

La función de intermediación turístico-recreativa El caso de la ciudad de Bahía Blanca

Romina Valeria Schroeder
roschroeder@hotmail.com
Lic. en Turismo
Becaria CONICET
Universidad Nacional del Sur
CIUR Estudios Territoriales - Dpto. Geografía y Turismo
12 de octubre y San Juan, 4to. piso - gabinete 9
8000. Bahía Blanca, Buenos Aires. Argentina

Resumen

La ciudad de Bahía Blanca es un centro urbano de orden intermedio, con preponderancia a nivel regional como centro comercial y de servicios que procura insertarse entre las ciudades que pueden promover actividades propias del turismo urbano. El objetivo es revisar la conceptualización de la función de intermediación turístico-recreativa y considerar el caso de la ciudad de Bahía Blanca como prestadora de la función de centro de escala y distribución turística y sus posibilidades de conformarse en un núcleo que articule la oferta turístico recreativa y de servicios, a nivel regional. El enfoque metodológico combina la exploración de datos secundarios con información provenientes de entrevistas. Se puede constatar que la ciudad de Bahía Blanca cuenta con un número significativo de atributos que le permitirían convertirse en un destino de turismo urbano, pero se evidencia un deficiente funcionamiento como centro de distribución al desaprovecharse condiciones de localización (sitio y situación) y la presencia de recursos naturales y culturales de relevancia en el área circundante. **Palabras claves:** turismo urbano, centro turístico de escala y distribución, políticas públicas.

Abstract

Bahía Blanca has a regional preponderance as trading and services centre and seeks to insert itself between the cities that can promote urban tourism activities. The aim of this paper is analyze Bahía Blanca's function as scale and distribution centre and its possibilities to settle on a core that articulates leisure activities and services at a regional level. The methodological approach combines the exploration of secondary data with information from interviews. Bahía Blanca boasts a significant number of attributes that would enable it to become an urban tourist destination, but evidence poorly functioning as distribution centre under estimating its geographical location conditions and the presence of natural and cultural resources of relevance. **Keywords:** urban tourism, scale and distribution tourist centre, public policies.

Introducción

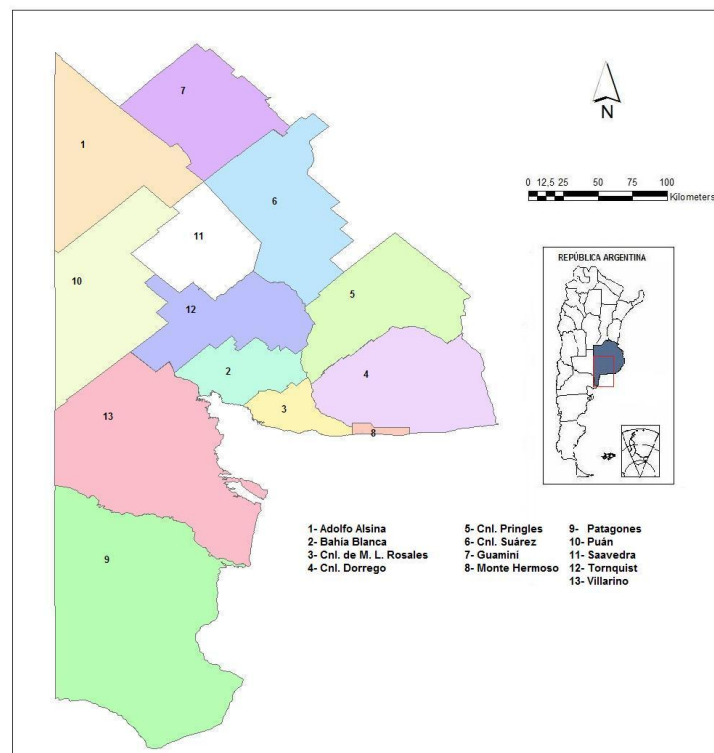
Las áreas urbanas cumplen un rol dentro del funcionamiento del sistema turístico; son "puertas de entrada" para el turismo internacional y el turismo interno, como también, nodos dominantes dentro del sistema de transportes o, en muchos casos, apoyados en la ventaja de estar ubicados estratégicamente en la ruta hacia destinos turísticos de jerarquía o atractivos cercanos, los convierten en prestadores de servicios generales y actividades relacionadas con el esparcimiento, por periodos cortos de tiempo.

