9.641.200	11.256.560	13.150.640	15.371.440	17.974.480	21.025.360	24.600.080	28.787.920
Costos											
Fijos		-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255
Variables:											
IB		-238.832	-289.243	-337.442	-393.980	-460.272	-538.000	-629.107	-735.888	-861.003	-1.007.577
TSH		-61.414	-74.377	-86.771	-101.309	-118.356	-138.343	-161.770	-189.228	-221.401	-259.091
Amortización		-641.720	-641.720	-728.332	-714.650	-714.650	-703.139	-703.139	-703.139	-703.139	-703.139
Util antes de imp.		3.689.539	3.334.251	6.256.164	7.854.366	9.609.375	11.759.467	14.288.209	17.204.850	20.582.046	24.570.106
Impuesto (35%)		-1.291.339	-1.166.988	-2.189.657	-2.749.028	-3.363.281	-4.115.813	-5.000.873	-6.021.698	-7.203.716	-8.599.537
Util desp. de imp.		2.398.200	2.167.263	4.066.507	5.105.338	6.246.094	7.643.654	9.287.336	11.004.152	13.378.330	15.970.569
Amortización		641.720	641.720	728.332	714.650	714.650	703.139	703.139	709.139	709.139	709.139
Inv. KL.											409.726
VR											5.438.395
FC	-12.518.593	3.039.920	2.808.983	4.794.839	5.819.988	6.960.744	8.346.793	9.990.475	11.713.291	14.087.469	22.521.829

Fuente: Gambarota, D. (2016).

Flujo de Caja. Escenario pesimista (Captación de la demanda = 20%)

Períodos	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inv. Inicial	-12.108.867										
Inv. KL	-393.578										
Inv. 2 et/reinv.			-1.732.234	-40.236		-55.752	-40.236			-40.236	-55.752
Ingresos		4.591.120	5.683.280	6.657.680	7.807.600	9.163.760	10.762.480	12.646.640	14.886.160	17.480.080	20.557.360
Costos											
Fijos		-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255
Variables:											
IB		-160.689	-198.915	-233.019	-273.266	-320.732	-376.687	-442.632	-520.316	-611.803	-719.508
TSH		-41.320	-51.150	-59.919	-70.268	-82.474	-96.862	-113.820	-133.795	-157.321	-185.016
Amortización		-641.720	-641.720	-728.332	-714.650	-714.650	-703.139	-703.139	-703.139	-703.139	-703.139
Util antes de imp.		1.554.136	867.006	3.403.919	4.557.161	5.798.897	7.353.301	9.194.794	11.336.835	13.775.326	16.701.690
Impuesto (35%)		-73.288	-303.452	-1.191.372	-1.595.006	-2.029.614	-2.573.655	-3.218.178	-3.967.892	-4.821.364	-5.845.592
Util desp. de imp.		543.948	563.554	2.212.547	2.962.155	3.769.283	4.779.646	5.976.616	7.368.943	8.953.962	10.856.098
Amortización		641.720	641.720	728.332	714.650	714.650	703.139	703.139	709.139	709.139	709.139
Inv. KL.											393.578
VR											5.438.395
FC	-12.502.445	1.185.668	1.205.274	2.940.879	3.676.805	4.483.933	5.482.785	6.679.755	8.072.082	9.663.101	17.397.210

Fuente: Gambarota, D. (2016).

Aplicación de TIR social al escenario normal 25%

PBI	Períodos	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Inv. Inicial	-12.108.867										
	Inv. KL	-409.726										
	Inv. 2 et/reinv.			-1.732.234	-40.236		-55.752	-40.236			-40.236	-55.752
	Ingresos		5.707.440	6.973.680	8.207.120	9.532.560	11.157.200	13.066.960	15.310.640	17.945.680	21.040.080	24.580.560
	Costos											
	Fijos:		-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255	-2.192.255
	Cannon		-24.780	-24.780	-24.780	-24.780	-24.780	-24.780	-24.780	-24.780	-24.780	-24.780
+	Sueldos		-1.132.840	-1.132.840	-1.132.840	-1.132.840	-1.132.840	-1.132.840	-1.132.840	-1.132.840	-1.132.840	-1.132.840
	Limpieza		-323.100	-323.100	-323.100	-323.100	-323.100	-323.100	-323.100	-323.100	-323.100	-323.100
	Servicios		-76.140	-76.140	-76.140	-76.140	-76.140	-76.140	-76.140	-76.140	-76.140	-76.140
	Publicidad		-518.628	-518.628	-518.628	-518.628	-518.628	-518.628	-518.628	-518.628	-518.628	-518.628
	Seguro		-12.147	-12.147	-12.147	-12.147	-12.147	-12.147	-12.147	-12.147	-12.147	-12.147
	Insumos		-26.680	-26.680	-26.680	-26.680	-26.680	-26.680	-26.680	-26.680	-26.680	-26.680
	Otros		-75.912	-75.912	-75.912	-75.912	-75.912	-75.912	-75.912	-75.912	-75.912	-75.912
	Variables:											
+	IB		-199.760	-244.079	-287.249	-333.640	-390.502	-457.344	-535.872	-628.099	-736.403	-860.320
+	TSH		-51.367	-62.763	-73.864	-85.793	-100.415	-117.603	-137.796	-161.511	-189.361	-221.225
+	Amortización		-641.720	-641.720	-728.332	-714.650	-714.650	-703.139	-703.139	-703.139	-703.139	-703.139
	Util antes de imp.		2.622.338	2.100.629	4.885.184	6.205.917	7.703.653	9.556.383	11.741.578	14.260.676	17.178.686	20.547.869
	Impuesto (35%)		-917.818	-735.220	-1.709.814	-2.172.071	-2.696.279	-3.344.734	-4.109.552	-4.991.237	-6.012.540	-7.191.754
	Util desp. de imp.		1.704.520	1.365.409	3.175.370	4.033.846	5.007.374	6.211.649	7.632.026	9.269.439	11.166.146	13.356.115
	Amortización		641.720	641.720	728.332	714.650	714.650	703.139	703.139	709.139	709.139	709.139
	Inv. KL.											-401.652
	VR											5.438.395
+	FC	-12.510.519	2.346.240	2.007.129	3.903.702	4.748.496	5.722.024	6.914.788	8.335.165	9.978.578	11.875.285	19.905.301

Fuente: Gambarota, D. (2016)

ANEXO II: Bahía Blanca, Médanos y Pedro Luro: fichas de relevamiento de la oferta turística

BAHÍA BLANCA

Establecimientos hoteleros y para-hoteleros de Bahía Blanca

Establecimiento	Dirección	Teléfono
Hoteles		
☆☆☆☆ Land Plaza	Saavedra 41	4599000
☆☆☆☆ Argos	España 149	4550404
☆☆☆☆ Austral	Av. Colón 159	4561700
☆☆☆ Muñiz	O'Higgins 23	4560060
☆☆☆ Egeo	Rodríguez 80	4522452
☆☆ Bahía	Chiclana 251	4553050
☆☆ Hostería Santa Rosa	Sarmiento 373	4520013
☆ Barne	H. Yrigoyen 270	4530294
☆ Caronti	Caronti 369	4538584
☆ Victoria	Gral. Paz 84	4520522
La Residencia	Av. Alem 1266	4510505
Aparts		
Orion	España 227	4513505
Alsina suites	Lamadrid 92	4304100
Paradores		
Parador Austral	H. Yrigoyen 3664	4861400
Moteles		
A.C.A.	Av. Sesquicentenario entre R3 y 35	4886855
Hosteles		
Bahía Blanca Hostel	Soler 701	4526802
Hospedajes		
Canciller "A"	Brown 667	4538270
Chiclana "A"	Chiclana 370	4539204
La Navarra "A"	Láinez esq. Cramer	4814411
Firenze	Rondeau 39	4557746
Camping		
Balneario Municipal Maldonado	Ruta 3 Sur y Charlone	4551614

Fuente: Gambarota, D. (2017). Elaboración propia en base a Municipalidad de Bahía Blanca.

Establecimientos gastronómicos de Bahía Blanca

Establecimiento	Dirección	Teléfono
Restaurantes / Pizzerías		
Águila Roja vinería	Rodríguez 767	4510010
Bambú tenedor libre	Chiclana 290, esq. Las Heras	4548850
Baraka (opciones vegetarianas)	19 de Mayo 465	4500636
Big Six Premium	Av. Alem 229	4520873
Buffet Club	Av. Cabrera 4440	156465900
Café del Parque	Parque de Mayo 1	155703493
Cambalache	Sarmiento 954	4800150
Club Argentino	Av. Colón 67	4520211
Gambrinus	Arribeños 174	4522380
El Dorado	Casanova 552	4510682
El Grill	San Martín 335	4560575
El Modesto Comedor	Av. Alem 371	4517707
El Molino	Chiclana 83	4512756
El Mundo	Av. Alem 261	4518268
Emiliano	Av. Alem y Perú	4557303

Emme	Rodríguez 424	4518684
Epa!	Av. Alem y San Juan	4555244
Fighetto Pastas	Av. Alem 754	4531234
Frida	Corrientes 234	4300430
Frogs	11 de Abril 501 esq. Av. Alem	4007538
Gabo	Segunda Colombia 1152	4550845
Hotel Argos	España 149	4550404
Hotel Austral	Av. Colón 159	4561700
Hotel Land Plaza	Saavedra 41	4599000
Ibiza	Av. Alem 1260	4510476
Il Mercato	Av. Alem 359 esq. Martín Fierro	4556700
Jalisco comida mexicana	Alfonsina Storni 1870	4886054
Jardín Zen comida oriental	Av. Alem 1343	4566665
José Sabía	Florida 835	4885218
Justo a Riva	Belgrano 153 altos	4517226
La Esquina del Folklore	Drago 1699	4180076
La Revancha	Córdoba 914, Parque de Mayo	4068217
Lo de Julián	Lamadrid 9	4521616
Loreto	Fuerte Argentino y Casanova	4500092
Maxwell	Av. Alem 1100	4563280
Mysha comida vegetariana	Zeballos 224	4522143
Oliva	Dorrego 24	4518060
On Wok comida oriental	Fuerte Argentino 571	4529787
Parrilla Cuero Crudo	Fuerte Argentino 707	155357411
Parrilla Don Otto	Av. Alem 1089	4304242
El Mundo de la parrilla	Av. Colón 369	4546446
Parrilla Jorge te invita	Donado esq. Thompson	4534994
Parrilla la Reserva	Av. Cabrera 3800	154053994
Parrilla V&F	Av. Cabrera 4404	4861211
Patio Portugal	Corrientes 150	4517979
Pavarotti	Belgrano 272	4500700
Pelicano	Alsina 226	4512758
Piazza	Chiclana 99 esq. O'Higgins	4522707
Pizzería Avanti	Av. Alem 967	4546300
Pizzería Club XL	Lamadrid 27	4535151
Il pirata	Lamadrid 360	4548829
Pizza Hot	Urquiza 814	4516386
El mundo de la pizza	Dorrego 55	4500050
Qbik	Hipólito Yrigoyen 358	4511752
Revoque	Av. Alem 54	4564090
RRM	Güemes y Moreno	4548983
Santino Pastas	Dorrego 38	4522189
Sopranos Pastas	Av. Alem 272	4520333
Sottovento	Av. Alem 325	4502030
Taberna Baska	Lavalle 284	4502500
Tijuana	Urquiza 1200	4261273
Tributo	Hipólito Yrigoyen y Dorrego	4533300
U Bar	Av. Alem 1214	4552846
Vicentica Pastas	Fuerte Argentino 245	4522653
Víctor	Chiclana 81	4523814
York	Av. Alem y Sarmiento	4528862
Cantinas y Marisquerías		

Club náutico	Muelle Ing. White	4571155
Mitcho	Av. G. Torres 3875. Ing. White	4570346
Quinquela	Av. Cerri 771	4565737
La Cantinita Marisquería	Yrigoyen 423	4516974
Royal	Av. G. Torres 413 Ing. White	155116325
Stella Maris	Calle 8 e. Pilling s/n Ing. White	4570359
Viskaya marisquería	Soler 769	4520191
Zeta Alem	Av. Alem 98	4535412
Cervecerías		
Águila del sur	Rodríguez 896 esq. Urquiza	4501403
Antares	Av. Alem 562	
Colonial	Av. Alem 185	4546620
Columbus	Gorriti 198	
WirKönnen	11 de abril 602	
Mulaika	Av. Alem 1246	
Barone bar & grill	Av. Alem 560	451270
Zeta Alem Artesanal	Av. Alem 98	4535412
B.A.R. Buenos Amigos Reunidos	Rodríguez esq. Fuerte Argentino	4527394
Patio Cervecerero Imperial	Lavalle 276	4502500
Mysha Artesanal	Zeballos 224	4522143
Comida Rápida		
Big Six	Brown 201	4565553
Mc Donalds	Brown y Fitz Roy	
Mundo Salad	Estomba 175	4502707
La Feria	Estomba y Rodríguez	4549500
Dale!	Fuerte Argentino 289	4515934
Max Point	Fuerte Argentino 405	4545200
Patio de comidas		
Aberdeen Angus	Bahía Blanca Plaza Shopping	4594204
Ave Caesar	Bahía Blanca Plaza Shopping	4594208
Betos	Bahía Blanca Plaza Shopping	
Big Six	Bahía Blanca Plaza Shopping	4594209
Heladería Renzo	Bahía Blanca Plaza Shopping	4594212
Mc Donald's	Bahía Blanca Plaza Shopping	4594210
Piacere	Bahía Blanca Plaza Shopping	4594223
Terra Pizzas	Bahía Blanca Plaza Shopping	4594205
Víctor	Bahía Blanca Plaza Shopping	4594203
Aymara	Bahía Blanca Plaza Shopping	4594224
Sushi & Wok	Bahía Blanca Plaza Shopping	4594206
Paseo del Sol	Av. Cabrera 4114	
Restaurantes en accesos		
El Cholo	Ruta 3 Sur km 696	4846781
La Gran Ruta	Ruta 3 km 695	4543342
Motel A.C.A.	Av. Sesquicentenario s/n	4886851
Parrilla Don Julio	Ruta 33 km 9	155716691
Parrilla el Gordo	Ruta 3 Sur km 696	4847121
San Cayetano	Ruta 3 esq. Pedro Pico 2700	
San Cristóbal	Ruta 3 km 696 (Rodovía)	4840094
Sociedad Rural	Villa Bordeau	4886856
Cafeterías		
Balcarce	Alsina 108	
Blossom	Hipólito Yrigoyen 460	4537488

Bonafide Espresso	Belgrano 34	4523465
Bonardo	Estomba 524	4523537
Bongios	Sarmiento 183	4522648
Boston	Alsina 23	4510034
Café de la ciudad	Sarmiento 48	4560708
Café del ángel	O'Higgins 71	4563465
Café del parque	Parque de Mayo	155703493
Café Havanna	Alsina 157	4549998
Bahía Blanca Plaza Shopping	Planta baja	4594172
Café Histórico	Av. Colón 602	4161711
Café Histórico Miravalles	Avenida Cerri 777	4521454
Café Martínez	Alsina y Dorrego	4561213
Café Muñoz	O'Higgins y L.M Drago	4510274
Café Oro Preto	Av. Colón y L.M Drago	4519362
Café Q	San Martín 6 esquina Yrigoyen	4257020
Cafetería Aeropuerto	Aeropuerto B. Bca Km 675 ex RN3	
Cafetería Terminal De Ómnibus	Drago 1800	
Cipriano	Bahía Blanca Plaza Shopping L.116	4594116
Cyrano	Belgrano 153	
Dino`s	O'Higgins 351	4513942
Don Juan Tenorio	San Martín 146	4510231
El Viejo Café	Chiclana 45	4545165
Emiliano	Av. Alem 1104	4557303
Expreso	L.M Drago y O'Higgins	
Ganesh	Soler 266	4501409
Golden Coffee	O'Higgins 380	155030500
Il Mercato	Av. Alem 359 esq. Martín Fierro	4556700
Justino	Bahía Blanca Plaza Shopping P.A	4594211
La Casona De Paqui	Av. Alem 318	4521861
La Feria	Estomba 199	4549500
La Florida	Alsina 111	4540070
La Porte Rouge	Hipólito Yrigoyen 269	155137532
La Rotonda	San Martin 70 – Galerías Plaza	
Le Petit Café	Donado y Saavedra	155020995
Max Well	Av. Alem 1100	4563280
May & Jo	Brown 166	
Paradiso	Estomba 971	4519270
Pelicano	Alsina 226	4512758
Piazza	O'Higgins y Chiclana	4522707
Revoque	Av. Alem 54	4564090
Skafé	O'Higgins 302	4541133
Sottovento Café	Av. Alem 325	4502030
Sucrierie	H. Yrigoyen 191	154732322
TheCoffee Store	Bahía Blanca Plaza Shopping L.195	4594195
Wiki Coffee	L.M. Drago 45	4301135

Fuente: Gambarota, D. (2017). Elaboración propia en base a datos de la Municipalidad de Bahía Blanca.

