

Propuesta de una ruta turística termal en el sudoeste bonaerense (Argentina)

Proposal of a thermal tourist route in the southwest of Buenos Aires (Argentina)

Daniela Melisa Gambarota

Doctora en Geografía. Becaria Posdoctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas CONICET. Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS). Universidad Nacional del Sur. San Andrés 800, Altos de Palihue, (8000) Bahía Blanca, Buenos Aires, Argentina, dgambarota@iies-conicet.gob.ar, OCID <https://orcid.org/0000-0001-6927-7938>

Recibido: 12 de agosto 2021 || Aprobado: 19 de octubre 2021

Resumen

El turismo es reconocido como impulsor del desarrollo en un territorio, por lo que surge la posibilidad de revalorizarlo e incorporarlo entre sus actividades. El sudoeste bonaerense posee recursos que posibilitarían la realización de una ruta turística termal, por lo que el objetivo del estudio consiste en diseñar la mencionada ruta como instrumento de valorización local y regional vinculando a Pedro Luro, Médanos y Bahía Blanca. Metodológicamente se realizó una revisión bibliográfica sobre rutas turísticas, trabajos de campo en cada nodo, entrevistas a los responsables de los centros termales y a las autoridades del municipio de Villarino, la conformación y diagramación de la ruta y se aplicó una metodología de evaluación. Los resultados obtenidos reflejan que la creación de una ruta posibilitaría alcanzar un mayor desarrollo socioeconómico a partir de la valoración integral del territorio y de su patrimonio.

Palabras clave: Sudoeste bonaerense; Recursos turísticos; Ruta turística; Termalismo

Abstract

Tourism is recognized as a driver of development in a territory, so the possibility arises to revalue it and incorporate it among its activities. The southwest of Buenos Aires has resources that would make possible the realization of a thermal tourist route, so the objective of the study is to design the route mentioned above as an instrument of local and regional valorization linking Pedro Luro, Médanos and Bahía Blanca. Methodologically, a bibliographic review was carried out on tourist routes; fieldwork on each node; interviews with the managers of the thermal centres and the authorities of the municipality of Villarino; the formation and layout of the route and an evaluation methodology was applied. The results show that creating a route would make it possible to achieve more significant socio-economic development based on the comprehensive valuation of the territory and its heritage.

Keywords: Southwest of Buenos Aires; Tourist resources; Tourist route; Thermalism

Cita sugerida: Gambarota, D. M. (2022). Propuesta de una ruta turística termal en el sudoeste bonaerense (Argentina). *Estudios Socioterritoriales. Revista de Geografía*, (31), 112. <https://doi.org/10.37838/unicen/est.31-208>



Este trabajo está bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

INTRODUCCIÓN

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 de estudio existen recursos tanto actuales como potenciales que posibilitan plantear la realización de una ruta turística termal en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires. El objetivo general de la investigación consiste en diseñar una ruta turística 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 (Gambarota, 2012; Gambarota y Leonardi, 2016).

Los resultados obtenidos revelan 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.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

En una primera instancia se realizó una revisión bibliográfica respecto al concepto de rutas turísticas, aspecto central de la investigación. Asimismo, se realizaron relevamientos y trabajos de campo en cada nodo que integraría la ruta termal (ciudades de Bahía Blanca, Pedro Luro y Médanos) con el fin de caracterizar el área de estudio, conformar un inventario de los recursos turísticos actuales y potenciales, analizar los componentes de la oferta y demanda turística y realizar entrevistas a los responsables o propietarios de los respectivos centros termales que posee cada localidad, así como a las autoridades municipales del distrito de Villarino. Finalmente, se procedió a la realización de la conformación y diagramación de la ruta turística termal del sudoeste bonaerense y se aplicó una metodología de evaluación. Ambos aspectos se desarrollan con mayor detalle a continuación.

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 (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 y el apoyo de grupos de interés, siendo indispensable generar un ámbito de participación social que incluya a la población local, donde se consideren sus intereses, para evitar la implantación de proyectos que no cuentan con su aprobación.

Siguiendo a Navalón-García (2014), la puesta en valor turístico-recreativa de las rutas, requiere cumplimentar una serie de etapas, las que se detallan en la tabla 1.

Etapas	
1. Análisis de las bases territoriales	<ul style="list-style-type: none"> - Existencia de recursos, accesibilidad, infraestructura y servicios - Análisis de vías de acceso, alojamiento y restauración - Promoción: vía web, puntos de información y material gráfico e informático
2. Definición de los objetivos	Objetivo concreto, que plantee el beneficio que ofrece a los potenciales usuarios y definición del público objetivo
3. Organización del producto	<ul style="list-style-type: none"> - Inventario y jerarquización de recursos - Definición de la estructura de servicios y diseño del producto - Comunicación y comercialización - Prestación de servicios y gestión

Tabla 1. Etapas de la puesta en valor de las rutas turísticas
Fuente: elaboración personal sobre la base de Navalón-García (2014)

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, así como lo autoevaluado como actores de la misma.