Factores como la localización y las actividades asociadas que ocurren dentro de las ciudades, se tornan substanciales al momento de analizar el turismo y el ocio recreativo.

Coincidimos en la necesidad de analizar los vínculos comerciales y acuerdos operacionales, así como también cuestiones logísticas, entre los diferentes prestadores turísticos y de servicios relacionados, de la ciudad y su área de influencia. Hasta ahora, la mayor parte de los trabajos en turismo urbano se han limitado a realizar un análisis en una sola escala espacial, comúnmente considerando las actividades turísticas y recreativas dentro de la ciudad como un todo. La ausencia de estudios en un rango de escalas que incluyan las relaciones entre otras ciudades o con áreas rurales, limita la capacidad de avanzar en la comprensión holística del turismo (Pearce, 2000:931-932).

Bahía Blanca como centro urbano de orden intermedio, ubicado en el Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires (Fig. 1), presenta una preponderancia a nivel regional como centro comercial y de servicios. Su localización, así como la disponibilidad de materias primas, facilidades educativas en todos los niveles, centros de investigación, núcleos comerciales, centros asistenciales especializados y actividades profesionales, han posibilitado el asentamiento de importantes empresas relacionadas con la actividad portuaria, agroindustrial, refinerías de petróleo y petroquímicas (Fig. 2).

Fig. 1. Bahía Blanca y su área de influencia



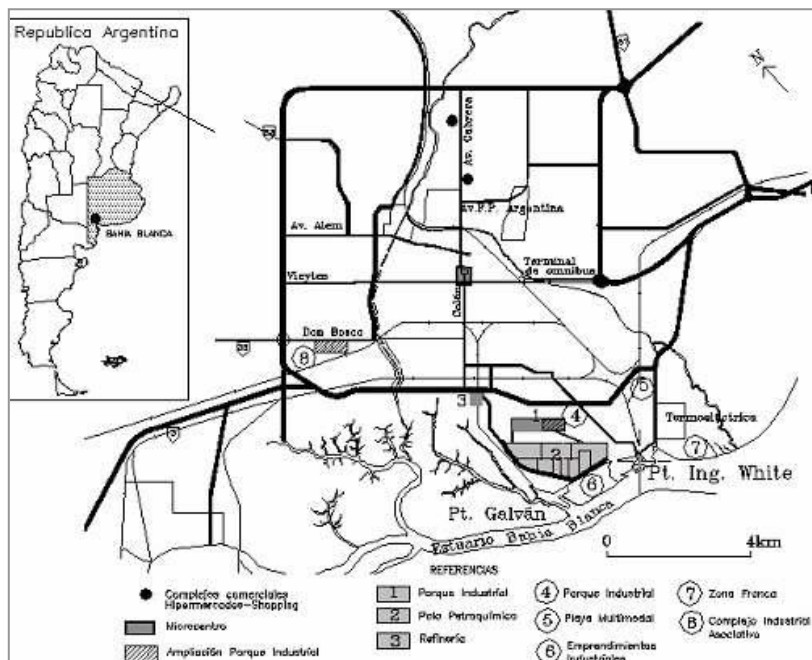
Fuente: Elaboración propia sobre la base de Formiga y Prieto (2009)

La ciudad tradicionalmente, ha operado como un lugar de paso, pero procura insertarse entre las ciudades que pueden promover actividades propias del turismo urbano. El renovado interés por la actividad turística y recreativa como alternativa para el crecimiento económico, condujo a un aumento de las políticas públicas de revitalización urbana por parte del Municipio local. En los últimos años, el área de

Planeamiento Urbano ha comenzado un programa de intervención sobre diversos espacios con el fin de agregar valor al entorno, mejorar la calidad de vida urbana y atraer inversiones, entre los objetivos principales.

Por otro lado y en relación con lo mencionado, el Honorable Consejo Deliberante, declara al turismo de "interés municipal" al considerarlo como una "actividad estratégica y esencial para el desarrollo del partido" (HCD, Decreto 992/2007) y se crea el Consorcio de Promoción y Desarrollo de las Actividades Turísticas del Partido de Bahía Blanca (COPROTUR), con el objeto de planificar, impulsar y gestionar la actividad turística local.