Agencias de turismo de Bahía Blanca

Establecimiento	Dirección	Teléfono
Ana María Donato Legajo: 8187	Alsina 184 1 ^o 9" U.F.28	
Austria Tour Legajo: 9437	H. Yrigoyen 236	4554767
Bacara Turismo Internacional Legajo: 15796	San Martín 171 3 ^o Piso	
BHI Viajes	Moreno 274	4566070
Borniego Viajes y Turismo Legajo:15904	Entre Ríos 46	4527667
Buda Travel Legajo:15983	Las Heras 216	4514832
Cenoz Viajes Legajo: 7209	Sarmiento 213	4511292
Clásica & Moderna Legajo: 14783	19 de Mayo 619	4500363
Dakar Turismo Legajo: 13858	Teniente Farías 487	15439525
Deep Travel Legajo: 13526	19 de Mayo 174	
Destinos Legajo: 9519	Mitre 69	4558699
Duffy Viajes Legajo: 11687	Euzkadi 2	4551440
F Y A Tour Legajo: 6915	12 de Octubre 53 6° y 7° A	4565858
Farobeno Viajes	Drago 23 8 ^o Piso Of. 2	4534146
Fresno EVT Legajo: 8323	Mitre 245	4558260
Igastur EVT Legajo: 13064	Av. Colon 674	4518398
Inextur Legajo: 6174	Moreno 243	4540334
JM Viajes y Turismo Legajo: 13571	19 de Mayo 1141 1 ^a Of. 2	4516149
La Gente de la Mariposa Legajo: 13645	Darregueira 299	4528331
La Portuaria Franquicia de Buquebus Turismo Legajo: 16294	Urquiza 448	4516862
Lahitte Turismo Legajo: 11721	Alsina 35 2 ^o Piso	4550962
Laura Cuesta Legajo: 13665	Darregueira 978	4540600
Le Mont Legajo: 14613	Casanova 312	4514518
London Travel Legajo: 14436	Av. Alem 293	4515120
LT Tour Operator Legajo: 15073	Zelarrayán 317 1 ^o "6"	(02932) 1563766
Mabel Maneiro Empresa de Viajes y Turismo Legajo: 11523	Alsina 330	4562626
Madetour Legajo: 5422	Alsina 184 2 ^o Of. 2	4527799
Marta Jarque Viajes Legajo: 9189	Alsina 95 5 ^o "1, 2 Y 3"	4561968
Martinique Viajes Legajo: 5123	11 de Abril 256	4554024
Mauna Kea Legajo: 13416	Zelarrayán 891	4537245
Merito Travel Legajo: 13938	Belgrano 1498 Of. "A"	4522962
Montangie Turismo Legajo: 16080	19 de Mayo 98	4515419
Nikant Tour S.A. Legajo: 8514	Av. Colón 177 Sarmiento 2153 Local 124	4565402
Olinda Viajes y Turismo Legajo: 15798	Sarmiento 778	4517615
Pirka Turismo Legajo: 16617	Rawson 63 1 ^o "4" UF 2	4024929
Portus Travel Legajo: 10628	Sarmiento 555	4550111
Pullman Legajo: 086	San Martín 171	4553344
R & H Tours Legajo: 10712	Fuerte Argentino 131	4560666
Rangiroa Turismo Legajo: 8439	H. Yrigoyen 170 P.B	4565626
Rodolfo Scarano y Asociado Legajo: 13382	Brown 689 – Of. A	4305687
Sisti Viajes Legajo: 9263	Alsina 553 – Dpto. 1	4535601
Surland Viajes S.A. Legajo : 6254	Belgrano 135 E.P. S/P 1 ^o	4564552
Techera Legajo: 11432	Av. Colón 407	4551000
Tim Travel Legajo: 15272	Juan Molina 181 – Local 1	1550946
Turmalina Legajo: 14383	Laprida 288 1 ^o A	4565642
Unitours SA Legajo: 12313	O'higgins 85 1 ^o A	4563634

Urrutia & Cía. Viajes y Negocios Legajo: 13594	Las Heras 484	4540033
Virex Turismo Legajo: 12333	Alsina 111 Local 3	4536903
Wesak Travel Legajo: 12983	Belgrano 133 Of. 2	4561939
Xaluca	H. Yrigoyen 185 Local 4/5	4529571

Fuente: Gambarota, D. (2018). Elaboración propia en base a datos de la Municipalidad de Bahía Blanca.

Servicio de combis desde Bahía Blanca

Destino	Empresa	Contacto
Monte Hermoso	Norte Bus	4520155 – (02921) 481524
	La Patagonia	4512499
	Transporte Fuertes	4515116
Sierra de la Ventana	Norte Bus	154685103
	La Patagonia	4512499
Cabildo	Trans Rap	4512877
Carhué	Carhué	(02936) 432060
	Emiliano Tour	4524517 - (02923) 1562614
	Marci Bus	156452519 - (02923) 15414376
Coronel Dorrego	Abeltur	155071999 - (02921) 454400
	Almi Bus	154049000 - (02921) 452060
	Combi Centro	154126114 - (02921) 406119
	Jet Bus	4520214 - (02921) 453373
	Passa Tour	4513942 - (02983) 495333
Coronel Pringles	Carlos Sofia	4513942
Coronel Suárez	San Luis Viajes	156441347 – (02926) 15405886
	Ariel Viajes	(02926) 424061
Felipe Solá	El Solence	156486382
Huanguelen	Ubamba	4513942 (02933) 432451
Oriente	Passa Tour	(02983) 495333
Pedro Luro y Termas	Luro Bus	155074444
	Upa Bus	155710780 – 082928) 420177
Pigüé	FEDE Tour	450-2787 - (02923) 40-5410
	L´Aveyron	154054472 – (02923) 473519
	Pigüé Bus	4500001 – (02923) 473385
Puán	Puán Bus	156427777
Santa Rosa	Vivian Tours	4880472
Buratovich y Fortin Mercedes	Luro Bus	155074444
	Upa Bus	155710780 – (02928) 420177
Darregueira	AWE	156436333
17 de Agosto	Exp. Mari-Lean	154433347 / (02923) 15421332
	Trazza	(02924) 412929
Bordenave, Salliqueló y Tres Lomas	Alfa Bus	4500001
Tres Arroyos	Micaela Tour	(02983) 434134

Fuente: Gambarota, D. (2018). Elaboración propia en base a datos de la Municipalidad de Bahía Blanca.

Empresas de ómnibus que operan en Bahía Blanca

Terminal de ómnibus			
Empresa	Boletería	Teléfono	Destinos
Andesmar	10 –14 – 20	4815462	Bs As, Mendoza, San Juan, Bariloche, Trelew, Madryn, R. Gallegos, Ushuaia, Santa Fe, Rosario, Corrientes, Tucumán, Jujuy, Salta, Chile, Perú

Ceferino	7	4822759	Bs As, Viedma, Patagones
Central Argentino	18	4821717	Rosario, Santa Fe, Caleta Olivia e intermedias
Crucero del Norte y Crucero del Sur	15	4813765	Bs As, Bariloche, Neuquén, Río Colorado, Villa Regina, Roca
Don Otto	21 – 22	4821012	Bs As, Azul, 3 Arroyos, Trelew, Río Colorado, Viedma, Com. Rivadavia, R. Gallegos
El Rápido	13 – 19	4813118	Mar del Plata, Necochea, Miramar, Villalonga, Patagones
Estrella Cóndor	17-18	4814846	Bs As, La Plata, 3 Arroyos, Azul, Liniers, Sierra de la Ventana, Saldungaray, Pringles, Madryn, Trelew, Com. Rivadavia
El Valle – Tigre Iguazú	2 – 21 – 22	4821012	Bs. As., Neuquén, Bariloche, Río Colorado, Choele-choel, Villa Regina, Trelew, Comodoro Riv, Caleta Olivia
El Villarino	12	4811088	Médanos e intermedias, Algarrobo, Monte Hermoso
Expreso Las Grutas	3	4810512	C. Suarez, Monte Hermoso, Bs As, G. Villegas, Pedro Luro, C. Patagones
Jet Mar Marilao Srl	6	4815100	La Plata, Bs As
Mansilla	18	4821717	Viedma, La Plata
Nandú Del Sur	13 – 19	482-0238	Bs As, Córdoba, Paraná, Santa Fe, Rosario e intermedias
Plusmar	11 – 18	4821717	Bs As, La Plata, Viedma, 3 Arroyos, Azul
Puntatur	3	4810512	Pehuen Có
Que Bus – Vía Tac	22	4820134	Bs As, Río Gallegos
Río Paraná	4	4821306	Dorrego, Tres Arroyos, Juárez, Tandil, La Plata
Tramat	10 – 20	4815462	R. Gallegos, Bs As e intermedias y norte-este argentino
Tus	9	4817177	Santa Rosa, Córdoba, Santa Fe, Rosario, Paraná
	21	4818585	Bs. As., Neuquén, Bariloche, R. Gallegos, Com. Rivadavia, Río Colorado, Choele Choel, Villa Regina
Centro			
Cóndor Estrella	San Martín 72	4529291	Venta de varias compañías
	San Martín 44	4560616	También Jet Mar, Central Argentino, Cóndor, Crucero del Sur y del Norte
Plusmar			
Agencia Estomba	Estomba 698	4548417	Venta de varias compañías
Plataforma Alem	Alem 1260	4556003	Venta de varias compañías
Vía Bariloche	Mitre 45	4537681	

Fuente: Gambarota, D. (2018). Elaboración propia en base a datos de la Municipalidad de Bahía Blanca.