EL MÉTODO ADOPTADO PARA LA EVALUACIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA

La evaluación de la ruta desarrollada en el presente trabajo se basó en la metodología establecida por Desarrollo Turístico Sostenible Consultores Ltda (DTS Consultores Ltda., 2017), que con el fin de evaluar la ruta propuesta y poder establecer sus posibilidades de materialización, plantea una 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 subindicador puede ser medido de acuerdo a seis categorías valorizadas de 5 a 0 (tabla 2).

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

Tabla 2. Calificaciones propuestas para cada sub indicador
Fuente: elaboración personal sobre la base de 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 subindicador, para asignar el puntaje correspondiente. Cada indicador obtiene un puntaje equivalente a la suma de sus su-

indicadores, y todos ellos determinan el puntaje que alcanza la ruta en este proceso de evaluación. En la tabla 3 se presenta una síntesis de los indicadores y subindicadores utilizados por DTS Consultores Ltda. (2007) para evaluar la ruta, considerando la mencionada matriz. Los valores obtenidos para cada uno resultan del análisis realizado a través del trabajo de campo efectuado en cada localidad y, si bien se trata de una propuesta de implementación, se evalúan las condiciones actuales de cada nodo.

La tabla 4 expone la jerarquía que puede llegar a tener la ruta según los diferentes puntajes establecidos por los consultores para evaluarla.

Indicadores	Subindicadores	Calificaciones
I- Evaluación de competitividad	1. Singularidad 2. Jerarquía 3. Concentración de atractivos 4. Interpretación turística	
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	Muy Buena Buena
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	Regular Deficiente Muy Deficiente
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	

Tabla 3. Indicadores y sub indicadores utilizados para evaluar la ruta
Fuente: elaboración personal sobre la base de DTS Consultores Ltda (2007)

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)	Solo es capaz de captar demanda desde el mercado local

Tabla 4. Puntajes y jerarquía de la ruta
Fuente: DTS Consultores LTDA (2007)

Cabe aclarar que, si bien existen diversas metodologías para la creación y evaluación de rutas turísticas, las utilizadas en el presente trabajo fueron seleccionadas teniendo en cuenta que reúnen aspectos representativos de la mayoría de los métodos y su factibilidad de aplicación al caso de estudio analizado.

MARCO CONCEPTUAL

RUTAS TURÍSTICAS

Actualmente, una de las formas 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, entre otros; 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 la caracteriza 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. En palabras de Nélida Chan (1994, p. 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.

La implementación con éxito de una ruta debe tener en cuenta 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, el *marketing* y su promoción.

Morales (citado en Rodríguez, 2010), plantea que las rutas turísticas dependen principalmente de los recursos 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 y eventos ajenos a su cotidianidad. Se definen 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 y Jesús, 2011, p. 919)

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 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 productos y para agregar valor a los ya existentes; lo cual tiene efectos tanto en la demanda (impactar positivamente en la experiencia de los visitantes, incrementando las estancias y el gasto; generar un arrastre que permita atraer nuevos segmentos de mercados y a aquellos que se vean motivados por un interés especial) como en la oferta (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.

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

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 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, como podrían ser manifestaciones culturales, testimonios arqueológicos o históricos, patrimonio artístico, industrial o espacios naturales. Torres Bernier (2006) indica que, dentro de este grupo, y en función del uso que hace el turismo, pueden ser consideradas como recurso (significado histórico y existen en la cultura), destino (recorridos a través de referencias históricas y material de difusión en torno a los mismos) y producto (cuando son ofertadas por operadores y organizadas en circuitos o excursiones), según la posición que ocupen en la cadena de producción turística.

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.

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, por lo que según su contenido, se pueden identificar los siguientes elementos genéricos sobre los que se desarrollan las rutas turísticas según lo manifiesta Torres Bernier (2006, p. 87) “históricas, artísticas y monumentales; folklóricas y artesanales; de memoria, recreación e interpretación histórica; de eventos culturales y religiosas”.

Sumado a lo mencionado en párrafos anteriores, se debe considerar que la actividad turística se encuentra en constante cambio al igual que los gustos y preferencias de los viajeros, por lo tanto, los destinos deben ser creativos e innovadores en los productos turísticos diseñados, desarrollados y comercializados. 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. En este contexto surge la necesidad de considerar brindar a los turistas y visitantes experiencias que se adapten a sus motivaciones.

Al respecto Cestari et al. (2008) enfatiza que se buscan experiencias únicas, significativas y memorables generalmente asociadas con la cultura del destino que le permiten compartir conocimientos adquiridos sobre el lugar visitado y utilizar esta experiencia como factor de *status*. En este caso particular asociadas a la cultura termal, al *relax*, el disfrute, el cuidado de la salud y a una vivencia alejada de la vida cotidiana.

Por otra parte, Pácurar et al. (2021) sostienen que es fundamental que el turismo participe activamente en el desarrollo sostenible y coopere con las demás industrias para preservar la calidad de los recursos esenciales para la actividad turística, por lo que constituye una necesidad la gestión de los destinos turísticos basada en sus principios a fin de prevenir o reducir la sobrecarga turística y sus efectos negativos.

RESULTADOS

CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

Bahía Blanca es una ciudad intermedia que se encuentra emplazada a los 38° 44' Latitud Sur y 62° 16' Longitud Oeste sobre la costa del océano Atlántico (figura 1).

Según el último censo realizado, cuenta con 301.501 habitantes (INDEC, 2010). Turísticamente está posicionada como un centro de paso y de distribución turística hacia destinos cercanos, si bien actualmente se está ubicando como sede de congresos y convenciones. Es una de las ciudades más importantes del sur de la provincia de Buenos Aires 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.

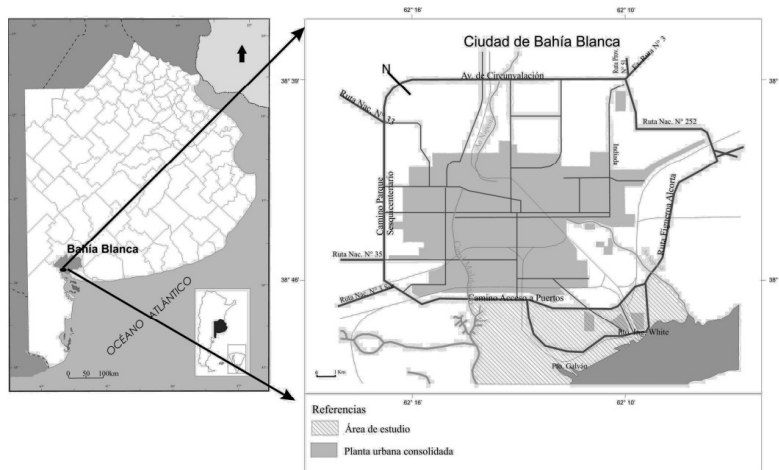


Figura 1. Localización de la ciudad de Bahía Blanca
Fuente: Ramborger y Lorda (2010)

El recurso termal aún no es aprovechado turísticamente, aunque se han realizado propuestas para tal fin (Gambarota, 2012; Gambarota y Leonardi, 2016). Sería de vital importancia convertir en atractivo el recurso termal, para que mayor cantidad de visitantes lleguen a dicha localidad y que no sea solo en calidad de paso. 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 del 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.

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. Se estima que su extensión 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; el límite oeste no se conoce con exactitud (Murradás y Coccia, 1967) y al sur el límite lo constituye el Río Colorado. Murradás y Coccia (1967) establecen las características del agua: inodoras, incoloras, con presencia de sulfatos, cloruros, calcio, sílice, sodio y flúor. Estas características determinan las siguientes propiedades terapéuticas: fortificante, reconstituyente, afecciones reumáticas, articulares y extra-articulares, afecciones respiratorias y dermatológicas, antiestrés, fibralgias, mio-relajante, trastornos musculares y mialgias.

Médanos es la localidad cabecera del partido de Villarino y se encuentra situada a los 38° 49' Latitud Sur y 62° 41' Longitud Oeste (figura 2). Se encuentra ubicada a 45 km de la ciudad de Bahía Blanca. Se accede por ruta nacional n° 3 sur y ruta nacional n° 22. Según el último censo, cuenta con 5.245 habitantes (INDEC, 2010).