Inventario de recursos y atractivos turísticos de Bahía Blanca

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Museo y Archivo Histórico”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Saavedra 951</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Reinaugurado en abril de 2014, en el antiguo Hotel de Inmigrantes, uno de los pocos edificios del siglo XIX. Su muestra presenta una visión integrada del crecimiento y consolidación de nuestra ciudad desde su fundación hasta la actualidad.</p>	
<p>Uso actual: Museo y archivo histórico de la ciudad de Bahía Blanca</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Ex edificio La Nueva Provincia”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Sarmiento 54</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena pleno centro de la ciudad, frente a la plaza Rivadavia.</p>	
<p>Características: El diario fue fundado por Enrique Julio. El edificio actual data de 1928. El proyecto para la construcción perteneció al Ingeniero Adalberto Pagano siendo la empresa constructora N y G Pagano.</p>	
<p>Uso actual: Sede del Colegio de Abogados</p>	
<p>Observaciones: Forma parte del centro histórico y fue declarado patrimonio de la ciudad</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Catedral Nuestra Sra. de la Merced”</p>	
<p>Recurso: Folklore - Manifestaciones religiosas</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Sarmiento 52</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena, pleno centro de la ciudad, frente a la plaza Rivadavia.</p>	
<p>Características: La obra del arquitecto Luis Peprani fue inaugurada el 9 de julio de 1900. En la misma se encuentra la urna que contiene los restos del Coronel de Infantería Ramón Bernabé Estomba, fundador del fuerte al que llamó “Fortaleza Protectora Argentina”. Su nombre refiere a la Virgen de la Merced, “Redentora de los Cautivos Cristianos”.</p>	
<p>Uso actual: Religioso</p>	
<p>Observaciones: Forma parte del centro histórico y fue declarado patrimonio de la ciudad de Bahía Blanca</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Palacio Municipal”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Alsina 65</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena, pleno centro de la ciudad, frente a la plaza Rivadavia.</p>	
<p>Características: Se comienza a construir en 1904 y se finaliza en 1909. Dicha obra pertenece a los Arquitectos Ceferino Corti y Emilio Coutaret, situado en el lugar que ocupó la Legión Agrícola Militar y el Hospital que atendió a los primeros enfermos de cólera.</p>	
<p>Uso actual: Sede del ejecutivo municipal</p>	
<p>Observaciones: Forma parte del centro histórico y fue declarado Monumento Histórico Nacional</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Ex Banco Alemán Trasatlántico”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Estomba y Sarmiento</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena, pleno centro de la ciudad, frente a la plaza Rivadavia.</p>	
<p>Características: Construido en 1911 por el arquitecto Carlos Nordmann autor de otras obras emblemáticas como la Galería Peuser (1916) en calle O'Higgins, “Torreón del Monje” en Mar del Plata y Estancia la Ventana en Tornquist, entre otros. Un dato curioso es que en su época de apogeo los habitantes bahienses se acercaban a ver las cortinas de enrollar metálicas ya que fue el primer edificio de la ciudad que contó con este novedoso sistema.</p>	
<p>Uso actual: Sede del Honorable Concejo Deliberante.</p>	
<p>Actividades: Realización de recitales de artistas bahienses, abierto a la comunidad.</p>	
<p>Observaciones: Forma parte del centro histórico y fue declarado Monumento Histórico Provincial</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Banco de la Nación Argentina”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Estomba 52</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena, pleno centro de la ciudad, frente a la plaza Rivadavia.</p>	
<p>Características: Fecha: 1921. Arquitecto: Juan Ochoa – Constructor: Baldasarre Zani.</p>	
<p>Uso actual: En la actualidad se encuentra en obra debido a un grave incendio que lo dejó inutilizado.</p>	
<p>Observaciones: Actualmente a raíz de que el edificio ha sufrido un incendio el 28 de julio del 2018, se encuentra en remodelación. Forma parte del centro histórico y fue declarado patrimonio de la ciudad de Bahía Blanca</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Edificio de la Aduana”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Estomba y Av. Colón.</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena, pleno centro de la ciudad, frente a la plaza Rivadavia.</p>	
<p>Características: Fecha: 1903. Inicialmente fue sede del Banco de la Nación Argentina. Arquitecto: Alejandro Christophersen – Constructores: Boggini y Gerardi.</p>	
<p>Uso actual: Aduana</p>	
<p>Observaciones: Forma parte del centro histórico y fue declarado patrimonio de la ciudad de Bahía Blanca.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Ex Banco Español”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Chiclana y Av. Colón</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Fecha: entre los años 1904 a 1908 – Arquitecto: Carlos Agote y su constructor Antonio Gerardi.</p>	
<p>Uso actual: Bolsa de Comercio</p>	
<p>Observaciones: Forma parte del centro histórico y fue declarado patrimonio de la ciudad.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Plaza Rivadavia”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Delimitada por las calles Alsina, San Martín/Zelarrayán, Sarmiento, Estomba/Chiclana</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena, pleno centro de la ciudad.</p>	
<p>Características: Fue baldío, corral de animales, paseo cerrado por puertas de hierro y plaza abierta desde 1902. El diseño es de corte francés, con simetría bilateral. En el centro está el monumento a B. Rivadavia y en los extremos, dos monumentos de comunidades extranjeras; Fuente de los Ingleses (frente a la Av. Colón) y el Monumento a la Comunidad Israelita (hacia calle Irigoyen). También se distinguen el monumento a Luis C. Caronti frente al Palacio Municipal y las farolas de 1925.</p>	
<p>Uso actual: Espacio recreativo</p>	
<p>Actividades: Se realizan encuentros, espectáculos, ferias de artesanos</p>	
<p>Observaciones: Forma parte del centro histórico y fue declarado lugar histórico nacional</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Ex Banco de la Provincia de Bs. As.”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Alsina 43</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena pleno centro de la ciudad, frente a la plaza Rivadavia.</p>	
<p>Características: Fecha: 1916 y 1918. Arquitecto: Luis B. Roca y obra de los contratistas Andrés Diotto y Vicente Spinedi. El Banco funcionó hasta 1982</p>	
<p>Uso actual: Funcionan oficinas municipales</p>	
<p>Observaciones: Forma parte del centro histórico y fue declarado monumento Histórico Nacional</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Ex Banco Hipotecario Nacional”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Av. Colón y Vicente López</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Céntrico.</p>	
<p>Características: Fecha: entre 1923 a 1926 – Ingeniero: Alejandro Ortúzar y Arquitecto: Juan Ochoa su constructor fue Santiago Teddi.</p>	
<p>Uso actual: Sin uso, en venta</p>	
<p>Observaciones: Forma parte del centro histórico y fue declarado Monumento Histórico Provincial</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Palacio de Tribunales”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Estomba 32.</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Céntrico.</p>	
<p>Características: Fecha: se empieza a construir en abril de 1926 y se inaugura el 11 de abril 1928. Arquitecto: Enrique Quinke – Constructor: Justo José Querel.</p>	
<p>Uso actual: Sede de tribunales</p>	
<p>Observaciones: Forma parte del centro histórico y fue declarado patrimonio de la ciudad.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Biblioteca Bernardino Rivadavia”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Av. Colón 31</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Céntrico.</p>	
<p>Características: Fecha 1930. Arquitecto: Ernesto Giraud – Constructor: José Querel. La Asociación Bernardino Rivadavia fue creada en 1882. La Biblioteca es además un espacio cultural donde se realizan diferentes actividades como conciertos, talleres y exposiciones de diferentes muestras abiertas al público.</p>	
<p>Uso actual: Biblioteca.</p>	
<p>Actividades: Realización de eventos sociales y culturales. Asesoramiento bibliográfico.</p>	
<p>Observaciones: Forma parte del centro histórico y fue declarado Monumento Histórico Nacional. Se realizan visitas guiadas.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Edificio de Correos y Telégrafos”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Moreno 34</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Céntrico</p>	
<p>Características: Fecha: se comenzó a construir en 1919 y se inauguró en 1928. Arquitecto: Van Dorsen – Constructor: Roberto Cartagna – Dirección del proyecto: Luis de Ochagavía.</p>	
<p>Uso actual: Sede actual del Correo Argentino</p>	
<p>Observaciones: Forma parte del centro histórico y fue declarado Monumento Histórico Nacional</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Escuela N° 2 Valentín Vergara”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Vieytes 51</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Céntrico</p>	
<p>Características: Fecha: 1928. Arquitecto: Julio Gazzari – Construtor: Santiago Teddi.</p>	
<p>Uso actual: Sede educativa</p>	
<p>Observaciones: Forma parte del centro histórico y fue declarado Monumento Histórico Provincial</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Club Argentino”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Av. Colón 67</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Céntrico</p>	
<p>Características: Fecha: 1910. Arquitecto: Alberto Coni Molina – Constructor: Nicolás y Gerardo Pagano.</p>	
<p>Uso actual: Sede social del Club Argentino</p>	
<p>Observaciones: Forma parte del centro histórico y fue declarado Monumento Histórico Nacional</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Casa Catalana”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Rondeau 51</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Céntrico.</p>	
<p>Características: La planta baja data de 1901, una propuesta ecléctica, revoque simil piedra, de medida decoración y rejería metálica. El gran cambio se generó a partir de la construcción de la planta alta, dos décadas después, con la finalidad de materializar un jardín de invierno con un generoso ventanal al frente. De acuerdo a la historia dada a conocer por los constructores, hubo una intención de mejorar la vivienda para alentar a la mujer del matrimonio a quedarse en la ciudad, desalentada por la persistencia de sus vientos y la tierra que invadía el aire. Para esa obra se contrató a Pedro Cabré Salvat, uno de los constructores locales más talentosos, nativo de Reus, en Cataluña, y radicado en nuestra ciudad en 1907. Tenía licencia de constructor obtenida en Barcelona, el lugar donde arquitectos de la talla de Antoni Gaudí y Lluís Domènech i Montaner desarrollaban el denominado "modernismo catalán". El diseño de Cabré Salvat recrea el uso del trencadís, método creado por Gaudí, consistente en el uso de trozos irregulares de cerámica de distintos colores. Domènech utilizó esa técnica para revestir las columnas de la planta alta del Palau de la Música Catalana de Barcelona, propuesta que es claramente la que inspiró a Cabré Salvat en su trabajo local. De allí la denominación de Casa Catalana que recibió rápidamente el inmueble. De la misma se destacan el colorido de sus cuatro columnas, con distintos motivos decorativos y dos nichos superiores con paisajes alusivos. También el modernismo, con sus sensuales líneas curvas, se advierte en la parte inferior del balcón. En los 90, una institución artística de la ciudad, la Escuela de Educación Estética, la soñó como sede para sus actividades, envió todos los datos y solicitó el pedido para su adquisición a la Dirección de Infraestructura de la Dirección General de Cultura y Educación provincial. Su dueño, el Sr. Milozzi, padre del actual propietario, estaba muy ilusionado también de poder dejar una casa de tanto valor artístico en manos de artistas y de niños artistas, ellos seguramente la valorarían y cuidarían mucho. Pero no fue posible el sueño, la compra nunca se concretó.</p>	
<p>Observaciones: Forma parte del centro histórico y fue declarado Monumento Histórico Provincial</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Antiguo Instituto Tecnológico del Sur”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Rondeau 29</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Céntrico.</p>	
<p>Características: El edificio data de fines del siglo XIX y comienzos del siglo XX, el constructor fue Antonio Gerardi. Su destino original fue el de casa de renta y posteriormente fue alquilado a su propietario para instalar la Escuela Superior de Comercio, que funcionó allí hasta 1948. El edificio fue alquilado entonces por el flamante Instituto Tecnológico del Sur, que comenzó ese año el dictado de sus clases. Finalmente fue empleado por la Universidad Nacional del Sur para diversas funciones administrativas y académicas hasta mediados de la década de 1970.</p> <p>En el solar existen dos construcciones. La que se recuperó es una tradicional “casa de patio” tipología de origen romano trasplantada a las colonias desde el mundo mediterráneo en el siglo XVI. La otra responde a la subdivisión de la casa de patio por la mitad, dando origen a la casa de “semipatios” (llamada habitualmente “chorizo”). Ambas construcciones conforman una fachada integrada, de estilo “italianizante”. El edificio mantiene la fachada, parte del piso, las columnas y el techo vidriado del hall central.</p> <p>La construcción posee valor histórico-cultural por varios aspectos: el temporal, dado por su antigüedad mayor a un siglo; por estar vinculado a distintos hechos de relevancia para la historia local; por permanecer en la memoria colectiva de varias generaciones que cursaron estudios medios y superiores en ella; y por tratarse de una obra de un constructor de relevante trayectoria y actividad en la ciudad y la región.</p> <p>Asimismo, se le atribuye valor paisajístico porque forma parte de un conjunto particular de obras muy próximas al centro histórico, en una cuadra de edificaciones con características muy definidas.</p> <p>Cabe agregar que el edificio original posee valor artístico y arquitectónico porque tiene una tipología muy definida en sus aspectos formales, constructivos y ornamentales. Si bien su estado de conservación no era bueno, se pudo recuperar y conservar los elementos que le otorgan su identidad histórica.</p>	
<p>Uso actual: Centro histórico y cultural</p>	
<p>Actividades: Sede de charlas, conferencias y exposiciones, tanto del ámbito universitario como del resto de la comunidad.</p>	
<p>Observaciones: Forma parte del centro histórico y fue declarado Monumento Histórico Provincial</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Rectorado Universidad Nacional del Sur”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación:</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Céntrico</p>	
<p>Uso actual: Sede del rectorado de la Universidad Nacional del Sur, Aula Magna, realización de eventos académicos, culturales y sociales.</p>	
<p>Observaciones: Forma parte del centro histórico y fue declarado Monumento Histórico Provincial</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Teatro Municipal”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Alsina 425</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena, pleno centro de la localidad</p>	
<p>Características: Es el más significativo de la ciudad. Ocupa el solar que da nacimiento a la Av. Alem. Inaugurado el 9 de Agosto de 1913, posee una capacidad para 850 personas. Cuenta con 6 salas de ensayo y diversos talleres. Está posicionado como uno de los diez teatros más importantes del país con un promedio de 300 funciones anuales. Es sede de la Orquesta Sinfónica Provincial y del Ballet del Sur.</p>	
<p>Uso actual: Actualmente se encuentra cerrado por reacondicionamientos edilicios</p>	
<p>Observaciones: Declarado Monumento Histórico Nacional.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Fundación Ezequiel Martínez Estrada”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Avenida Alem 908.</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Lugar de residencia del escritor nacido en 1895 en la provincia de Santa Fe y radicado desde 1949 en Bahía Blanca. Recibió dos veces el Premio Nacional de Literatura y fue presidente de la Sociedad Argentina de Escritores. Entre sus obras se destacan “Radiografía de la Pampa”, escrita en 1933, “Heraldos de la verdad” de 1958 y “Tres poemas del anochecer”, publicada en 1964.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Casa de la Cultura”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Avenida Alem 925</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Antigua casona colonial de principios del siglo XX otorgada a la administración de la Secretaría General de la Universidad Nacional del Sur. Es un espacio dedicado a actividades académicas y culturales, exposiciones, seminarios, actividades teatrales y musicales; cada año decena de artistas exhiben allí sus obras.</p>	
<p>Uso actual: Realización de eventos culturales y académicos</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Club Universitario”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Avenida Alem 1151</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Se ubica dentro del predio de la Universidad Nacional del Sur, sobre Avenida Alem al 1100</p>	
<p>Características: El edificio fue construido en el año 1930 por Adalberto Pagano como sede del club Sociedad Sportiva. Hoy es una institución social y deportiva sin fines de lucro, conducida mediante una comisión directiva integrada por estudiantes universitarios. Allí se desarrollan actividades deportivas y culturales para socios y público en general.</p>	
<p>Uso actual: Funciona el comedor universitario, concesionado por la Universidad a privados</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Universidad Nacional del Sur”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Av. Alem 1253</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Su origen se remonta al antiguo Instituto Tecnológico del Sur, creado en 1946. En 1956 se crea la Universidad Nacional del Sur, siendo la octava creada en el país. Por su nivel académico está ubicada entre las primeras cinco de Argentina. El edificio presenta columnas gigantes las que juntamente con las escalinatas de acceso realzan la fachada. Sobre el frente se halla una fuente cuyos capullos de mármol de carrara pertenecen a la escultora Lola Mora.</p>	
<p>Uso actual: Casa de altos estudios</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Parque de Mayo”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Av. Alem y Córdoba</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Creado a principios de siglo XX como “Barrio Adornado y Parque Municipal” es uno de los espacios verdes y recreativos más importantes de la ciudad con una superficie de 60 hectáreas forestadas. Su nombre se debe al primer centenario de la Revolución de Mayo en 1910. Cuenta con cancha de fútbol, sóftbol, pista de salud, anfiteatro, biciesendas, juegos infantiles, pista de bicicross y skate, restaurantes tipo “carritos” y botes para pasear por el lago artificial.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Arroyo Napostá”</p>	
<p>Recurso: Sitios naturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación:</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Cumplió un papel fundamental para el aprovechamiento de agua y como elemento defensivo; más tarde sus aguas sirvieron para regar quintas. Recorre el Parque y sigue su curso hacia su desembocadura en la bahía; en Av. Urquiza y Casanova comienza el entubado que finaliza en la Terminal San Francisco de Asís. Esta zona se ha transformado en un paseo durante el día y en una zona de gran actividad durante las noches por la presencia de pubs y restaurantes.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Barrio Parque Palihue”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Delimitado por las arterias Cerrito, Jacksonville, R. J. Payró, Av. Cabrera y Sarmiento</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Debe su origen y su nombre al Club de Golf emplazado en terrenos aledaños al mismo barrio, y proyectado por el arquitecto Manuel Mayer Méndez hacia 1940. La institución deportiva fue bautizada con el nombre Palihue, derivado de dos palabras mapuches “pali”, bola utilizada para el juego de la chueca y “hue”, lugar, (por la cancha) donde se practicaba. Se caracteriza por su urbanización de calles anchas, parquizadas y de traza irregular y zigzagueante —a diferencia del resto de la ciudad, diseñada en forma de damero-, aprovechando su diseñador la lomada del lugar; así como por sus residencias espaciales y de alto valor inmobiliario. En la parte más elevada del barrio, los Altos del Palihue, se alza también en terrenos vecinos uno de los campus de la Universidad Nacional del Sur, institución dueña asimismo de la mayor parte de las tierras que circundan al barrio, y que le limitan e impiden expandirse. Frente a ellas se han prologado las construcciones del barrio con las mismas miras pero sin las exigencias notariales de la parte baja. En uno de los accesos al barrio (Casanova) se encuentra la Plaza del Árbol de Guernica, y en ella un retoño del histórico roble, donado por la colectividad vasca bahiense. La plazoleta del centro en cambio, fue diseñada en honor a Domingo Faustino Sarmiento. En Altos del Palihue se ubica la Plaza Alemania, inaugurada en conmemoración del primer centenario de la Sociedad Escolar Alemana de Bahía Blanca.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Punto panorámico”</p>	
<p>Recurso: Sitios naturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Av. Cabrera y Reconquista</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena, ubicado dentro del Barrio Parque Palihue</p>	
<p>Características: En el margen de la Avenida Cabrera, se forma un pequeño barranco, que permite al visitante apreciar la ciudad de Bahía Blanca desde otra perspectiva (70 mts. sobre el nivel del mar). Justo aquí, se encuentra la única colonia urbana de loros barranqueros (<i>Cyanoliseuspatagonus</i>) del mundo.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Paseo de las Esculturas”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Emplazado en la Avenida Urquiza, sobre el entubado del Arroyo Napostá</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Está ornamentado con obras creadas durante el 1º Simposio Nacional de Escultura Monumental realizado en la ciudad en el año 1993.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Parque Independencia”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Azara y Av. Pringles</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: es el segundo espacio verde más importante de la ciudad. Con una superficie de 9 hectáreas el Parque es lugar elegido por los bahienses para realizar distintas actividades deportivas y recreativas, ofreciendo la posibilidad de visitar el Jardín Botánico que allí se encuentra desde 1995.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Club Estudiantes”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Santa Fé 51</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Fue fundado en 1918. Su estadio Osvaldo Casanova, fue inaugurado en 1939 y reconocido como patrimonio arquitectónico de la ciudad. Por sus características fue declarado Sitio de Interés Cultural e Histórico de Bahía Blanca. Algunos de los jugadores más importantes que pasaron por el club son Alberto Cabrera, Jorge Faggiano, Hernán Montenegro, Juan Espil, Juan Ignacio Sánchez y Emanuel Ginóbili, estos últimos dos campeones olímpicos en Atenas 2004.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Club Olimpo”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Av Colón 888</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Es uno de los clubes más importantes y ricos en historia. Su estadio lleva el nombre Norberto Tomás en homenaje al jugador surgido de las divisiones menores del club que falleció en 1970 disputando un partido con la camiseta de Estudiantes. El mismo fue inaugurado el 3 de Julio de 1971, día histórico para el básquet local, en donde la selección de Bahía Blanca le ganó al por ese entonces campeón del mundo Yugoslavia 78 a 75.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Asociación Bahiense de Básquet”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: 9 de Julio 62</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Fundada en 1929 por los clubes Olimpo, Estudiantes, Liniers, Pacífico, Agor Cross y River Plate, posee un museo y archivo histórico de todos los jugadores federados que han practicado el deporte en los últimos 20 años, los trofeos conseguidos por Bahía Blanca en los torneos nacionales y provinciales y fotos de todos los jugadores bahienses que han integrado el seleccionado nacional.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Club Bahienses del Norte”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Salta 28</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Club que nació el 1 de diciembre de 1975 de la fusión de dos pequeños clubes: Deportivo Norte y Bahiense Juniors y que fue cuna de grandes jugadores como Alejandro Montecchia, Emanuel Ginóbili y Juan Ignacio Sánchez, todos campeones olímpicos con la selección Argentina y cuna de grandes entrenadores como Oscar Sánchez, Pablo Coleffi y Sergio Hernández.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Museo del Deporte”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Peatonal Luis María Drago 45, Torre del Bicentenario</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Pleno centro de la ciudad</p>	