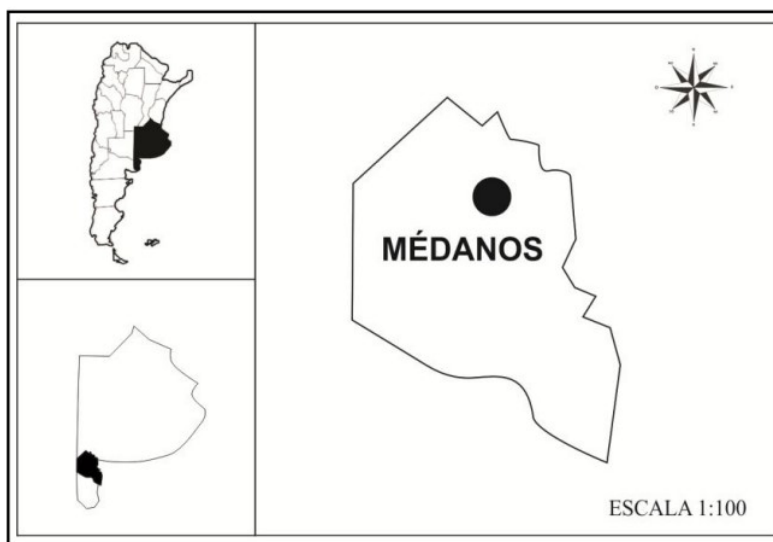


Figura 2. Localización de la ciudad de Médanos
Fuente: Fichman (2013)

La Dirección Nacional Geológica y Minera, realiza en el año 1956, los estudios hidrogeológicos para posteriormente realizar la perforación de un pozo a cargo de 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 n° 2.459/92 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 agosto de 1994 las adquiere Jorge Simoni (2019) quien, en octubre de 2009, inaugura el complejo termal *Country los Médanos* (Termas de Médanos), ubicado en el kilómetro 737,5 de la ruta nacional n° 22.

Entre los minerales presentes se destacan cloruros, sulfatos, calcio, nitratos, nitritos, armonio, fluoruros, sodio y magnesio. 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, respiratorios, dermatológicos y circulatorios.

El complejo se encuentra abierto de jueves a domingos y feriados desde las 10 a las 20 horas. 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. 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. 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°C a los 39°C en la estación cálida y aumentando tres grados su temperatura en la estación fría. En el hall de entrada a las piletas se encuentran los vestidores, sanitarios y una sala comedor.

Posee 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 y aparatología. Anexo a las actividades del *spa* se encuentra un gimnasio con caminadores, bancos 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 es de uso recreativo y, por lo tanto, se permiten las actividades lúdicas. En el centro de la misma, a modo de isla, se encuentra un *snack bar*.

En el predio existe un lago artificial de cinco hectáreas alimentado por el agua del surgente en el cual puede realizarse kayakismo. Está rodeado por 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. Actualmente no brinda servicio de alojamiento y se encuentra en construcción un sector de jacuzzis ubicado frente al sector de las piletas internas (Simoni, 2019).

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 (figura 3). Según el último censo, cuenta con 9.494 habitantes (INDEC, 2010).

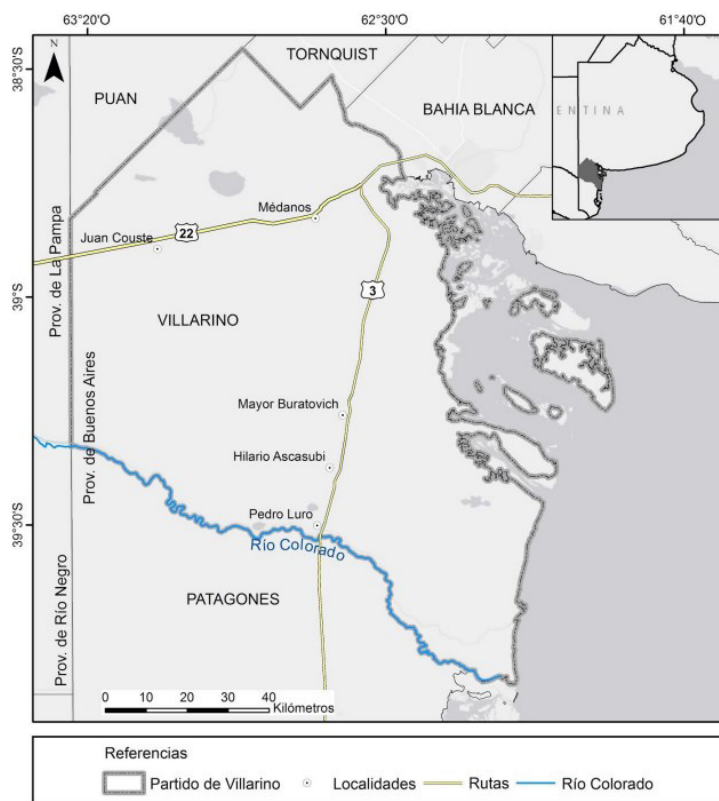


Figura 3. Localización de la ciudad de Pedro Luro

Fuente: Rodríguez et al. (2018)

El surgente termal de Pedro Luro tiene su origen en una perforación realizada en el año 1941 por la Dirección de Minas y Geología. Dicha 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 gra-

mos de bromuro por metro cúbico, lo que le confiere al agua excepcionales propiedades terapéuticas. Entre los elementos pueden citarse: cloro, azufre, bromo, yodo, nitrógeno, sodio, hierro y potasio. El hierro (predominante) 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 las 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, p. 97).

Rubio y De Pandolfi (1948) aseveran que tienen numerosas aplicaciones terapéuticas entre las que se pueden mencionar: obesidad, celulitis, cuadros de *stress*, depresiones reactivas, fragilidad capilar, vapor excelente para problemas respiratorios, impotencia sexual, artrosis, 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 quedó prácticamente cerrado, 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 Hotel Termal, inaugurado el 23 de agosto de 1969 fue 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 de 2018 Lucio Serrón (2019) 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. Serrón indica que quedan trabajos pendientes; actualmente están trabajando con las termas al aire libre y la bajada a la playa del río Colorado (Lucio Serrón, comunicación personal, 2019).

DIAGRAMACIÓN Y CONFORMACIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA

En base a los datos aportados por cada una de las Direcciones de Turismo de los Municipios intervinientes (Kunich, comunicación personal, 2019), los establecimientos relacionados directamente con la actividad termal del partido de Villarino (Simoni, comunicación personal, 2019; Serrón, comunicación personal, 2019) y los recopilados mediante el trabajo de campo realizado en cada uno de los nodos, se realiza la descripción de las etapas cumplimentadas para la puesta en marcha de la Ruta Termal del Sudoeste Bonaerense, conforme al modelo desarrollado en el apartado metodológico (Navalón-García, 2014).

Análisis de las bases territoriales turísticas

La viabilidad del recorrido de la ruta planteada, está dada por la cercanía entre los partidos y de los nodos intervinientes con un recorrido aproximado de 150 km (tabla 5).

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.

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

Tabla 5. Distancia entre localidades del recorrido por carretera
Fuente: elaboración personal

El diseño de la ruta plantea que se desarrolle como autoguiada, mediante la utilización de material promocional que facilite la comprensión de la zona y que brinde orientación e información de los atractivos y actividades que se despliegan en las localidades, 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 sobre la misma, además de la instalación de señalización y el emplazamiento de paneles informativos que sirvan de guía al turista.

En relación con el alojamiento y restauración, se pudo constatar 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 principalmente mediante la promoción de la ruta termal en la *web* y en ferias y exposiciones. A nivel destino, mediante las oficinas de turismo en cada ciudad. La señalética a lo largo del circuito y el material informático, deberá ser desarrollada. En la tabla 6 se presenta un resumen de los principales servicios por localidad.

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

Tabla 6. Principales servicios disponibles por localidad interviniente
Fuente: elaboración personal

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: 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 referencia al visitante, es un recorrido concebido para disfrutar de los beneficios saludables como recreativos que brindan las termas, conocer los atractivos de las locali-

dades y promover el turismo de la región. Si bien su diseño busca atraer a actuales consumidores que visitan otros centros más alejados y visitantes regionales, está destinado al público en general, sea cual fuere la motivación.

Organización del producto

» Inventario y jerarquización de los recursos

Se procedió a identificar el recurso de base y los atractivos complementarios que integrarían la ruta, por cada uno de los municipios, que son detallados en la tabla 7.

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	<ul style="list-style-type: none"> - Centro histórico y comercial - 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"> - Acontecimientos programados - Salinas - Bodega - Edificios históricos - Sinagoga y cementerio judío - Clubes deportivos 	<ul style="list-style-type: none"> - Acontecimientos programados - Complejo Fortín Mercedes - Museo - Productos regionales - Historia ferroviaria - Lago parque La Salada - Río Colorado
Regionales cercanos	<ul style="list-style-type: none"> - Pehuen Có - Monte Hermoso - Comarca Serrana 	<ul style="list-style-type: none"> - Chapalcó - Laguna Chasicó - Nicolás Levalle 	<ul style="list-style-type: none"> - La Chiquita

Tabla 7. Atractivo base y complementarios diferenciados por localidad

Fuente: elaboración personal

» Definición de la estructura de servicios y diseño del producto

El recorrido comienza en la localidad de Bahía Blanca, donde se podrá disfrutar 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 posee un 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, gastronomía típica asociada a los productos de mar, 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 C6, Monte Hermoso y la Comarca Serrana (Saldungaray, Villa Ventana, Sierra de la Ventana, San Andr6s 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.

El segundo nodo es Médanos, ciudad cabecera del partido de Villarino, donde se accederá al “Complejo Termas de Médanos” para disfrutar de la tranquilidad de diez hectáreas parquizadas, sus siete 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 AIEste, la cual brinda recorridos guiados, degustación y adquisición de productos regionales; 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 elegir 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 Chasic6 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.