<p>Características: En sus inicios se ubico en la Estación Sud, siendo inaugurado el 8 de octubre de 2011. Cuenta con recuerdos fotográficos, indumentaria, testimonios, trofeos, publicaciones gráficas de las glorias del fútbol, básquet, automovilismo, atletismo y el deporte en general. Uno de los ídolos del básquet bahiense, Atilio José “Lito” Fruet, trabajó intensamente para la concreción de este espacio y en la recopilación de gran parte del material que contiene en la temática del básquet.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Museo de Bellas Artes y Arte Contemporáneo”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Sarmiento 450</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Fue inaugurado el 11 de abril de 1995 y es el primer Museo de la Provincia dedicado exclusivamente a las manifestaciones del Arte Contemporáneo. Constituye un espacio de libertad, un foro abierto a la discusión y reflexión de la problemática cultural de nuestro tiempo. El trabajo del Museo de Arte complementa al de Bellas Artes de Bahía Blanca, abocado, casi con exclusividad, a la exposición de una importante colección de arte argentino.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Museo de Ciencias”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación:</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Es un espacio dinámico e interactivo que pretende implementar formas nuevas y efectivas para popularizar las más variadas ramas de las ciencias y los temas relacionados con la protección y el uso sustentable del medio ambiente.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Museo y Parque estereoscópico El Histórico”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Italia 19</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Un fascinante paseo por miles de objetos antiguos de todo tipo desde la época de la fundación de la ciudad hasta los de uso en la vida cotidiana, que suma valor educativo y entretenimiento muy valioso para niños, adolescentes y adultos. Además, podrán ver la Máquina del Tiempo y viajar al pasado en el Parque Estereoscópico del 1900, que es maravilla única en Sud-América y también podrán ver videos propios del museo que muestran a la antigua Bahía Blanca.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Museo de Ciencia y Técnica”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Zelarrayán 2528</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Es un espacio dinámico, donde podrás realizar un recorrido que te llevará a descubrir y aprender las ciencias, a través de módulos interactivos, en forma sencilla y divertida.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Museo de la aviación Argentina”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Base Comandante Espora</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Si te gusta la aviación este es el lugar indicado. Aquí, podrás conocer desde los primeros aviones que se utilizaron en la Armada Argentina hasta la indumentaria que utilizaban los pilotos. Un espacio que refleja la historia de las alas de la Armada Argentina. ofrece los siguientes servicios al visitante: Visitas libres al público en general. Visitas guiadas por sus instalaciones para delegaciones de instituciones que lo soliciten en horarios coordinados previamente (escolares, municipales, etc.). Muestras Itinerantes fuera de sus instalaciones a cualquier punto del país previa autorización del COAN. El MUAN concurre con una muestra de cuadros, fotografías, maquetas, uniformes, videos y elementos varios representativos de la Aviación Naval. Para la tramitación de las mismas se requiere de un pedido formal escrito por parte del solicitante. Facilita sus instalaciones edilicias para la realización de competencias y concursos relacionados con la Aviación Naval y la aviación en general, brindando visitas guiadas a los participantes y público en general. En convenio con la Escuela de Enseñanza Técnica N 2 de Bahía Blanca y el Arsenal Aeronaval Cte. Espora facilita a los alumnos que cursan la tecnicatura en Aeronáutica material didáctico para la realización de prácticas específicas de taller. Las charlas y exposiciones del MUAN están disponibles para todos los Destinos de la Armada, para todas las instituciones civiles, FF.AA y FF.SS que lo soliciten, debiendo coordinarlas con el Departamento Administrativo del MUAN. Asesora a quien lo solicite sobre historia aeronaval y restauración de aeronaves. Tiene diversos sectores: salón histórico, hangar tecnológico, parque de aeronaves y hangar de restauración</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Mercado de Concentración de Lanas, Frutos y Cueros “Victoria””</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: situado entre las calles Chile, Brickman, Undiano y Donado</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Hacia principios de siglo XX los alrededores del Mercado Victoria constituían una de las zonas de la ciudad de mayor movimiento. Comenzó a construirse en 1897 y demandó una década de trabajo. Su función fue ser centro de almacenaje y venta de frutas y verduras, caracterizado por una arquitectura que deja ver la marcada influencia del ferrocarril y de las construcciones inglesas. En abril de 1962, se concretó su traspaso a manos de la Empresa Ferrocarriles del Estado Argentino (EFEA), a la Secretaría de Agricultura de la Nación. Construido en 1897 por la compañía ferroviaria Bahía Blanca al Noroeste (BBNO), adquirida en 1905 por la del Buenos Aires al Pacífico (BAP), el Mercado Victoria fue el más importante del interior del país, tanto por su superficie como por su capacidad operativa. Llegó a contar con más de 30 mil metros cuadrados destinados al acopio de lanas, frutas y cueros, entre otros productos. Los galpones, ladrilleros, con cubierta de chapa y espacios interiores libres, aparecen con un orden lineal en dos tiras, dejando libre una calle central por donde circulaban los trenes que llegaban hasta allí desde diferentes puntos de las provincias de Buenos Aires y La Pampa. Durante su etapa en manos de BBNO, su administrador y gerente fue William Harding Green, principal autoridad de esa empresa, hasta que en 1926 fue adquirido el Ferrocarril del Sud, quedando entonces su manejo a cargo de mister Arturo Coleman. El traspaso dejó al mercado en manos de una comisión administradora presidida por el bahiense Santiago Saldungaray, de la cual participaban, ente otros, Aurelio Mujica, Raúl Arrechea, Andoni de Irazusta y Antonio Siri. Con el tiempo, el mercado dejó de prestar sus funciones originales y en 1982 entró en liquidación. Ese es su actual estado, lo que complica su uso integral, posible destino o traspaso.</p>	
<p>Uso actual: Algunas de sus dependencias están alquiladas a empresas o entidades públicas, las cuales pagan su alquiler al Tesoro de la Nación.</p>	
<p>Observaciones: Declarado Monumento Histórico Nacional</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Conjunto de casas de calle Brickman”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Calle Brickman entre Av. Colón y Donado</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: La obra, a cargo del contratista local José Rión, incluyó la construcción de trece edificios, de los cuales nueve estaban terminados hacia mediados de 1908. El ladrillo visto conjuntamente con techos con pendiente y las chimeneas de ladrillo, caracterizan este tipo de arquitectura que por su armonía es reconocida como “Barrio Inglés” o “Nueva Liverpool”.</p>	
<p>Uso actual: Residencial</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Usina del BAP”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Brickman y Donado</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Se empieza a construir en 1906 y en febrero de 1907 comienza a dar energía a los muelles de Puerto Galván. La misma proveería más tarde, al alumbrado público, particular, como así también al servicio de tranvías.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Estación Spurr”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Ubicada entre la estación Bahía Blanca Sud y la de Ingeniero White</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: La construcción que hoy podemos observar se comenzó a construir en el año 1927 liberándose al público en enero de 1928. Debe su nombre al marino Federico Spurr quien fuera Capitán del Puerto de Patagones y Comandante del transporte Villarino que realizaba viajes entre Buenos Aires, Bahía Blanca y Patagones.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Viejo Camino al Puerto”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Av. General Arias</p>	
<p>Accesibilidad: buena, antiguo camino adoquinado</p>	
<p>Características: Av. General Arias Viejo Camino al Puerto de Ingeniero White, con 3.000.000 de adoquines y un arbolado de eucaliptus donado por Agustín de Arrieta, se constituye en el primer camino hacia el puerto</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Feria de la producción, el Trabajo, el Comercio y los Servicios del Sur Argentino. FISA”</p>	
<p>Recurso: Acontecimientos programados</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Predio ferial de la Corporación de Comercio, ubicado en el Camino Parque Sesquicentenario Km 9</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Se lleva a cabo habitualmente a finales de Marzo, organizada por la Corporación del Comercio, Industria y Servicios de Bahía Blanca y la Municipalidad de Bahía Blanca.</p> <p>Su principal objetivo es fomentar la vinculación entre los distintos actores de la producción, la industria, el comercio, centros de estudios, trabajadores, organismos gubernamentales y no gubernamentales y consolidarse como un espacio de encuentro y herramienta de impulso y desarrollo para las ciudades que conforman el Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires y las provincias de La Pampa, Río Negro, Neuquén y Chubut.</p> <p>En uno de los eventos social y cultural más importante del año en donde se presentan espectáculos de primer nivel; cursos, seminarios y conferencias con la participación de los principales referentes de cada especialidad; Realización de rondas de negocios nacionales e internacionales; Actividades artísticas, deportivas, y de interés general.</p> <p>El Predio Ferial cuenta con 10 hectáreas parqueizadas y 4.000 m2 cubiertos</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Encuentro Nacional del Artesano”</p>	
<p>Recurso: Acontecimientos programados</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Plaza Rivadavia, pleno centro de la ciudad.</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Este evento se realiza durante el fin de semana largo del 12 de octubre. El encuentro tiene como objetivo recordar el día 11 como el último día de libertad de los pueblos originarios de América ya que se considera al trabajo de los artesanos como una herencia de estos pueblos. Durante esos días participan cerca de 400 artesanos de todo el país, exponiendo y vendiendo una gran diversidad de productos. A lo largo del recorrido de stands ubicados en las calles internas de la plaza, se podrán apreciar el resultado de trabajos manuales en diversos tipos de materiales como el cuero, tela, madera, piedra, metal, entre otros, dando lugar a interesantes objetos artesanales. Muchos de ellos también realizan trabajos en el lugar, lo que genera una atracción para el público visitante. Además, en el centro de la plaza, se arma un escenario el cual ofrece por las tardes diferentes espectáculos de artistas locales y nacionales, entre ellos, grupos musicales, de teatro y artistas callejeros, organizados por el Instituto Cultural de Bahía Blanca. La Plaza Rivadavia no sólo es sede de este importante evento por su ubicación estratégica, sino que además porque durante todo el año funciona los fines de semana la Feria Municipal de Artesanos. Es en el seno de esta feria donde tiene origen el Encuentro Nacional de Artesanos, el cual se inicia en el año 1992.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Maratón de reyes”</p>	
<p>Recurso: Acontecimientos programados</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: Avenida Alem e Irigoyen</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Fue ideada por un grupo de jóvenes de Alumni -club fundado el 5 de enero de 1944- al cumplirse el 10º aniversario. Pero su primera disputa se concretó un año más tarde y tuvo como ganador a Héctor Molduc (Alumni), con 29m 15s para 7.900 metros. Con el tiempo pasó a ser una de las dos carreras de calle más antiguas del país. No se disputó en los años 1971, 1972, 1973, 1979 y en 1983. En 1983, ese día el Círculo de Periodistas Deportivos de nuestra ciudad festejó su 40º aniversario, realizando la competencia Cruz del Sur, propia de la Asociación Bahiense de Atletismo, y se desarrolló en un trazado que pasó por el interior del estadio de Las Tres Villas. Todos los años tiene como protagonistas a pedestristas a partir de los 18 años -varones y mujeres- libres federados, pre-veteranos, veteranos, minusválidos (en sillas de rueda y ciegos), trasplantados, aerobistas y deportistas en general. Se desarrolla sobre un trayecto de aproximadamente 8.500 metros, transitando por la avenida Alem, Perú-Charlone, Don Bosco, avenida Colón, Ángel Brunel, O'Higgins-Alsina y culminando frente al Teatro Municipal.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Exposición Nacional de Ganadería e Industria Villa Bordeu”</p>	
<p>Recurso: Acontecimientos programados</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Bahía Blanca</p>
<p>Ubicación: predio de la Sociedad Rural de Bahía Blanca, intersección de la ruta nacional 35 y el Camino Sesquicentenario</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: La feria es organizada por la Sociedad Rural de Bahía Blanca, nacida en marzo de 1894 y en el mes de septiembre de ese mismo año se realizó la 1º Feria Ganadera. Se llevaba a cabo en el mes de octubre. Cada año cuenta con la participación de casi un centenar de cabañas, que exponen reproductores bovinos, equinos, lanares y porcinos para ser clasificados por los jurados designados. En las diferentes jornadas se realizan actividades tales como el desfile de los Grandes Campeones, venta de los reproductores, entregar de premios a los Campeones, entre otros. Además de la muestra ganadera, los visitantes podrán recorrer stands de empresas vinculadas con el agro, industria y comercio de Bahía Blanca y la zona del sur bonaerense ubicados en los pabellones y al aire libre, como así también disfrutar de diferentes eventos culturales, ciclos de charlas y espacios gastronómicos.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Fiesta Tradicionalista y Paseo Gaucho”</p>	
<p>Recurso: Acontecimientos programados</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad:</p>
<p>Ubicación: Castelli 3800</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: La Fiesta Tradicionalista de Bahía Blanca se realiza en el mes de abril, en el marco de los festejos por el aniversario de la ciudad, organizada por el Centro Tradicionalista Los Reseros del Sur. Uno de las principales atracciones es el Paseo Gaucho que se realiza el día domingo, y comienza en el Parque de la Ciudad con la jura de Recados, Carruajes, Tropillas; izamiento del Pabellón Nacional y entonación del Himno Nacional Argentino. Los centros tradicionalistas locales y de la región comienzan el desfile por las calles de la ciudad hasta culminar frente al Palacio Municipal. El programa de fiesta se complementa también con actividades gastronómicas, musicales, artesanías, muestras, juegos típicos, entre otras. Fue seleccionada por la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR) como una de las tres fiestas representativas de la tradición y las costumbres de Argentina.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Complejo de puentes La Niña”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Ingeniero White</p>
<p>Ubicación:</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Es un conjunto de terraplenes y puentes que fueron construidos para salvar las vías que comunican la playa ferroviaria de la estación Ingeniero White, con los muelles y elevadores de granos, construidos por el ferrocarril Sud en ese sitio.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Ex Aduana”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Ingeniero White</p>
<p>Ubicación:</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: El edificio que data de 1907, está construido en chapa y madera, y apoyado sobre pilotes, siguiendo las típicas construcciones de otras obras del puerto. En 1987, el lugar fue restaurado, y a partir de esa fecha, comienza a funcionar el hoy Museo del Puerto, cuyo principal objetivo es mantener vigente la identidad del pueblo de Ingeniero White.</p>	
<p>Uso actual: Museo del Puerto</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Teatro de Ingeniero White”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Ingeniero White</p>
<p>Ubicación: Av. San Martín 3619</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Construido por la Sociedad Italiana de Socorros Mutuos el 4 de julio de 1925 y reinaugurado el 23 de noviembre de 1995, deseando proteger la identidad de la localidad del olvido y del desinterés, recibiendo de esta manera el nombre de “Teatro de Ingeniero White”.</p>	
<p>Actividades: Actividades culturales, presentación de diversos espectáculos</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Museo del Puerto”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Ingeniero White</p>
<p>Ubicación: Av. Guillermo Torres y Cárrega</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Creado en 1987, ocupa el primitivo edificio de la Aduana. Se exhiben objetos de uso cotidiano de otras épocas, con salas adaptadas que permiten conocer el modo de vida de aquellos pobladores que llegaron desde otras naciones en busca de nuevos horizontes laborales. “La cocina”, simboliza el sitio de encuentro familiar y las delicias se pueden disfrutar durante los fines de semana, en donde las distintas colectividades preparan sus platos típicos.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Ex Usina General San Martín”</p>	
<p>Recurso: Realizaciones técnicas</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Ingeniero White</p>
<p>Ubicación: Av. Juan B. Justo 3885</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Fue inaugurada en el año 1932. Se trata de una gigantesca construcción de hormigón armado erigida sobre terrenos ganados al mar. La fachada representa un auténtico castillo de estilo Tudor, sin embargo poco tiene que ver con el pasado medieval europeo. Su remate con la escultura de “San Jorge y el dragón”, obra del artista italiano Troiano Troiani fortalecen su imagen. La misma proveyó de electricidad a la ciudad durante 56 años.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Museo Taller Ferrowhite”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Ingeniero White</p>
<p>Ubicación: Juan B. Justo 3885</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Inaugurado en el año 2004 e instalado en el edificio fuera el taller de la Usina General San Martín. Recrea la labor de los obreros ferroviarios.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Primera Usina del Puerto”</p>	
<p>Recurso: Realizaciones técnicas</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Ingeniero White</p>
<p>Ubicación:</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Inaugurada en 1908 y propiedad de la empresa Ferrocarril del Sud, fue construida por los Ingenieros José Rión y Alberto Pringles quien tuvo a cargo la dirección de la obra. Construido en sobrio estilo inglés, el edificio presenta características excepcionales no sólo por sus dimensiones, sino por su estética y funcionalidad. Resalta en el paisaje portuario por su chimenea (50 metros) y construcción de ladrillo visto.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Central Termoeléctrica Luis Piedrabuena”</p>	
<p>Recurso: Realizaciones técnicas</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Ingeniero White</p>
<p>Ubicación: Ruta 252</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Desde cualquiera de las rutas que convergen a Bahía Blanca se recorta a la distancia una figura que es ya familiar: la majestuosa silueta de la chimenea de la termoeléctrica Luis Piedra Buena, con sus 152 metros de altura, que ha modificado el paisaje bahiense. Su puesta en marcha fue en el año 1989 y esta interconectada al sistema nacional de electricidad.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Paseo portuario”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Ingeniero White</p>
<p>Ubicación:</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Construido por el Consorcio de Gestión del Puerto de Bahía Blanca se ha transformado en un sitio ideal para el esparcimiento y la recreación. Cuenta con el equipamiento necesario para contemplar el mar y las actividades náuticas. Jerarquizando el Paseo se puede observar la imagen de “San Silverio”, Patrono de los Pescadores.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Complejo Petroquímico y Parque Industrial”</p>	
<p>Recurso: Realizaciones técnicas</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Ingeniero White</p>
<p>Ubicación:</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena, a 5 kilómetros del centro de Bahía Blanca.</p>	
<p>Características: Se instala a principios de los años 70 el complejo petroquímico transformándose en el más grande de Argentina. Uno de los elementos para el desarrollo de nuestra ciudad y su región, estrechamente ligado con el Puerto y el Complejo Petroquímico es el Parque Industrial ubicado al sur de la provincia de Buenos Aires. Nació como propiedad de la Provincia de Buenos Aires y posteriormente fue transferido a la Municipalidad de Bahía Blanca.</p>	
<p>Observaciones: Se realizan visitas guiadas.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Fiesta Nacional del Camarón y el Langostino”</p>	
<p>Recurso: Acontecimiento programado</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Ingeniero White</p>
<p>Ubicación:</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Se realiza en Semana Santa. Los inicios de la fiesta están vinculados con el pasado inmigratorio de Ingeniero White donde a fines de 1989 vecinos y trabajadores del puerto hicieron una cazuela gigante en el Muelle Nacional. Es organizada por la Sociedad de Fomento local junto con el Municipio de Bahía Blanca. El anfiteatro se convierte en el escenario principal que durante los cuatro días congrega a artistas locales y nacionales con una variada oferta y con espectáculos especiales al cierre de cada noche. Los visitantes podrán además degustar comidas típicas elaboradas con frutos del mar como paellas gigantes, rabas, cazuelas de mariscos, entre otros, preparadas por instituciones de la localidad. Dentro de los atractivos también podemos mencionar la feria de artesanos, stands institucionales y juegos infantiles a lo largo de la Avenida Guillermo Torres.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Fiesta de San Silverio”</p>	
<p>Recurso: Acontecimiento programado</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Ingeniero White</p>
<p>Ubicación: Av. San Martín 35, Parroquia “Exaltación de la Santa Cruz”</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: San Silverio es el “Patrono del Puerto y de los pescadores de Bahía Blanca” y llegó a la localidad Ingeniero White con la corriente inmigratoria de pescadores proveniente de la Isla de Ponza, Italia. Fue en este ámbito donde se comenzaron a transmitir los valores de San Silverio a los pescadores locales y a la población en general. Las primeras celebraciones se comenzaron a realizar en 1928 cuando un grupo de pescadores inmigrantes italianos radicados en Ingeniero White, en su mayoría provenientes de la isla de Ponza en el Lazio, crearon la Sociedad San Silverio. El fin era mantener en la nueva patria, la profunda Fe religiosa de su isla natal. La fecha no era fortuita, en ese día se conmemora la festividad del Santo Patrono de Ponza: San Silverio. En un principio se lo festejaba los 20 de junio (coincidiendo con el feriado argentino) porque era el mismo día que se celebraba también en la Isla de Ponza. Luego la fecha se cambió al 3º domingo de noviembre, en recordatorio a la muerte del Santo.</p> <p>El evento principal consta de una procesión donde se lleva la imagen del Santo en un pequeño barco desde la Parroquia “Exaltación de la Santa Cruz” Ingeniero White hasta el puerto, recorriendo las principales calles de la localidad. Un dato interesante es que aquí se incorporó a la procesión un recorrido por el mar en barco que luego lo adoptaron los ponceses en Italia. La gente que asiste también puede hacer el recorrido en embarcaciones disponibles por la organización. El evento se completa con ofrendas florales, una misa religiosa y actividades culturales y musicales en diferentes instituciones de la localidad, principalmente en el Museo del Puerto.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Estación Cabildo”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Cabildo</p>
<p>Ubicación: Zapiola 10</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Con su fundación quedó habilitada la nueva línea ferroviaria a Coronel Pringles, entre Plaza Constitución y Bahía Blanca. Su nombre es en homenaje al Cabildo Abierto de 1810. Fue una de las primeras construcciones que dieron origen al pueblo y a lo largo de su historia la comunidad siempre le ha asignado un importante valor simbólico.</p>	