Por último, se visitará 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 pasajeros que así lo deseen, pueden visitar la laguna La Salada distante a unos 7 km de la ciudad de Pedro Luro, disfrutar de la naturaleza y realizar diversas actividades deportivas y de sol y playa.

Cabe destacar que las características de las aguas, sus atributos y propiedades terapéuticas, así como las características de los servicios y atractivos presentes en cada nodo que conforman la ruta termal, son complementarios y, por lo tanto, constituyen una innovación en la experiencia que se le brindará al visitante de la misma. La figura 4 muestra el mapa de la ruta turística propuesta.

Propuesta de cartelería: 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 localidades intervinientes de la ruta, orientados a 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.

Comunicación y comercialización: la denominación propuesta para el producto es Ruta Termal del Sudoeste Bonaerense, conformando una oferta integral entre dos distritos con-

tiguos con un atractivo base en común: el termal. Se pretende que la misma 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 marca gráfica (figura 5) y un impreso promocional con información sobre la ruta termal, en formato A4 (figura 6). La comunicación y la difusión se realizarían a través de los organismos que se detallan en la tabla 8.

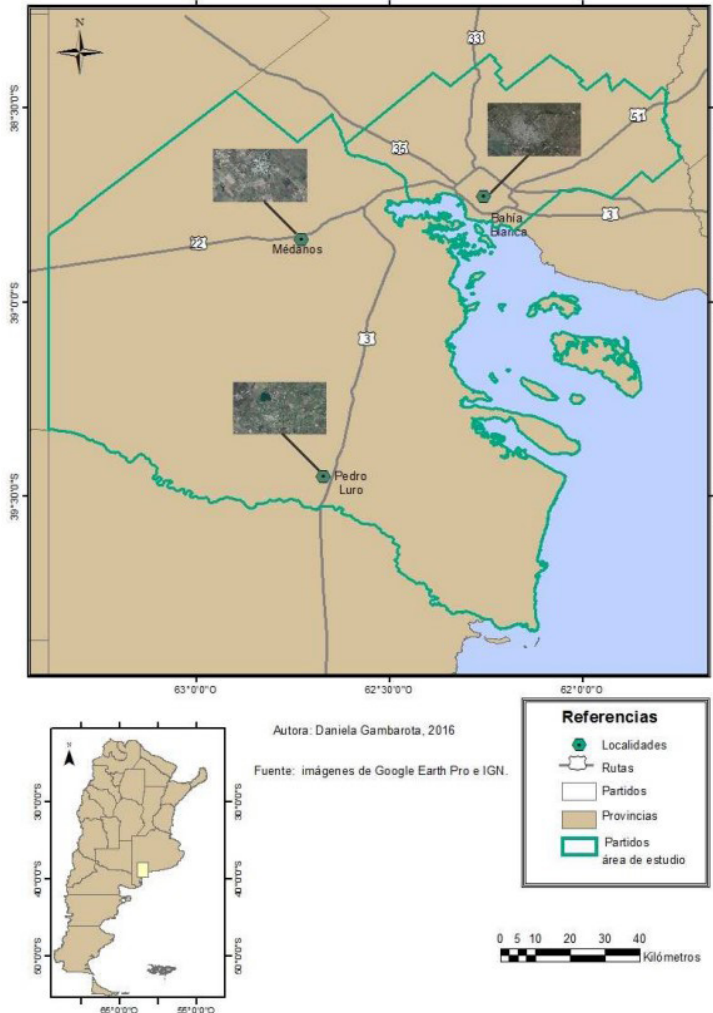


Figura 4. Mapa de la Ruta Turística Termal del Sudoeste Bonaerense
Fuente: elaboración personal



Figura 5. Marca de la Ruta Termal del Sudoeste Bonaerense
Fuente: elaboración personal



Figura 6. Despliegue exterior e interior del díptico promocional

Fuente: elaboración personal

Organismos	Promoción
Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires	<ul style="list-style-type: none"> - Ferias Internacionales y Nacionales de turismo: <i>stands</i> y folletería - Sitio <i>web</i> del organismo (www.buenosairestur.ar): descripción de la ruta, folletería digital, breve descripción y vías de comunicación de los establecimientos que la integran - Facebook (Turismo PBA) y Twitter (Turismo PBA y Subs Turismo PBA) oficiales de la Subsecretaría
Direcciones de Turismo Municipales	<ul style="list-style-type: none"> - Folletería oficial de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia - Asesoramiento personalizado - plataformas digitales (sitio <i>web</i>, Facebook y Twitter) - Folletería de los establecimientos que prestan el servicio.
Establecimientos termales	<ul style="list-style-type: none"> - Información actualizada en sus dependencias y sitios <i>web</i> - Promoción mediante redes sociales, medios radiales y gráfica - Participación en eventos turísticos y fiestas locales y provinciales (fiesta Nacional del Ajo, fiesta del Camarón y el Langostino, FISA).

Tabla 8. Organismos encargados de comunicar y difundir la ruta turística

Fuente: elaboración personal

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 solicitándole, 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, serían los establecimientos termales con una participación directa de los municipios 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.

EVALUACIÓN DE LA RUTA PROPUESTA

Se presentan en la figura 7 las calificaciones otorgadas a cada indicador y subindicador considerando la matriz de Desarrollo Turístico Sostenible Consultores Ltda. (2007) y un análisis estratégico de los resultados obtenidos.

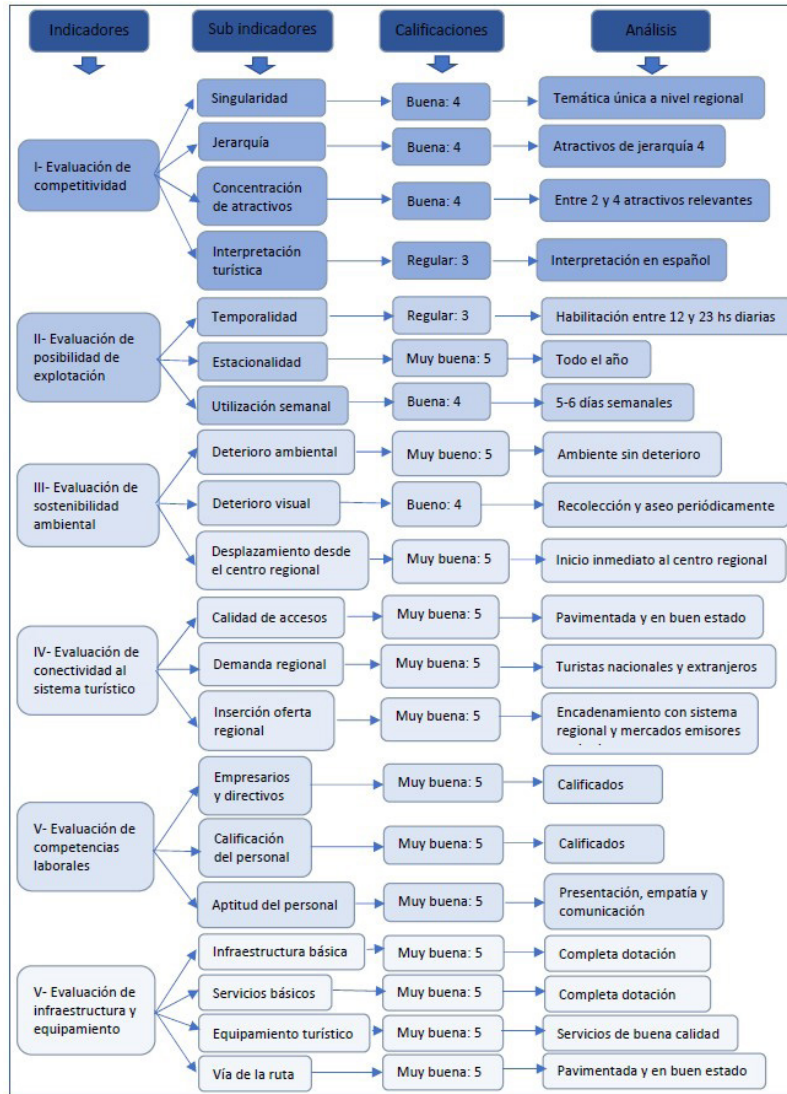


Figura 7. Calificaciones de indicadores y sub indicadores utilizados en la evaluación
Fuente: elaboración personal

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.

REFLEXIONES FINALES

El turismo 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 de 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.

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 el 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 abordada y, por consiguiente, redundará en alcanzar mejores condiciones de vida para los diferentes sujetos de las comunidades locales.

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 para su puesta en marcha.

La evaluación realizada determinó 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 ya que el mismo avala fuertemente la creación y funcionamiento de la ruta propuesta, la cual provocaría el desplazamiento de visitantes regionales, nacionales y extranjeros motivados por el termalismo.

Se podría inferir que, ante una eventual implementación de la Ruta Termal del Sudoeste Bonaerense, serían muy positivos sus resultados. Estos aspectos podrán ser investigados a medida que se introduzcan cambios en el territorio.