Nombre del recurso:	
“Ex Hotel Italia (1912)”	
Recurso: Manifestaciones culturales	Partido: Bahía Blanca
Localización: urbana	Localidad: Cabildo
Ubicación: Buenos Aires y Zapiola	
Accesibilidad: muy buena.	
Características: Alojaban a los viajeros que estaban de paso y a los trabajadores que llegaban para sumar manos al trabajo del tendido férreo. Se proyectaban películas y funcionaba como espacio de encuentro social.	

Nombre del recurso:	
“Ex Hotel Recreo (1921)”	
	
Recurso: Manifestaciones culturales	Partido: Bahía Blanca
Localización: urbana	Localidad: Cabildo
Ubicación: Buenos Aires y Vicente López	
Accesibilidad: muy buena.	
Características: Alojaba a los viajeros que estaban de paso y a los trabajadores que llegaban para sumar manos al trabajo del tendido férreo. Se proyectaban películas y funcionaba como importante espacio de encuentro social. El edificio conserva la fachada original pero se encuentra abandonado y deteriorado.	
Uso actual: Desocupado	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Plaza de Mayo”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Cabildo</p>
<p>Ubicación: Pringles y Saavedra</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: 1910 En sus orígenes la plaza se encontraba alambrada como una suerte de potrero en donde las amas de casa solían colgar la ropa recién lavada. Hoy es el principal punto de encuentro de los adolescentes. Hay emplazados dos monumentos en la plaza, uno en homenaje al General San Martín representado con un busto que se posiciona en el centro de la plaza y carece de referencia alguna que indique el motivo o el nombre de su representado. Por otro lado, encontramos el monumento a la madre ubicado en la esquina Este de la misma plaza (Pringles y La Plata). Este monumento fue creado el 16 de octubre de 1977 por el Rotary Club de Cabildo, en homenaje a las madres.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Plaza Victoria Sinclair”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Cabildo</p>
<p>Ubicación:</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: El monumento ubicado en la Plaza Victoria Sinclair fue construido en el año 2004 con el objeto de rememorar el nombre de quien fuera la primera maestra de la localidad, la Señora Victoria Sinclair. Con este monumento se homenajea por tercera vez a esta mujer ya que tanto el barrio, la plaza que se ubica en él y el monumento que se encuentra en su centro, llevan el nombre de la misma persona.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Sociedad Italiana”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Cabildo</p>
<p>Ubicación: Las Heras 36</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: 1919, Fue fundada a instancias de don Feliciano Luchelli, jefe de la estación de ferrocarril en ese entonces, y de don José Lolli. En ella se agruparon familias que integraban la colectividad italiana. Junto a la colocación de la piedra fundacional se proyectó la obra de una sala teatral que sería construida con la cooperación de todos los italianos de la localidad. Su fachada ha cambiado pero conserva el interior con sus características originales. Presenta excelentes condiciones edilicias y la habilitación municipal correspondiente.</p>	
<p>Uso actual: Teatro y salón de reuniones</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Ex edificio de Correos”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Cabildo</p>
<p>Ubicación: La Plata 58</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: En 1903 se crea la Sociedad Española de Socorros Mutuos. En el año 1920 la Sociedad Española funda el edificio en el que funcionaría la oficina de correo postal. El edificio se encuentra abandonado. La fachada es original pero las condiciones de la estructura son muy precarias.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Prado Español”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Cabildo</p>
<p>Ubicación: Alberti y San Martín</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Es el espacio en el que se celebraban año a año las Romerías Españolas que consistían en un festejo de tres días que comenzaba con la llegada a la localidad de un grupo de músicos que venían en tren y que a partir del momento en que descendían de éste comenzaban a tocar piezas españolas con sus gaitas mientras se desplazaban a pie por las calles del pueblo hasta llegar al Prado Español. Allí se hacían ferias de juegos, venta de bebidas, comidas y bailes.</p>	
<p>Uso actual: Esparcimiento.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Cooperativa Sombra de Toro y Planta de acopio de cereales”</p>	
<p>Recurso: Realizaciones técnicas</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Cabildo</p>
<p>Ubicación: Vieytes 83</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: En 1948 36 productores de la zona rural fundaron una cooperativa para proveerse de insumos y comercializar sus productos. Esta cooperativa fue protagonista de la localidad durante más de 50 años llegando a contar con más de 500 socios. En 1965 se inauguró la Planta de Acopio de Cereales con elevadores de 6100 toneladas, barracas de mil metros cubiertos, balanza de alto pesaje y desvío ferroviario como muestra del momento de mayor apogeo del sector.</p>	
<p>Actividades: Comerciales</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Escuela N° 19 Remedios de Escalada de San Martín”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Cabildo</p>
<p>Ubicación: Arдохain 24</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: 1907 Fue la primera escuela de la localidad cuando la mayoría de las manzanas eran potreros. Los alumnos de entonces recuerdan con emoción a la maestra Victoria Sinclair cuyo nombre lleva el barrio donde está el establecimiento, la plaza que se encuentra en frente a las instalaciones y el monumento que se encuentra en el centro de la misma.</p>	
<p>Uso actual: Establecimiento educativo</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Avenida Arдохain”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Cabildo</p>
<p>Ubicación: Saenz Peña y Caronti</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Es un espacio fuertemente valorado por la comunidad local ya que allí los vecinos suelen caminar recorriendo sus más de dos mil metros rodeadas de arboledas que llevan a uno de los accesos al arroyo Sauce Grande.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Arroyo Napostá Chico”</p>	
<p>Recurso: Sitios naturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Cabildo</p>
<p>Ubicación: Noroeste de la localidad</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Se extiende a lo largo de 80 km de longitud, aproximadamente. El mismo nace en la ladera occidental del Sistema de Ventania y posee diferentes nombres a lo largo de su recorrido; desde sus nacientes y hasta los 10 km se lo denomina Sombra de Toro, luego en los siguientes 20 km pasa a ser el Napostá Chico y por último, recibe el nombre de Bajo Hondo, donde los tramos de su curso son intermitentes, perdiéndose por infiltración en cercanías de la localidad homónima. Atraviesa el sector noreste de la localidad en toda su extensión territorial y se llega al mismo por cuatro accesos. Uno de ellos, el Puente Carucci ubicado en la ruta de ingreso a Cabildo; otro acceso al arroyo se encuentra dentro de la localidad en el lugar conocido como el vado; el tercero en camino rumbo a la localidad de Estomba y el cuarto acceso se encuentra en el casco de la estancia La Cautiva, ubicado en la Avenida Ardohain.</p>	
<p>Uso actual: Recreativo</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Cancha de fútbol Club Atlético Pacífico”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Cabildo</p>
<p>Ubicación: Gregorio Garmendia 100</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: El Club Pacífico de Cabildo nace de un grupo de niños fanáticos del Club Pacífico de Bahía Blanca luego de que este último saliera campeón invicto de la Liga del Sur. A partir de entonces forma un equipo que pronto comenzó a competir en la liga que se organizaba en la localidad e incluso en la Liga del Sur. Su equipo aún continúa compitiendo en la Liga del Sur y su cancha de fútbol reglamentaria es reconocida como una de las mejores de la zona. 1927</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Usina eléctrica”</p>	
<p>Recurso: Realizaciones técnicas</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Cabildo</p>
<p>Ubicación: San Martín y Saavedra</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Inicialmente en 1926, se ubicaba en la esquina de Larrea y Vieytes, lugar en el que en la actualidad se encuentra el cuartel de Bomberos. En el año 1956 se crea la Cooperativa de Luz y Fuerza que inicialmente brindaba el servicio de alumbrado de 19.00 a 2.00 hs. Los vecinos recuerdan que en la Romería Española la luz titilaba dos o tres veces como señal de que estaba por terminar la fiesta y todos volvían a sus casas antes de que se corte la luz.</p>	
<p>Uso actual: Cooperativa eléctrica de Cabildo</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Museo Fortín Cuatrerros”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: General Daniel Cerri</p>
<p>Ubicación: Alvarado y Av. Plácida Pernicci</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: En este museo se expone una muestra sobre el General Daniel Cerri, la creación del Fortín Cuatrerros y las relaciones interétnicas. Por otra parte imágenes y objetos sobre el primer pueblo industrial del sudoeste bonaerense con sus principales actividades, el procesamiento de la lana y la carne.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Iglesia San Miguel Arcángel”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: General Daniel Cerri</p>
<p>Ubicación: Gurruchaga 440</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Inaugurada el 3 de septiembre de 1905 y situada en terrenos cedidos por Ernesto Tornquist, fue levantada por los Salesianos a pedido de los obreros del frigorífico La Negra-Sansinena. El edificio se caracteriza por contar con reminiscencias renacentistas</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Cine y Pensión Voglino”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: General Daniel Cerri</p>
<p>Ubicación: Av. Rodríguez Peña y Belgrano</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Desde principios de siglo XX, fue restaurante, café y billar, alojamiento y cine. Su apertura tuvo por objeto hospedar operarios y jefes provenientes de Capital Federal y Gran Bs As que arribaron para construir el frigorífico Sansinena. En el salón de la esquina se encontraba el bar, desde allí se accedía al comedor y a la cocina. Las películas se proyectaron en forma de diapositivas, posteriormente el cine mudo, el cine con motor y por el cine sonoro.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Lanera Argentina”</p>	
<p>Recurso: Realizaciones técnicas</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: General Daniel Cerri</p>
<p>Ubicación: Álvarez Jonte entre 25 de Mayo y Belgrano</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: El edificio data de 1905. Su característica arquitectónica nos remonta a las ciudades industriales inglesas de los siglos XVIII y XIX. Allí funcionó el lavadero de lanas y peladero de pieles Santa María, de la firma Soulas y Familia, una de las industrias más importantes de la región y el país en su tipo. En 1929 pasa a llamarse Lanera Argentina S.A., denominación que mantuvo hasta 1994. En la actualidad el edificio fue puesto en valor con otras funciones por una empresa local.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Ex Frigorífico CAP Cuatrerros”</p>	
<p>Recurso: Realizaciones técnicas</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: General Daniel Cerri</p>
<p>Ubicación: Álvarez Jonte y Belgrano</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Al lado de la Lanera Argentina se levantó el frigorífico Sansinena. En 1901 la Compañía Sansinena compró 2000 hectáreas en Cuatrerros, propiedad por entonces de Ernesto Tornquist. En ese sitio se construyó el frigorífico, puerto y playa de maniobras ferroviarias, las que son inauguradas en octubre de 1903.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Estación Aguará”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: General Daniel Cerri</p>
<p>Ubicación: 25 de Mayo y Granaderos</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Inaugurada en el año 1912, la estación Aguará del Ferrocarril Buenos Aires al Pacífico se transformó en nudo estratégico para el desarrollo económico e industrial de la localidad. Desde allí se desembarcaba hacienda para el frigorífico Sansinena en el pueblo Cuatrerros (hoy Cerri), contaba con casa de familia para el jefe de la estación y personal auxiliar, galpón de carga y descarga y desembarcadero de animales.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Club de Pesca y Náutica Gral. Daniel Cerri”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: General Daniel Cerri</p>
<p>Ubicación:</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Inaugurado el 30 de enero de 1970, se transformó en sitio elegido para los amantes de la pesca deportiva.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Ecoplanta”</p>	
<p>Recurso: Realizaciones técnicas</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: General Daniel Cerri</p>
<p>Ubicación: Juana Azurduy y Artigas</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Fundada el 11 de abril del 2000 y ubicada en el sector norte de la localidad intenta minimizar la problemática de los residuos recuperando aquellos que pueden volver a ser productivos (inorgánicos) a través del reciclado y la transformación de orgánicos en compostos y lombricompostos. De esta forma se colabora en la prolongación de la vida útil de los rellenos sanitarios y la toma de conciencia ambiental.</p>	
<p>Uso actual: Planta de reciclaje</p>	
<p>Observaciones: Se realizan visitas guiadas.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Fiesta Regional Historia de la Carne”</p>	
<p>Recurso: Acontecimientos programados</p>	<p>Partido: Bahía Blanca</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: General Daniel Cerri</p>
<p>Ubicación: Gurruchaga y Donado</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena, se realiza en la Plaza Juan Vissani</p>	
<p>Características: Se realiza entre los meses de Octubre y Noviembre. La historia de la carne es parte de la historia social, cultural y del trabajo en Cerri. Desde principios del siglo XX la población de la localidad, sus clubes e instituciones, crecieron a ritmo industrial. El Frigorífico Sansinena, luego CAP, junto a la Lanera Argentina, convirtieron a Cerri en el primer pueblo industrial de la región. La instalación de ambos emprendimientos vinculó a la localidad con el país y el mundo. Una identidad en constante transformación que se celebra desde el presente. Es organizada por el Instituto Cultural de Bahía Blanca junto con la Delegación Municipal de Gral. Daniel Cerri e instituciones locales. La principal atracción de la fiesta es el gran asado popular que incluye una vaquillona al asador rodeado por costillares y muchas horas de fuego y trabajo sobre la tierra. Las distintas instituciones participantes son las encargadas de la cocina. Durante el fin de semana los visitantes podrán disfrutar además de música, humor, teatro, muestras, entre otros espectáculos culturales.</p>	