REFERENCIAS

- Cestari, M.; Agrusa, J. y Thompson, M. (2008). *La Repubblica del pesto: The bottom-up approach to sustainable tourism*. Bolzano, Italia: Time Project.
- Chan, N. (1994). *Circuitos Turísticos: programación y cotización*. Buenos Aires: Librerías Turísticas.
- Decreto n° 2.459 de 1992 (1992, 21 de diciembre). *Gas natural -otorgan licencia de distribución-* <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do;jsessionid=-2466BEEEE17ABCE0D45088ACDA4D3071?id=11145>
- Desarrollo Turístico Sostenible Consultores Ltda. (DTS) (2007). *Identificación y Puesta en Valor de Rutas Turísticas para La Región De Coquimbo*. <https://asesoresenturismo-peru.files.wordpress.com/2016/04/121-identificacic3b3n-y-puesta-en-valor-de-rutas-turc3adsticas-para-la-regic3b3n-de-coquimbo-2007-dts-consultores.pdf>
- 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.

- 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)*, 12(2), 187-203. <http://riat.utalca.cl/index.php/test/article/view/362> (consultado el 01/03/2021).
- González Uriarte, M. (2010). Geomorfología aplicada a la gestión ambiental. En J. D. Paoloni *Ambientes y recursos naturales del partido de Bahía Blanca: clima, geomorfología, suelos y aguas* (pp. 91-125). Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur, Ediuns.
- Hernández Ramírez, J. (2011). Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 225-236. http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211_01.pdf
- INDEC Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010). *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas*. http://www.indec.gov.ar/ftp/censos/2010/CuadrosDefinitivos/P2-D_6_56.pdf (consultado el 12/04/2021).
- López-Guzmán, T. y Jesús, M. (2011). Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias. *Tourism & Management Studies*, 1, 929-922. <https://www.redalyc.org/pdf/3887/388743867083.pdf>
- López-Guzmán, T. y Sánchez Cañizares, S. M. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(2), 159-172, número especial. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2008.06.013>
- Murradas, M. y Coccia, D. (1967). La gran cuenca termal profunda de Bahía Blanca. *III Congreso Nacional del Agua*. San Juan. Bahía Blanca, Argentina.
- Navalón-García, R. (2014). Diseño y gestión de rutas culturales: de la teoría a la práctica. En L. Rubio Medina y G. Ponce Herrero (eds.). *Escenarios, imaginarios y gestión del patrimonio* (pp. 207-217). Ed. Serv. Public Univ Autónoma Metropolitana -Xochimilco (México) y Universidad de Alicante (España). <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/48846>
- Organización Mundial del Turismo (2014). Debate temático: El papel de las rutas turísticas en el fomento del desarrollo y la integración a escala regional. *98ª reunión del Consejo Ejecutivo de la Organización Mundial de Turismo*. Santiago de Compostela (España), 4-6 de junio de 2014, Punto 5 del orden del día provisional. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-06/32%20ce98_05_thematic_discussion_tourism_routes_sp.pdf
- Păcurar, C. M.; Albu, R. G. y Păcurar, V. D. (2021). Tourist Route Optimization in the Context of Covid-19 Pandemic. *Sustainability* 2021, 13, 5492. <https://www.preprints.org/manuscript/202104.0477/v1>
- 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. http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S185242652010001100006&lng=es&nrm=iso
- 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.
- Rodríguez, M. V. (2010). *Diseño de una ruta turística de interpretación cultural para la promoción y el desarrollo local de la etnia aborigen Warao en el Estado Delta Amacuro, Venezuela*. Tesis Máster en

Gestión Turística Facultad de Turismo Universidad de La Habana, República de Cuba.
Rubio, E. F. y De Pandolfi, C. L. (1948). El surgente termal de Pedro Luro (Provincia de Buenos Aires). *Revista de la Asociación Geológica Argentina*, 3(4), 295-312.
Torres Bernier, E. (2006). Rutas culturales. Recurso, destino y producto turístico. *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, (60), 84-97.
Transportadora de Gas del Sur (TGS). (17/03/2019) <https://www.tgs.com.ar/>

Daniela Melisa Gambarota es Licenciada en turismo. Doctora en Geografía. Becaria Posdoctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas CONICET. Participante de proyectos de investigación - Ciencia y Tecnología Universidad Nacional del Sur y proyecto Unidad Ejecutora IIESS UNS - CONICET. Sus temas de investigación son: desarrollo local/regional y territorial; patrimonio; procesos de patrimonialización, activación y valoración patrimonial; termalismo; turismo. Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS). Universidad Nacional del Sur. San Andrés 800, Altos de Palihue, (8000) Bahía Blanca, Buenos Aires, Argentina, dgambarota@iess-conicet.gob.ar, OCID <https://orcid.org/0000-0001-6927-7938>