MÉDANOS

Inventario de recursos y atractivos turísticos de Médanos

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Fiesta Nacional del Ajo”</p>	
<p>Recurso: Acontecimientos programados</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: Predio del Ferrocarril de Médanos.</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: La localidad de Médanos es considerada la capital del ajo y anualmente organiza la fiesta Nacional del ajo. Las festividades se desarrollan a lo largo de un fin de semana e incluyen recitales, viles populares y una misa de acción de gracias. La fiesta dura 3 días durante el segundo o tercer fin de semana del mes de marzo. Sus inicios se remontan en el año 1967 por el Círculo Católico con la finalidad de brindar un homenaje a los hombres y mujeres que trabajaron logrando que el ajo sea un producto importante en la economía. Se conmemora la época en la cual se sembraba los surcos y realizaban las distintas tareas a mano, sin la actual tecnología. El evento estuvo interrumpido durante los años 1981 y 2003 debido problemas económicos. Nuevamente en 2004, por iniciativa del municipio, se volvió a festejar este evento.</p>	
<p>Uso actual: acontecimiento programado</p>	
<p>Actividades: espectáculos, patio de comidas, baile popular, elección de la embajadora, feria de artesanos Además hay desfile de diferentes instituciones y carrozas alegóricas.</p>	
<p>Observaciones: En cuanto a la infraestructura el lugar posee baños químicos (SENTÍ ARGENTINA, 2014). Asisten a la fiesta más de 30.000 personas provenientes de la región.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“AIEste bodega y viñedos”</p>	
<p>Recurso: Realizaciones técnicas</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: rural</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: Km. 732 ruta nacional 22</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: El complejo comenzó a funcionar a fines del S. XX y en el año 1999 comenzaron a desarrollarse distintas variedades de vides: Carvernet Sauvignon, Merlot, Malbec, Syrah, Tannah, Petit Verdot, Tempranillo, Chardonnay y Sauvignon Blanc. La bodega está constituida por tanques de acero inoxidable, barricas de roble francés y americano, equipos de frío que se utilizan para regular la temperatura de vinificación y conservación (AIEste bodegas y viñedos, 2015). Los vinos que se elaboran son: Clásico Cabernet Malbec, Clásico Chardonney-Sauvignon, Terrabbasia Reserva Malbec, y Terrasabbia Reserva Chardonnay Sauvignon. El sistema de conducción utilizado es de espaldero y utilizan el sistema de riego por goteo. La producción anual es de 70 mil litros. Estos viñedos son los primeros en producir vinos de alta gama en la provincia de Buenos Aires.</p>	
<p>Uso actual: Producción y degustación de vinos. Abierto al turismo</p>	
<p>Actividades: recorrido por todo el circuito de la uva, desde las plantaciones hasta el proceso final, para concluir con una degustación en el caso de los adultos.</p>	
<p>Observaciones: <i>Visita guiada promovida por el Municipio: “Villarino, tierra de vinos”.</i> Para ingresar se debe pagar el valor de la entrada. La bodega pertenece abierta de lunes a viernes de 9 a 17 hs.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“La Aurora SAIC”</p>	
<p>Recurso: Realizaciones técnicas</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: rural</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: 7 km. al Norte del KM 748,5 de la Ruta N°22.</p>	
<p>Accesibilidad: buena.</p>	
<p>Características: El establecimiento La Aurora se inicia en 1901 convirtiéndose en la primera explotación de sal mecanizada del país, realiza la extracción, refinación y comercialización de sal para la industria en el salitral llamado Salinas Chicas (LA AURORA, 2015). El cuerpo salino propiamente dicho está integrado por: agua madre, costra temporaria y reserva permanente. El agua madre constituye una salmuera de 338,02 g/l de salinidad media. ... La costra temporaria, que constituye la capa explotable (CINa), alcanza una potencia de 1 a 4 m con capas de cloruro de sodio alternadas con sedimentos clásticos y sulfatos.” (SCHALAMUK <i>et al.</i>, 1999). En 2007, se puso en funcionamiento una planta de secado que permitió mejorar la posición de la empresa en los mercados.</p>	
<p>Uso actual: explotación de salina</p>	
<p>Actividades: si bien se considera una atracción natural, no se implementan en la actualidad visitas guiadas orientadas al turismo</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“La Sinagoga”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: Medrano 145/65, entre las calles Sáenz y Anchorena.</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Ubicada a 5 cuadras y media de la plaza principal, y a 4 cuadras de la entrada a la ciudad.</p>	
<p>Características: Se comenzó a construir en 1913 y se inauguró en 1915. Su última refacción data del año 2005. El acceso se da por la parte posterior del edificio donde se encuentra un hall central, con una cocina y un baño. Allí una puerta doble de madera con vidrios de colores blancos y azules que forman dos estrellas de David, permite el acceso al salón principal. Tiene los techos altos y tres ventanas laterales, con vitraux de colores vivos, en cada uno de sus lados y cuatro en el frente. Este salón posee pisos de madera y los muros se encuentran revocados y pintados y en la parte superior se destaca una guarda con motivos religiosos. La pintura actual del interior de la sinagoga no fue realizada al momento de la inauguración sino que se realizó en 1938, y estuvo a cargo del señor Diacovetzky con ayuda de dos de sus hijos. En el centro del salón cuatro columnas color verde y blanco que llegan hasta el cielorraso de madera conforman la bimá (plataforma sobre elevada en la cual se ubica el Rabino). Sobre ella, en el centro del techo, pende una araña de hierro colgada de un disco dorado que tiene un Maguen David grabado e inscripciones en hebreo. A los costados cuatro lámparas repiten el mismo esquema pero en menor escala. Frente a la bimá se encuentra el harón ha kodesh. Para acceder a él hay que subir cuatro escalones alfombrados de rojo. Allí es posible encontrar dos torot traídas de Europa por los primeros inmigrantes que llegaron a Médanos. Otras dos torot que también habían sido traídas de Europa, fueron donadas a una sinagoga en Trelew y a la Embajada de Israel en Argentina luego del atentado de 1992. También vale la pena observar los asientos utilizados para rezar: son seis filas de largos bancos de madera, maciza y clara, con apoya brazos rebatibles que tienen tallados una espiga de trigo. Son piezas enteras hechas con árboles de la zona, de troncos inmensos. Aunque la sinagoga es amplia, hasta 1950 no todos conseguían asiento para participa de los rezos durante las celebraciones de Año Nuevo y Día del Perdón. Así, los hombres debían pagar para asegurarse un banco en planta baja, mientras las mujeres se acomodaban arriba (antiguamente, y aun hoy en los templos más ortodoxos, hombres y mujeres se sentaban de manera separada), en un entrepiso que, después de la última refacción en 1970, ya no tiene acceso. En un primer momento, además del edificio central donde se encuentra la sinagoga, había otras dos edificaciones destinadas a la escuela y a la casa del cuidador, las cuales existieron aproximadamente hasta el año 1963.</p>	
<p>Uso actual: Actualmente se encuentra en desuso, aunque vale la pena mencionar que durante el año 2010 se llevaron a cabo dos casamientos de ex medanenses.</p>	
<p>Actividades: La sinagoga es la casa o asamblea para la oración comunal, el estudio y el encuentro. Fue creada, como toda sinagoga, para ser sala de rezos de la comunidad judía. Actualmente se realizan recorridos <i>promovidos por el Municipio: “Unirnos en las religiones”</i> en los cuales se dan a conocer la cultura, creencias y costumbres de la religión judía.</p>	
<p>Observaciones: Monumento Histórico Nacional. Monumento Histórico Provincial (2005)</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Cementerio Israelita”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: Frente al cementerio municipal,</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena; a dos kilómetros de la plaza central, sobre una calle de asfalto conocida como la ruta de Ombucta.</p>	
<p>Características: En el año 1905 Simón Gueler, el primer hombre judío en arribar a Médanos donó una hectárea de tierra para ser usada como cementerio. A lo largo de los años el terreno se ha ampliado y actualmente es un predio amplio de casi tres hectáreas. La entrada, custodiada por dos pinos y cuatro rosales, abre diferentes caminos: A la derecha llaman la atención las pequeñas tumbas de los niños. “Del lado izquierdo, aparece una sala tapiada que guarda una verdadera pieza de museo: un carruaje antiguo de color negro, con un Maguen David en la parte superior. Así eran trasladados los féretros desde la casa particular donde eran velados, hasta el lugar de entierro, previo paso por la sinagoga.” (KABZUK, E. 2001, p. 158) Un camino principal, de cemento enmarcado por arbustos, recorre el cementerio. Hacia la izquierda están las tumbas de los suicidados y accidentados; parcela que quedó abandonada ya hace unos años porque la comunidad israelita de Médanos decidió que nadie debe ser apartado y a todos se los entierra en el sector central. También es posible observar un monumento erigido en el año 1948; este es un doble homenaje: a los judíos asesinados en el holocausto, y a la memoria de David Volpin, el primer habitante de Médanos que emigró a la Tierra Prometida y que fue asesinado. Muy cerca está la tumba del pionero filántropo Simón Gueler.</p>	
<p>Uso actual: Actualmente se realizan todas las actividades establecidas por el culto judío ante el fallecimiento de una persona.</p>	
<p>Actividades: El culto judío establece una serie de rituales que se deben realizar ante el fallecimiento de una persona. Entre ellos, algunos deben ser en el cementerio. El primero a realizar en este lugar es la sepultura, siempre bajo tierra ya que así lo establece el Antiguo Testamento: “...pues polvo eres y al polvo volverás”. (Génesis 2:19) Luego de transcurridos 30 días del fallecimiento, se vuelve a visitar el cementerio, realizándose una ceremonia de recordación. Por último, un año después se procede a colocar el monumento, mediante una ceremonia, en señal de finalización del duelo.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Ex centro juventud unida israelita”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: San Martín 228</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. A dos cuadras y media de la plaza central, y a cinco cuadras de la entrada a la ciudad.</p>	
<p>Características: En el año 1925 con el fin de atender larals inquietudes culturales y recreativas de la juventud israelita de la región se creó el centro “Juventud Unida Israelita”. Dicha institución contaba con una biblioteca con volúmenes en idish, castellano y hebreo, y con un salón de lectura donde se realizaban conversaciones familiares y populares sobre historia y literatura judía y universal. Además, el teatro ocupaba un lugar privilegiado entre las actividades más atractivas del Centro. En el año 1926 lograron la adquisición de un terreno en calle San Martín 228, que para el año 1932 ya contaba con un edificio que abría sus puertas, convirtiéndose en el centro social de la colectividad judía de Médanos y de la zona. El salón principal, donde hay un escenario y un patio muy amplio, era el sitio de las reuniones de los movimientos juveniles. Allí se hacían también las representaciones teatrales, los bailes sociales, y donde se festejaban los casamientos después de la ceremonia en la sinagoga. Aquí también funcionó la tercera y última escuela hebrea que tuvo Médanos. Los primeros maestros de idish que tuvo Médanos trabajaban en la casa de los vecinos y más tarde en el salón aldaño a la sinagoga. En el año 1986, por encontrarse inactiva la institución, la comunidad decidió vender la construcción, la cual fue comprada por la Unión Cívica Radical. Se abrió entonces allí, el Comité con el nombre de Dr. Heriberto Pochelú, un médico clínico que llegó a ser intendente de Villarino.</p>	
<p>Uso actual: Actualmente aquí funciona el comité de la Unión Cívica Radical, quien alquila el salón principal a una iglesia evangélica. En el pequeño salón, donde funcionaba la escuela hebrea es donde se realizan las reuniones del comité.</p>	
<p>Actividades: Toda la vida social y cultural de la comunidad judía de Médanos transcurría aquí. Se hacían veladas teatrales y literarias, conversaciones familiares. Funcionó aquí una biblioteca, donde también se hacían conversaciones familiares sobre historia y literatura judía.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Panadería La Estrella”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: Castro Barros 329</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Una panadería con mucha historia para la colonia judía de Médanos. Uno de los hijos de la familia Ordines -actual propietaria del local- toma los pedidos y atiende al público. Se vende la misma galleta y las mismas coronas de espigas saladas que hacía Ezequiel Goldin, el primer dueño del negocio, en los años 50 el cual transformaba en pan once bolsas de harina (cada una de 60 kilos) por día. Con el fermento salía el pan dulzón, el pan idish, como debe ser, cuenta Perla, una de las cuatro hijas de Ezequiel. Su padre murió en 1994. Activo integrante de la comunidad judía, muchos lo recuerdan porque había aprendido a tocar el shofar. Las baldosas antiguas, el horno, el cielorraso alto y algunos de los armarios, donde hoy se exhiben las facturas en la panadería, son los mismos que tenía Goldin.</p>	
<p>Uso actual: comercial</p>	
<p>Actividades: Venta de manufacturas panaderas</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Parroquia Sagrado Corazón de Jesús”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: San Martín 578</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Pleno centro de la ciudad, frente a la plaza.</p>	
<p>Características: En 1929 un grupo de vecinos se reunieron para colaborar en la construcción de la Iglesia que fue inaugurada en el año 1930. Con el mismo ingeniero civil que construyó el Municipio.</p>	
<p>Uso actual: religioso</p>	
<p>Observaciones: permanece abierta de 8 a 22 hs.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Plaza Independencia”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: Manzana comprendida entre las calles Moreno, San Martín, Las Heras y Mitre.</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Pleno centro de la ciudad.</p>	
<p>Características: Constituye el único espacio verde de la localidad y es un centro neurálgico ya que a su alrededor se localiza el palacio municipal y la Iglesia Sagrado Corazón de Jesús. Ocupa una manzana completa y posee 4 ingresos hacia el centro de la misma ubicados uno en cada esquina. En el centro se dispone una fuente. En distintos sectores de la plaza se pueden observar monumentos recordatorios y/o conmemorativos tales como el espacio de la memoria, monumento a los bomberos o el busto en honor a los maestros. Es la sede de los actos relevantes de la localidad.</p>	
<p>Uso actual: esparcimiento, recreación.</p>	
<p>Actividades: Actividades recreativas, al aire libre, realización de actos.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Palacio Municipal”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: Moreno 41</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Pleno centro de la ciudad, frente a la plaza.</p>	
<p>Características: fue inaugurado en mayo de 1929, el ingeniero civil que lo construyó fue Guillermo Martín. Posee tejas españolas, de estilo colonia, el pórtico de entrada es de mármol blanco como las escaleras que van al salón blanco ahora HCD y los pisos de pinotea.</p>	
<p>Uso actual: Sede del poder ejecutivo de la localidad</p>	
<p>Actividades: Gubernamentales</p>	
<p>Observaciones: Monumento Histórico Provincial. Se realizan visitas guiadas por el edificio.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Centro Municipal de Deportes”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: Medrano y Godoy Cruz</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Por sus características constructivas, desde hace más de 30 años el Centro Municipal de Deportes es el único lugar con que cuenta esta ciudad para la práctica de diversas actividades deportivas y sociales de envergadura. Si se considera el amplio gimnasio y sus dependencias, así como la cancha de fútbol aledaña, el complejo ocupa una manzana de terreno comprendida entre las calles Medrano, Godoy Cruz, Cumerlato y Saavedra. Las instalaciones son utilizadas especialmente por el Centro de Educación Física N° 26, además de la Escuela Especial N° 502 y la Escuela de Educación Media N° 3. En tanto, el municipio villarinense le da uso para el dictado de clases de básquet y el desarrollo de los Torneos Juveniles Bonaerenses, mientras que diversos particulares realizan aquí prácticas de básquet y fútbol 5. En este espacio --imprescindible para toda comunidad comprometida con la contención de su juventud-- se pueden llevar a cabo actividades deportivas de todo tipo. Para la práctica de básquet, por ejemplo, cuenta con un tablero electrónico que señala tiempo y tanteador, así como tableros de vidrio únicos en la localidad. Sus instalaciones también han servido para desarrollar competencias relevantes, como las semifinales y final del Campeonato Argentino de Bochas por Parejas de 1993. Asimismo, distintas entidades e instituciones han utilizado las dependencias para llevar a cabo reuniones sociales, entre las que se destacan las tradicionales Fiesta de la Comunidad, que organiza la parroquia, y la Fiesta Nacional del Ajo; las jornadas del Club del Trueque; y las celebraciones por el Día del Niño y la Festividad de Reyes, entre otras.</p>	
<p>Uso actual: Centro deportivo</p>	
<p>Actividades: Deportivas y recreativas</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Estación del Ferrocarril”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: Acceso por la Ruta Nacional N° 22 y rotonda de ingreso a la ciudad</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Fue inaugurada en 1897 en coincidencia con la fundación de la ciudad. Pertenece al Ferrocarril General Roca en su ramal entre Bahía Blanca y Zapala. No presta servicios de pasajeros desde 1993, sin embargo por sus vías corren trenes de carga, a cargo de la empresa Ferrosur Roca. En el Galpón N° 1 funciona la Escuela Municipal de Arte. La intervención consiste en la aislación y emplacado de todas las paredes y cielorrasos de chapa del galpón con su correspondiente aislación térmica, reconstrucción total de la instalación eléctrica, iluminación de emergencia, alarma y sensores de humo. Se generarán dos oficinas, un camarín unipersonal y un aula en el sector posterior a los camarines existentes (donde se emplazarán los futuros sanitarios). Se restaurarán los ocho portones, se mejorarán el piso existente de piedra negra, las cabreadas y columnas de madera, conservando de ésta manera la esencia del antiguo galpón ferroviario, puesto en valor para que se aprecie la nobleza de los materiales con que fueron construidos.</p>	
<p>Uso actual: Transporte de carga, educativo.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Club de Caza y Pesca Huracán Médanos”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: Gazcón 46</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Asociación Civil que surge de la fusión de los clubes Caza y Pesca Médanos y Club Atlético Huracán de Médanos. Fundado el 20 de Julio de 2016 tiene como principal objeto:</p> <p>A) El fomento de la práctica del deporte en todas las especialidades que sean factibles de acuerdo con sus posibilidades.</p> <p>B) La promoción de la cultura en todas sus manifestaciones.</p> <p>C) Brindar a los asociados las posibilidades de un sano esparcimiento.</p> <p>D) Mantener relaciones con todas aquellas instituciones, nacionales o extranjeras, que por su actitud constituyen al logro de estos fines.</p> <p>E) Desarrollar un ambiente de cordialidad y solidaridad entre sus asociados y propender al mejoramiento intelectual y cultural de los mismos.</p> <p>En el predio polideportivo se emplazan cancha de fútbol, de básquet, pileta de natación y se practica patín y realizan eventos sociales.</p>	
<p>Uso actual: Club social y deportivo</p>	
<p>Actividades: deportivas, recreativas, esparcimiento</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Sociedad Española”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: Bustamante 249</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Asociación en la que se desarrollan diversas actividades culturales, sociales y deportivas. Fue fundada en 1910 y desde allí trabajan para brindar a la comunidad eventos culturales tales como proyección de películas, realización de ferias, espectáculos teatrales, entre otros. Además funciona en sus instalaciones, una escuela de patín.</p>	
<p>Uso actual: Recreativo</p>	
<p>Actividades: Deportivas, de esparcimiento, culturales.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Sociedad Italiana de los Socorros mutuos”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: Bulnes 70</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Fue fundada el 20 de noviembre de 1910. Es una institución centenaria, cuya finalidad es colaborar con la sociedad de Médanos, culturalmente, en la realización de actos benéficos y distintas necesidades de la comunidad. Posee la única sala Teatral de Médanos</p>	
<p>Uso actual: Recreativo y cultural</p>	
<p>Actividades: Realización de eventos culturales, sociales y recreativos.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Biblioteca Pública Bartolomé Mitre”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: Mitre 37.</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Es un icono de la cultura popular en la localidad de Médanos. Fuente inagotable de consulta para grandes y chicos en sus diversas actividades o simplemente para leer los miles de libros con los que cuenta este centenario edificio. Claro que también se cobijan allí cuantiosos cursos destinados al saber de la población. La Biblioteca Pública "Bartolomé Mitre" de la capital distrital fue creada el 29 abril de 1939, para brindar servicios de lectura, capacitación, arte y cultura.</p>	
<p>Uso actual: Biblioteca</p>	
<p>Actividades: Sala de lectura, dictado de cursos</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Termas de Médanos”</p>	
<p>Recurso: Sitios naturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: rural</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: Kilómetro 737,5 de la ruta Nacional 22</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. A 4 kilómetros de la ciudad y a 50 kilómetros de Bahía Blanca.</p>	
<p>Características: Se encuentra sobre un total de 18 hectáreas forestadas y parqueadas. El predio consistía en una planta impulsora, un conjunto habitacional de 44 viviendas y una perforación a 1.174 metros de profundidad de la que brotan 80.000 l/h a 74° C; construido desde 1951 y entregado a de Gas del Estado en 1956. En 1994 una corporación encabezada por Jorge Simoni compró el predio, hizo el loteo y venta de las viviendas y comenzó la construcción del complejo turístico. Cuenta con la infraestructura necesaria para disfrutar en familia, amplitud y confort en las alternativas del alojamiento. Posee animales y aves acuáticas. Tiene un camping, de 12 mil m2, con un sector designado para autoportantes y casillas rodantes y un predio cercado con vegetación para la instalación de carpas. Para quienes allí acampen, se han construido una batería de sanitarios y duchas con agua caliente las 24 hs. proveniente del mismo surgente. Así como fogones con parrillas. También cuenta con los correspondientes baños para discapacitados, y un amplio parque. El lago de las Termas de Médanos está formado por una península y una isla, sus aguas cálidas oscilan entre los 12°C y los 50° C de temperatura lo que permite la existencia de Tilapias del Nilo, especie tropical exitosamente adaptada gracias a la temperatura constante del agua.</p>	
<p>Uso actual: complejo termal</p>	
<p>Actividades: Paseos, sector de camping y fogones, piletas cubiertas y un Lago Termal Artificial. Avistaje de animales silvestres: aves, nutrias, llamas y peces cardúmenes de Tilapias del Nilo. Paseos en kayak. Tratamientos de spa</p>	
<p>Observaciones: Se encuentra abierto de jueves a domingo de 10 a 20 hs. Feriados: consultar</p>	

PEDRO LURO

Inventario de recursos y atractivos turísticos de Pedro Luro

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Lago Parque La Salada”</p>	
<p>Recurso: Sitios naturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: rural</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: a 5 kilómetros de la localidad de Pedro Luro. El acceso es por RN 3, km 808 y desvío de 4 km por camino de tierra en buenas condiciones.</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: La Laguna, tiene aproximadamente 400 has. de extensión y una profundidad de 6 mts. En las aguas del lago se puede realizar actividades tales como natación, velerismo, sky, motonáutica, pesca deportiva de pejerrey, buceo, complementados por caminatas y ciclismo. Es muy visitada por los amantes del windsurf de la zona. Tiene como afluentes al canal San Adolfo y al río Colorado, la abundante vegetación del lugar permite mitigar el calor en la época estival.</p> <p>La laguna está rodeada por un camino interno de aproximadamente 9 km. el cual permite contemplar el paisaje natural de montes y bañados y el urbano, que ofrece servicios de agua corriente, electricidad, atención sanitaria, servicio de vigilancia y local bailable. Además posee servicios de alojamiento, proveduría, baños y duchas públicas adaptados para discapacitados. En la playa se encuentran fogones, mesas, sombrillas y cuenta con cuatro muelles: dos en la zona de balneario, un tercero para pesca y el cuarto para náutica y canotaje.</p>	
<p>Uso actual: balneario</p>	
<p>Actividades: sol y playa, deportes náuticos, pesca, caminatas, observación de aves y fauna autóctonas.</p>	
<p>Observaciones: la laguna es de propiedad privada y durante la temporada alta se cobra una entrada por persona.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Competencia pedestre Lago Parque La Salada”</p>	
<p>Recurso: Acontecimientos programados</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: rural</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: Laguna La Salada</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Se realiza en el mes de Febrero convocando a más de 200 corredores de toda la región. El circuito está delimitado por el camino de tierra que rodea la laguna de 9 km. A la carrera se le suman caminatas familiares a fin de fomentar la participación de todas las edades. El evento reúne a más de dos mil personas entre participantes y observadores.</p>	
<p>Uso actual: acontecimiento programado</p>	
<p>Actividades: deportivas</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Triatlón La Salada”</p>	
<p>Recurso: Acontecimientos programados</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: rural</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: Laguna La Salada</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Se realiza en el mes de Noviembre desde el año 2011 organizado por la Dirección de deportes del Municipio de Villarino. Llegan competidores de Villarino y de la región. Consiste en la realización dos vueltas de kayak; tres vueltas de 8 km cada una en ciclismo y en pedestre una vuelta por el Lago Parque La Salada.</p>	
<p>Uso actual: acontecimiento programado</p>	
<p>Actividades: deportivas</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Manantial Termal Ceferino Namucurá”</p>	
<p>Recurso: Sitios naturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: rural</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: Ruta Nacional Nº 3, km. 809</p>	
<p>Accesibilidad: buena por camino asfaltado.</p>	
<p>Características: El surgente termal de Pedro Luro tiene su origen en una perforación realizada en el año 1941 por la Dirección de Minas y Geología. La perforación, con una profundidad de 968,5 metros arroja un caudal de 22.000 litros de agua por hora, a una temperatura de 70° C, lo que las califica como hipertermales. La salinidad del agua termal es 3,6 veces más elevada que la salinidad del mar y su concentración de bromo alcanza un valor de 224 gramos de bromuro por metro cúbico. Esta cualidad le confiere al agua excepcionales propiedades terapéuticas. La cantidad total de sales disueltas es de 124 kilogramos por metro cúbico, entre las que se han encontrado 21 elementos. Los minerales en mayor proporción son: cloro, azufre, bromo, yodo, nitrógeno, sodio, calcio, magnesio y hierro. Por su mineralización y termalidad, las aguas de Pedro Luro tienen numerosas aplicaciones terapéuticas entre ellas, aliviar afecciones cutáneas, neuroartrismo, obesidad, algunas eczemas, dermatitis, osteítis, heridas fistulizadas y afecciones reumáticas. Además ofrecen una oportunidad única para el descanso físico y mental, la relajación profunda y el bienestar.</p> <p>Se puede acceder a estos beneficios termales a través del hotel y spa termal que ofrecen piscinas, sauna y un pabellón de baños externos para tal fin.</p>	
<p>Uso actual: centro de salud</p>	
<p>Actividades: natación, masajes, fangoterapia, entre otros.</p>	
<p>Observaciones: el hotel es de propiedad municipal concesionado a un privado para su comercialización.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Vinoteca El Tonel”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: Calle 101 N° 1640</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: este establecimiento formaba parte de un conjunto de construcciones pertenecientes a la Distribuidora Aseistel Hnos., quienes decidieron fragmentar su empresa y vender la vinoteca. Inaugurada el 23 de Diciembre del año 2002, este negocio fue adquirido por la familia Shulz el 7 de Octubre del 2011. Consiste en un pequeño pero vistoso local que directamente desde las bodegas y en menor medida de distribuidoras, ofrece una amplia variedad de bebidas al público en general. Abierto todo el año cuenta con vinos tintos, blancos, dulces, espumantes, licores, whiskies, champagne, cervezas y una amplia línea de gaseosas. Además se encuentran otros productos como aceite de oliva, aceto y chocolates de Bariloche. También provee de cristalería y regalería relacionada al a enocultura.</p>	
<p>Uso actual: comercio</p>	
<p>Actividades: venta de bebidas</p>	
<p>Observaciones: se ha incluido este establecimiento como recurso debido a su diseño arquitectónico y por la presentación de los productos en su interior, totalmente única respecto al resto de los comercios de la localidad.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Encuentro Nacional de artesanos”</p>	
<p>Recurso: Acontecimientos programados</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: galpón del predio ferroviario, entre las calles 1 y 15, 16 y 22</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: La casa de la Cultura de Pedro Luro y la Municipalidad de Villarino organizan cada año el Encuentro Nacional de Artesanos y Manualistas. Se realiza entre los meses de Noviembre y Diciembre y suele asociarse al aniversario de la ciudad. El encuentro tiene una buena convocatoria de artesanos de la localidad como de la región. Se presentan diversos espectáculos y patio de comidas.</p>	
<p>Uso actual: acontecimiento programado</p>	
<p>Actividades: venta de productos artesanales y esparcimiento</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Complejo Fortín Mercedes”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: Rural</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: A 2 km. de la localidad de Pedro Luro, sobre el margen del río Colorado.</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Se accede por la Ruta nacional N° 3, Km 808 y desde allí, 2 km. de camino pavimentado.</p>	
<p>Características: Juan Manuel de Rosas, fundó el Fortín Colorado, en la lucha contra los indios, el 12 de Mayo de 1833, como consecuencia de una inundación, en 1858 decide trasladarlo a la actual ubicación de Fortín Mercedes. Con la Campaña al Desierto llevada a cabo por el Gral. Julio A. Roca, se termina con los malones destructores, es por ello que a partir de 1883 comienza el asentamiento de pobladores alrededor del Fortín Mercedes, llegando también los misioneros salesianos con el objetivo de educar y evangelizar. El Complejo salesiano, se remonta al establecimiento de una primera misión salesiana, levantada junto al fortín militar en 1895. En el predio se encuentran servicios de restaurante, cafetería, santería y camping con parrillas a orillas del río Colorado.</p>	
<p>Uso actual: Turismo histórico-cultural, recreación</p>	
<p>Actividades: Visitas guiadas, actividades recreativas, educativas y de esparcimiento.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Réplica Fortín Mercedes”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: Rural</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: Dentro del Complejo Fortín Mercedes</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: Fue reconstruido en 1966, con asistencia de personal del Ejército Argentino, ofreciendo el aspecto que tenía en 1873; tiene una empalizada circular de troncos y, dentro del perímetro, el rancho de la tropa, el de la comandancia y la capilla. El general Roca pasó por el lugar en 1879 y participó de la primera misa realizada a orillas del río Colorado durante la Campaña del Desierto.</p>	
<p>Uso actual: Turismo histórico-cultural</p>	
<p>Actividades: En su interior se puede observar las barracas de madera, los muñecos de cera y los objetos que recrean el ambiente en esa época.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Santuario María Auxiliadora”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: rural</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: Dentro del Complejo Fortín Mercedes</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Acceso por ruta Nacional N° 3, Km. 808 y desde allí, 2 Km. de camino pavimentado.</p>	
<p>Características: La construcción, de notables líneas arquitectónicas y de estilo románico, fue inaugurada en 1920. Tiene un frente simétrico con puerta central donde se destaca una escultura de la Virgen, en su parte superior. Es el edificio emblema de Fortín Mercedes. En interior presenta una nave central y dos laterales con techo bóveda de cañón, profusamente decorado. En los laterales, hay Altares secundarios unidos en galería. El Altar Mayor, de puro estilo romano, descansa sobre un hermoso capitel sostenido por dos columnas; en el centro, entre los mármoles rojos, se venera el cuadro de María Auxiliadora, declarada Patrona del Agro Argentino, en 1949. A la derecha e izquierda del presbiterio otros dos grandes cuadros en tela, realizados por el pintor italiano Carlos Thermignon cubren gran parte de los muros. El primero presenta el paisaje idealizado de Fortín Mercedes con San Juan Bosco, en actitud evangelizadora, como figura central. Al lado, con Monseñor Cagliero, el lirio de la Patagonia Ceferino Namuncurá, hijo de indígenas convertido al mundo de la fe. A la izquierda el otro cuadro simboliza el momento en que el fundador de la Orden imparte la devota consigna de la misión salesiana en la Patagonia. A la izquierda de la entrada, se ubican el “Altar de Ceferino”, donde se conserva una reliquia del mismo y, la “Sala de Encuentro con Ceferino Namuncurá”, con detalles sobre su vida y un vitraux moderno con su imagen. Fue, precisamente, San Juan Bosco quien más propagó la devoción de María Auxiliadora entre los salesianos, y a través de éstos, en todo el mundo. El 24 de mayo de 1879, día de su recordación, llegaron a las márgenes del río Negro los primeros salesianos, acompañando la expedición al Desierto e inaugurando la epopeya evangelizadora salesiana en la Patagonia. Todos los 24 de mayo, se concentran gran cantidad de devotos y peregrinos.</p>	
<p>Uso actual: Histórico, cultural, religioso</p>	
<p>Actividades: religiosas</p>	
<p>Observaciones: dentro de la iglesia se encuentran los nichos con los restos de los primeros sacerdotes que llegaron al Fortín. Además, existe un altar lateral con un nicho adicional donde se guardan los sagrados restos del mártir San Victorio, hallados en las catacumbas de Roma en el siglo XI, y que en 1914 fueron entregados por el Papa Pío X a las misiones salesianas de la Argentina.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Ceferino Namuncurá”</p>	
<p>Recurso: Folklore</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización:</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación:</p>	
<p>Accesibilidad:</p>	
<p>Características: El primer argentino declarado Venerable en la historia de la Iglesia Católica. Nació en Chimpay, Provincia de Río Negro, el 26 de agosto de 1886 y fue bautizado dos años más tarde por el apóstol de los indios, el misionero salesiano Padre Domingo Milanés. Hijo del célebre cacique araucano Manuel Namuncurá, el "Rey de las Pampas" como le llamaban los indígenas. Ceferino Namuncurá, a los 11 años le pidió a su padre que lo llevara a Buenos Aires para estudiar, para ser más útil a su pueblo. Gracias a las gestiones de Monseñor Cagliero, fue aceptado en el colegio salesiano Pío IX, en la Ciudad de Buenos Aires. Estudioso del catecismo anhelaba convertirse en misionero de sus paisanos confinados en la cordillera. Por cuestiones de salud, se trasladó a Viedma, donde continuó sus estudios y alumbró con sus virtudes. En 1904 fue conducido a Turín y a Roma por Mons. Cagliero, Obispo de la Patagonia, para continuar con sus estudios. Como consecuencia de su enfermedad, Ceferino Namuncurá muere el 11 de mayo de 1905. Sus restos fueron repatriados en 1924 y se pusieron en Fortín Mercedes, en el Santuario de María Auxiliadora, al cuidado de la Congregación Salesiana para que no se entorpeciera la causa de Beatificación. El 12 de agosto de 2009 se trasladaron definitivamente a su hogar, a la Comunidad Mapuche a la que pertenece, en San Ignacio, a 60 kilómetros de Junín de los Andes, en la Provincia de Neuquén. La Iglesia declaró en 1972 a Ceferino Namuncurá como Venerable, es decir, reconoció que practicó todas las virtudes cristianas en grado heroico, según decreto aprobado por el Papa Paulo VI el 22 de junio de ese año. El 11 de Noviembre de 2007 se declaró su Beatificación.</p>	
<p>Observaciones: sus restos descansaron por 85 años en el Santuario María Auxiliadora de Fortín Mercedes y en el año 2009 fueron trasladados a San Ignacio, Neuquén, la tierra de sus ancestros mapuches. Si bien una de sus vértebras aún se conserva en un relicario del santuario, esta ausencia ha sido la causante de que los últimos años decrecieran las visitas al mismo. Más allá de los cambios mencionados, todos los 26 de agosto se realiza su fiesta litúrgica en Fortín Mercedes.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Museo regional y misionero Padre Vecchi”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: Rural</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: Dentro del Complejo Fortín Mercedes</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena. Acceso por ruta Nacional N° 3, Km. 808 y desde allí, 2 Km. de camino pavimentado.</p>	
<p>Características: Fundado en 1925 y reinaugurado en el 2000, tiene como objetivo hacer conocer la región y fundamentalmente la obra de los salesianos. El edificio abarca 1036 m² cubiertos y es uno de los más modernos y completos de la Patagonia. Se caracteriza por la calidad e importancia de piezas botánicas, zoológicas y mineralógicas, además de numerosos testimonios históricos relacionados con la vida de los Salesianos en la Patagonia. También hay un sector dedicado a las culturas de las comunidades indígenas -tehuelches y araucanas- que habitaron Fortín Mercedes, antes de la Conquista del Desierto.</p>	
<p>Uso actual: Histórico, cultural y educativo</p>	
<p>Actividades: Visitas guiadas</p>	
<p>Observaciones: en su interior pueden adquirirse videos y material de lectura conteniendo toda la información expuesta en el museo. A modo de colaboración se cobra una módica entrada.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Plaza central Ing. Pablo González”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación:</p>	
<p>Accesibilidad: Muy buena.</p>	
<p>Características:</p>	
<p>Uso actual:</p>	
<p>Actividades:</p>	
<p>Observaciones:</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Río Colorado”</p>	
<p>Recurso: Sitios naturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: Rural</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: A 2 kilómetros de la planta urbana de Pedro Luro</p>	
<p>Accesibilidad: buena, se accede a sus márgenes a través del complejo Fortín Mercedes.</p>	
<p>Características: Nace de la unión de los ríos Grande y Barrancas, zona cordillerana, en el sur de la provincia de Mendoza y desemboca en el Océano Atlántico, después de recorrer más de 900 kilómetros. Sobre el río se emplaza un camping, muy arbolado con mesas, fogones y demás servicios.</p>	
<p>Uso actual: En la zona de Pedro Luro y Fortín Mercedes, las aguas del río, se utilizan para riego en la práctica de la agricultura, también como recurso para el ganado y, a través de plantas potabilizadoras, para el consumo doméstico. En época estival se utiliza como balneario</p>	
<p>Actividades: sol y playa, recreativas y de esparcimiento</p>	
<p>Observaciones: durante el verano la cota del río baja considerablemente, quedando parte de su lecho al descubierto y dando lugar a una extensa playa de arena que es aprovechada por los visitantes para el asoleo y el descanso.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Paseo La Chimenea”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: Urbana</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: entre las calles 19 y 21, 16 y 22.</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: En este lugar existió la primera fábrica de extracto de tomates del partido de Villarino en lo que hoy es el barrio 11 de septiembre de Pedro Luro. Cerrada definitivamente en el año 1965 y ante el gradual deterioro del edificio, de común acuerdo propietario y municipio decidieron su demolición, dejando en pie únicamente la chimenea, fiel testigo de una etapa importante en el desarrollo de la zona. El Grupo Ceferiniano de Pedro Luro, inauguró un monumento a Ceferino Namuncurá el 26 de agosto del año 2000, el día de su natalicio. El paseo histórico La Chimenea fue inaugurado el 20 de noviembre de 2000, aniversario de la localidad de Pedro Luro.</p>	
<p>Uso actual: Recreativo, paseo histórico</p>	
<p>Actividades: esparcimiento</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Fiesta de María Auxiliadora”</p>	
<p>Recurso: Acontecimientos programados</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: Complejo Fortín Mercedes</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: el 24 de mayo se celebra la fiesta de María Auxiliadora en todo el mundo. Dada la presencia de la patrona del agro en el santuario de Fortín Mercedes, para esta fecha se reúnen fieles en toda la región y realizan una procesión desde Pedro Luro hasta allí. Se realizan misas, bendiciones y genera gran convocatoria.</p>	
<p>Uso actual: acontecimiento programado</p>	
<p>Actividades: religiosas</p>	
<p>Observaciones: debido a la época estival y el clima, no se trata de una fiesta multitudinaria, siendo más convocante la peregrinación de la virgen en el mes de noviembre.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Peregrinación al Santuario de María Auxiliadora”</p>	
<p>Recurso: Acontecimientos programados</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: Pedro Luro - Complejo Fortín Mercedes</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: el 27 de octubre de 1949, el gobierno argentino emite un decreto donde se declara a la virgen de María Auxiliadora como Patrona del Agro Argentino. Días después, el ministro de Agricultura y Ganadería desatacaría la imagen del Fortín Mercedes resolviendo por un decreto del Ministerio: “adóptese como imagen oficial de la Santísima Virgen en su advocación patrona del Agro Argentino la imagen de María Auxiliadora que San Juan Bosco, en 1884 hiciera pintar, bendijera y remitiera a las misiones salesianas de la Patagonia por medio del Cardenal Cagliero y que actualmente se venera en el santuario votivo de Fortín Mercedes. Una guarda de flores y frutos del campo dará marco a dicha imagen para identificarla como la santa protectora de los campos...”. Desde entonces, cada tercer domingo del mes de noviembre se realiza la peregrinación hacia el santuario, congregando a cientos de fieles que también celebran al Beato Ceferino Namuncurá. Las actividades de estas jornadas constan de misas, rezo del santo rosario, tañido de campanas y bendición de niños y familias. La caravana parte desde el templo parroquial de Pedro Luro, cruza la ruta y se adentra en el Complejo Fortín Mercedes.</p>	
<p>Uso actual: acontecimiento programado</p>	
<p>Actividades: religiosas</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Casa de la Cultura de Pedro Luro”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: esquina calles 7 y 16.</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: este edificio fue construido en 1913 por Don Ernesto Bortolotti para comercio y vivienda familiar. Fue donado por sus descendientes el 20 de noviembre de 2003 y restaurado para la comunidad en el 97° aniversario de la localidad. En su interior pueden encontrarse fotografía y elementos pertenecientes a los fundadores de la ciudad y otros personajes históricos locales. Además se brindan distintos cursos abiertos a toda la comunidad tales como dibujo, ajedrez, pintura, canto, etc.</p>	
<p>Uso actual: educativo y cultural</p>	
<p>Actividades: dictado de cursos y talleres para la comunidad</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Encuentro de coros”</p>	
<p>Recurso: Acontecimientos programados</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: rural</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: Parroquia San Pedro, esquina calles 5 y 30.</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: este encuentro congrega a diversos grupos de la región e interpretan sus melodías. El coro de Pedro Luro debió sortear varios inconvenientes para establecerse como institución permanente, pero su presentación formal se realizó en 1986 y desde entonces se ha mantenido hasta la actualidad.</p>	
<p>Uso actual: acontecimiento programado</p>	
<p>Actividades: canto y música</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Termas de Luro Hotel y Spa”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: Ruta Nacional N° 3, km. 809</p>	
<p>Accesibilidad: buena, por camino asfaltado.</p>	
<p>Características: Cuenta con 20 habitaciones con baño privado, TV led satelital, aire acondicionado, teléfono, servicio de mucama. Se puede pasar el día en las instalaciones, o bien hospedarse para relajarse y disfrutar de las aguas termales, el paisaje, la playa del río, con ingreso privado desde el Hotel; el parador Termal y también el mismo complejo Hotelero, con sus dependencias renovadas, Área de Spa y Bienestar, Masajes y restaurant con comidas caseras, y cerveza artesanal.</p>	
<p>Uso actual: Hotel y Spa</p>	
<p>Actividades: alojamiento, restauración, salud, descanso, esparcimiento.</p>	
<p>Observaciones: Actualmente se está renovando el sector de termas al aire libre.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Miel del Valle S.R.L”</p>	
<p>Recurso: Realizaciones técnicas</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: carretera</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: Ruta Nacional N° 3, km. 808,5</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: La actividad principal desarrollada es la elaboración de miel si bien se comercializa sus derivados, provistos por otras empresas. Se ofrecen productos tales como jalea real, polen, propóleo, mostaza de miel y otras elaboraciones como aceite de oliva y productos de la familia Bálint. Su producción anual ronda los 15000 kilos de miel anuales, de los cuales el 90% se destina al mercado externo (Alemania y USA). El 10% restante es para el comercio fraccionado, Bs As y Viedma. En el predio se encuentran la sala de extracción y almacenamiento, donde se explica el proceso productivo a los turistas, una oficina contigua para la atención al público y una pequeña cabaña externa donde se exponen los productos.</p>	
<p>Uso actual: fábrica y comercio</p>	
<p>Actividades: venta de miel, sus derivados y demás productos regionales.</p>	
<p>Observaciones: es una empresa bien posicionada y si bien no maneja contingentes de turista, recibe muchos visitantes debido a su posición estratégica sobre la Ruta Nacional N° 3, captando gran parte de los viajeros que se dirigen al sur del país, incluyendo un notable segmento de turismo internacional.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Parroquia San Pedro”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: entre calles 5 y 30, frente a la plaza principal</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: inaugurada en el año 2007, consiste en una construcción de 520 m, que tiene dos áreas bien definidas: una que abarca el atrio, el hall de ingreso, la biblioteca, la sacristía y los sanitarios. Este sector cuenta con dos plantas: la superior, consta con un balcón interior para la ubicación del coro, dos depósitos, el acceso al campanario e incluye la estructura que lo sostiene. La otra área es el templo propiamente dicho, un ambiente que está compuesto por tres naves longitudinales, en las cuales se ubican los bancos. En su cara posterior, y al centro, está ubicado el altar, en un nivel más elevado respecto al piso del templo. La iluminación natural es cenital, a través de mamparas dispuestas verticalmente en el techo y, de ventanas en las paredes laterales, lo que permite el ingreso de luz en forma indirecta. La cubierta es de chapa color, con cielorraso de madera visto. El proyecto del templo pertenece al Ingeniero bahiense Guillermo Torre. Fue elegido por su simpleza, modernidad y belleza. El campanario tiene una altura de 12 m, lo que convierte al edificio más alto de la localidad.</p>	
<p>Uso actual: iglesia</p>	
<p>Actividades: religiosas</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Estación de ferrocarril de Pedro Luro”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: entre calles 11 y 3, 16 y 22.</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: el edificio, que responde al estilo ferroviario típico de líneas inglesas, es una construcción sobria y funcional, con forma de cubo, techo a dos aguas de chapa, paredes de ladrillo a la vista, dinteles y zócalos revocados y una sola galería frontal con dos tres puertas sobre el andén. Incluía el tendido de una línea telegráfica, por lo que el correo y el ferrocarril estuvieron asociados, coordinando envíos y recepciones. Las cartas se enviaban y recibían a través del tren con vagones que contaban con buzones específicos para cargar las correspondencias. Existían además, corrales y mangas para cargar ganado, galpones de chapa para el pesado de las cargas y encomiendas. Este importante movimiento ferroviario perduró hasta que el transporte automotor se hizo más competitivo, alrededor de 1970. Con una ubicación estratégica entre Bahía Blanca y Patagones, la estación Pedro Luro formaba parte del importante ramal ferroviario que conectaba a Buenos Aires con la Patagonia. Los terrenos para su construcción habían sido donados por los hermanos Adolfo y Rufino Luro y en 1909 los planos fueron presentados y aprobados para que el ferrocarril pasara por la localidad. A lo largo de su historia, tres instituciones se involucraron con este ramal: el ferrocarril Central del Sud (FCS), el ferrocarril Buenos Aires al Pacífico (FCBAP) y el Estado Nacional. Es el 23 de agosto de 1912 cuando se inaugura (en carácter provisorio) el trayecto comprendido entre el km. 33, estación Ombucta y el km. 101, Pedro Luro, arribando a este último los días martes, jueves y sábados y regresando los días miércoles, viernes y domingos.</p>	
<p>Uso actual: En la actualidad, el ferrocarril se encuentra fuera de funcionamiento a excepción de ocasionales transportes de carga.</p>	
<p>Actividades:</p>	
<p>Observaciones: se está haciendo una puesta en valor de la antigua estación para instalar la nueva Escuela Municipal de Arte. Dado que el edificio se encontraba en desuso, se realizarán tareas de mantenimiento y puesta en valor del lugar tales como el pintado de los muros interiores y exteriores, cielorrasos y aberturas. En cuanto a refacciones, se agregará un sanitario y se redistribuyeron de manera más eficiente los espacios existentes.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p style="text-align: center;">“Vestigios históricos del ferrocarril”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: entre calles 1 y 15, 16 y 22.</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: frente a la estación de ferrocarril de Pedro Luro se halla parte del patrimonio ferroviario empleado por los operarios en las mejores épocas del mismo. Diseminados por el predio y acompañados de referencias históricas, pueden encontrarse un corral y embarcadero originales para la carga de hacienda, la balanza que pesaba cargas y, sumado a ellos, el primer motor generador de electricidad de Pedro Luro instalado en 1946. Allí también, aunque sin ningún tipo de referencia, puede observarse los galpones de depósitos y cargas generales, ambos de chapa de cinc con columnas y cabreadas de pinotea en perfecto estado, junto a un gran tanque negro de chapa y columnas de hierro empleado antiguamente para el consumo humano y abastecimiento de las locomotoras a vapor.</p> <p>En este predio se construyó un anfiteatro que posee un domo metálico como parte del proyecto de convertir este predio en un parque lineal. El lugar se utiliza para que los artistas brinden sus espectáculos. Además se reacondicionó el galpón para brindar allí talleres culturales. Se prevé que en las próximas etapas se instale, con la colaboración de CORFO, un sistema de riego por gravedad, mediante nivelación de terreno, acequias y un lago artificial. También, se colocarán luminarias LED con sistema de energía solar, con la ayuda de la Cooperativa Eléctrica de Pedro Luro, y A.E.R.A. mejorará todos los espacios verdes con sectores recreativos y de encuentro.</p>	
<p>Uso actual: espacio recreativo</p>	
<p>Actividades: esparcimiento</p>	
<p>Observaciones: cada año se realiza allí, el encuentro Nacional de Artesanos</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Establecimiento Los Duendes, productos artesanales Bálint”</p>	
<p>Recurso: Realizaciones técnicas</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: carretera</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: Ruta Nacional N° 3, km. 808,5 y desde allí 1 km. por camino de tierra en buen estado, tranquera color blanca.</p>	
<p>Accesibilidad: muy buena.</p>	
<p>Características: es una chacra dedicada al cultivo de distintas variedades de fruta fina, como frambuesas, zarzamoras y boysenberries. La producción está a cargo de sus dueños, Ricardo y Dora Bálint, que gustosos lo invitarán a recorrer la plantación, probar frutas en temporada de cosecha, y conocer la pequeña fábrica artesanal donde ellos mismos elaboran todos sus productos. Somos una pequeña empresa familiar, cuyas actividades comienzan en 1994, con la implantación de los primeros plantines de frambuesa y boysenberry. Con el correr de los años el área ocupada se convirtió en casi tres hectáreas, ampliando la variedad con blackberry, guindas, damascos, ciruelas y otros frutos. Además se da el aprovechamiento de un monte de membrillos preexistente en la chacra y los lotes de frutas aportados por las chacras vecinas, como duraznos, higos y manzanas. En 2006 se inauguró la sala de elaboración y un pequeño salón de ventas al público, que conectados a través de una ventana, permiten al visitante observar los procesos artesanales de elaboración.</p>	
<p>Uso actual: vivienda, fábrica y comercio</p>	
<p>Actividades: venta de productos artesanales. Anunciando con anticipación, se realizan visitas guiadas por el emprendimiento.</p>	
<p>Observaciones: el terreno donde se encuentra el establecimiento posee dos construcciones adicionales utilizadas como vivienda. La falta de cartelera adecuada hace que no se identifique cuál de ellas es la dedicada a la venta de productos. Otro punto a considerar es el camino de tierra que sirve de acceso a la chacra. Si bien se halla en buen estado, es una vía de acceso compartida por los establecimientos rurales que se encuentran en el mismo sector, por lo que es conveniente circular con precaución ante el movimiento ocasional de vehículos de gran porte.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Chacra El Pehuenche”</p>	
<p>Recurso: Realizaciones técnicas</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: rural</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación: Ruta Nacional N° 3, km. 803 y desde allí 2 km. por camino de tierra en buen estado, segunda tranquera.</p>	
<p>Accesibilidad: buena.</p>	
<p>Características: es un establecimiento rural familiar que cuenta con un criadero de cerdos, la cual consiste en su principal actividad. Cuenta aproximadamente con 50 madres y a ello se le suma la producción propia del alimento, agricultura intensiva y extensiva, apicultura y la presencia de caballos criollos. A su vez, ofrecen un salón especialmente equipado para reuniones y eventos, los corrales son prolijos y diseñados para los cerdos, fogón y horno de barro, una pequeña construcción para el almacenamiento de alimentos y maquinarias de producción, sectores arbolados y una importante extensión de terreno llano. Además, proyectan transformar el emprendimiento posicionándose como una chacra educativa, en la cual entidades educativas puedan desempeñar distintas actividades junto a sus alumnos, paseo rural con servicio de comidas de campo, elaboración de chacinados propios y cabalgatas.</p>	
<p>Uso actual: criadero de cerdos, venta de huevos, pollos, miel, quesos artesanales</p>	
<p>Actividades: agroindustrial, dictado de talleres, visitas educativas</p>	
<p>Observaciones: el acceso desde la ruta no se encuentra con facilidad, falta de cartelería adecuada.</p>	

<p>Nombre del recurso:</p> <p>“Fortín Club Pedro Luro”</p>	
<p>Recurso: Manifestaciones culturales</p>	<p>Partido: Villarino</p>
<p>Localización: urbana</p>	<p>Localidad: Pedro Luro</p>
<p>Ubicación:</p>	
<p>Accesibilidad: Muy buena.</p>	
<p>Características: se fundó el 1 de febrero de 1930, y su primer presidente fue Benigno Gómez, por entonces jefe de la estación de ferrocarril de Pedro Luro. Sin embargo, la institución adquirió personería jurídica recién el 6 de junio de 1938. La entidad nació con el objetivo esencial de fomentar el desarrollo de ejercicios físicos en general --en particular del fútbol--, y la contención social de los jóvenes; y en 1933 se construyó lo que hoy es la sede social. Desde siempre, el club tuvo un muy buen equipo de fútbol, que competía con otros de la zona. Los partidos se realizaban los domingos, y terminaban en bailes que se realizaban en la sede central. Así fue como en 1939, se coronó por primera vez campeón. Con el paso de los años, la institución fue creciendo y se realizaron obras y mejoras, como la construcción del complejo polideportivo, que se inauguró en febrero de 1980, en coincidencia con las bodas de oro de la entidad. En la actualidad, la institución cuenta con una sede social, un salón de fiestas, una cancha de pelota-paleta, una cancha de bochas, un quincho de reuniones, un complejo polideportivo de 30 mil metros cuadrados en el cual se hallan las canchas de fútbol oficial y auxiliar, un salón multiuso, una cancha de básquetbol descubierta, canchas de tenis y la pileta de natación. El complejo lleva el nombre de un incansable colaborador de la institución, Argentino "Cacho" Blas Ciccone.</p> <p>La institución cuenta con una masa societaria de 1200 personas, de los cuales aproximadamente 600 niños y jóvenes practican las distintas disciplinas deportivas y culturales, siendo una Institución de clara contención y formación de la juventud lurense.</p>	
<p>Actividades: Deportivas, recreativas</p>	

ANEXO III: Modelos de entrevistas aplicadas en Bahía Blanca, Médanos y Pedro Luro

Entrevista a la Directora de Turismo, Sra. Julia Arocena y al Subsecretario de Desarrollo Económico Sr. Paulo Garat

1. ¿Cuál es su opinión sobre la actividad turística en Bahía Blanca?
2. ¿Qué modalidades turísticas se promocionan actualmente desde el área de turismo local?
3. ¿Conoce de la existencia en Bahía Blanca de un sistema hidrotermal profundo extenso que posee agua potable, surgente, a una temperatura media de entre 55°C y 60°C, el cual podría ser utilizado con fines turísticos-recreativos?
¿Qué información posee al respecto?
4. ¿Conoce que desde el IIESS – UNS – CONICET se está trabajando en la potencialidad del recurso termal para convertirse en atractivo turístico?
5. ¿Considera interesante el desarrollo y la conversión del recurso termal en atractivo turístico? ¿Por qué?
6. ¿Cree que el desarrollo del recurso termal para la actividad turístico-recreativa podría traer importantes beneficios a la ciudad? ¿Cuáles?
7. ¿El Municipio se ha planteado el objetivo de fomentar el uso turístico-recreativo del recurso termal bahiense?
8. ¿Se está impulsando desde el gobierno local algún proyecto turístico vinculado al aprovechamiento del recurso termal?
9. ¿Cuáles son las principales dificultades que observa para concretar el desarrollo y la promoción turística del recurso termal en la ciudad de Bahía Blanca?
10. ¿Desde el Municipio estarían dispuestos a brindar apoyo para el desarrollo de alguna propuesta en relación a la creación de un centro termal en la localidad de Bahía Blanca?

Entrevista al Director de Turismo, Sr. Marcos Kunich

1. ¿Cómo se encuentra posicionado el termalismo como actividad turística en el partido de Villarino?
2. ¿Se trabaja desde el municipio conjuntamente con los establecimientos termales existentes tanto en la localidad de Médanos como en Pedro Luro? ¿De qué manera?
3. ¿Desde el municipio se promociona la actividad termal? ¿A través de que soportes? ¿Se realiza algún tipo de promoción y comercialización del producto termal en conjunto con la provincia y/o nación?
4. ¿Confeccionan estadísticas respecto a la actividad turística y específicamente la relacionada al termalismo? Si - No
¿Por qué no?
5. ¿Se observa una evolución respecto del volumen de visitas año tras año las localidades mencionadas? ¿Conocen los motivos?

6. ¿Cuál es su opinión respecto la posible conformación de una ruta turística termal del Sudoeste Bonaerense que incluya a las localidades de Médanos, Pedro Luro y Bahía Blanca? ¿Lo considera una iniciativa viable?
7. ¿Considera que desde el municipio de Villarino se apoyaría esta iniciativa?
8. ¿Piensa que la misma beneficiaría la actividad turística de la región? ¿Por qué? ¿De qué manera?
9. ¿Cuáles son los atractivos turísticos más relevantes, además del termal, con los que cuentan las localidades de Médanos y Pedro Luro?

Entrevista al responsable del Complejo Termas de Médanos, Sr. Jorge Simoni

1. Información sobre el Complejo
 - ¿Cómo surge el proyecto de instalar el Complejo termal?
 - Año:
 - ¿Es una iniciativa pública, privada o mixta?
 - ¿Cuales son las instalaciones con las que cuenta el complejo?
 - ¿Qué servicios se brindan?
 - ¿Qué propiedades posee el agua?
 - ¿Llevan registros estadísticos respecto a: caracterización de los visitantes (edad, sexo, motivos de la visita, servicios demandados, gasto promedio diario por persona) y satisfacción?
 - ¿Observan una evolución respecto a la cantidad de visitantes que reciben año a año?
 - ¿Existe una estacionalidad marcada respecto a la demanda?
 - ¿Como realizan la promoción y comercialización del Complejo?
2. ¿Desde el municipio se promociona la actividad termal? ¿A través de que soportes?
3. ¿Se trabaja o se ha trabajado conjuntamente con el establecimiento termal existente en Pedro Luro para promocionar el producto termal?
4. ¿Cuál es su opinión respecto la posible conformación de una ruta turística termal del Sudoeste Bonaerense que incluya a las localidades de Médanos, Pedro Luro y Bahía Blanca? ¿Lo considera una iniciativa viable?
5. ¿Considera que desde el municipio de Villarino se apoyaría esta iniciativa?
6. ¿Piensa que la misma beneficiaría la actividad turística de la región? ¿Por qué? ¿De qué manera?

Entrevista al responsable del Hotel y Spa Termas de Luro, Sr. Lucio Serrón

1. Información sobre el Hotel

- ¿Cómo surge el proyecto de licitar la concesión del Hotel?
- Año:
- ¿Es una iniciativa pública, privada o mixta?
- ¿Cuáles son las mejoras que se realizaron?
- ¿Cuales son las instalaciones con las que cuenta el Hotel en la actualidad?
- ¿Qué servicios se brindan?
- ¿Cuáles son los trabajos que aún quedan pendientes?
- ¿Qué propiedades posee el agua?
- ¿Llevan registros estadísticos respecto a: caracterización de los visitantes (edad, sexo, motivos de la visita, servicios demandados, gasto promedio diario por persona) y satisfacción?
- ¿Observan una evolución respecto a la cantidad de visitantes que reciben año a año?
- ¿Existe una estacionalidad marcada respecto a la demanda?
- ¿Como realizan la promoción y comercialización del Hotel?

2. ¿Desde el municipio se promociona la actividad termal? ¿A través de que soportes?

3. ¿Se trabaja o se ha trabajado conjuntamente con el establecimiento termal existente en Médanos para promocionar el producto termal?

4. ¿Cuál es su opinión respecto la posible conformación de una ruta turística termal del Sudoeste Bonaerense que incluya a las localidades de Médanos, Pedro Luro y Bahía Blanca? ¿Lo considera una iniciativa viable?

5. ¿Considera que desde el municipio de Villarino se apoyaría esta iniciativa?

6. ¿Piensa que la misma beneficiaría la actividad turística de la región? ¿Por qué? ¿De qué manera?