Fig. 2. Principales sectores comerciales e industriales



A partir de esta constatación inicial, este artículo¹ tiene por objetivo reflexionar acerca de la conceptualización de la función de intermediación turístico recreativa y considerar el caso de la ciudad de Bahía Blanca como prestadora de la función de centro de escala y distribución turística y sus posibilidades de conformarse en un núcleo que articule la oferta turístico recreativa y de servicios a nivel regional.

La investigación de esta temática se encuentra en su primera etapa, por lo tanto este trabajo se orienta a realizar un avance en aspectos conceptuales y en la caracterización del área, a partir del análisis de información secundaria y trabajo de terreno. Además, se establecieron contactos con agencias de viajes y turismo de la ciudad y se llevaron a cabo entrevistas. La información de base fue obtenida a través de la Dirección de Turismo del Municipio de Bahía Blanca, la Asociación Regional Bahía Blanca de Agencias de Viajes y Turismo (ARBBVYT), cruzadas con otras fuentes como el directorio telefónico y el de páginas amarillas, así como también fueron consultadas diferentes páginas webs. Se está actualmente en curso de

¹ Este trabajo forma parte del Proyecto de Investigación "TENDENCIAS Y DESAFIOS EN LAS CIUDADES MEDIAS. Efectos dinamizadores, procesos sociodemográficos y territorialización de las acciones en la ciudad de Bahía Blanca" que cuenta con financiamiento de la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional del Sur.

concretarse entrevistas con otros agentes como la Asociación de Hoteles y otros prestadores de servicios puntuales vinculados con eventos.

Turismo dentro de los ámbitos urbanos

Las áreas urbanas cumplen un rol dentro del funcionamiento del sistema turístico; son “puertas de entrada” para el turismo internacional y el turismo interno, como también, nodos dominantes dentro del sistema de transportes (terrestre, ferroviario, aéreo), o en muchos casos, son centros de escala y distribución para múltiples destinos locales. Factores como la localización y las actividades asociadas que ocurren dentro de las ciudades, se tornan substanciales al momento de analizar el turismo y el ocio recreativo. Como señala Karski (1990), un destino urbano es atractivo cuando tiene para ofrecer una amplia variedad de actividades en un razonablemente compacto, interesante y atractivo ambiente (citado por Pearce 2001:927). Más allá del hecho de que los ámbitos urbanos poseen complejas implicancias en múltiples dimensiones, Pearce presta atención a “cuatro aspectos comúnmente aceptados para ciudades [con potencial de turismo urbano]: altas densidades físicas de estructuras, gente y funciones; heterogeneidad social y cultural; un multifuncionalismo económico; y una centralidad física dentro de redes regionales e interurbanas” (Op. cit.).

En estrecha relación con lo anterior, muchas ciudades que presentan valores patrimoniales e históricos, un ambiente urbano atrayente (vida nocturna, eventos deportivos, negocios, reuniones, congresos, mercado de artesanías, entre otros), una serie de equipamientos y condiciones de accesibilidad, han comenzado a implementar una serie de políticas públicas con el fin de elaborar instrumentos que tiendan al desarrollo local. En este contexto, actores públicos y privados accionan en forma conjunta para imponer un valor de marca, en un mercado por demás competitivo.

Si bien el turismo urbano no es una práctica que se puede caracterizar como reciente, se ha convertido en un campo de estudio significativo por los diversos aspectos que involucra. El aumento de políticas públicas de reestructuración urbana (Rogerson y Visser 2005; Visser 2007) ha llevado a una concentración de instalaciones y servicios (distritos históricos, museos variados, frentes costeros, centros de convenciones, shopping centres, parques temáticos, entre otros), (Judd 2003, Edwards et al., 2008) que fueron construidos para crear un espacio o una serie de espacios separados, en muchos casos, del resto de la ciudad. Determinados sectores son objeto de acciones concretas a fin de producir una mejor oferta del “destino urbano” conformando nuevos espacios al consumo que generan cambios tanto a nivel morfológico como funcional. Es entonces, cuando las ciudades – transformadas en sitios de consumo – han resultado ser un paisaje que se va recreando como un híbrido, creado en función del turismo y el ocio recreativo.

En la actualidad, Bahía Blanca se encuentra en el proceso de elaboración de un Plan de Desarrollo Local con el objetivo de promocionar la diversificación económica e impulsar un *desarrollo sustentable* que se oriente a mejorar las condiciones de vida de la población local. A través del establecimiento de un proceso de planificación perdurable en el tiempo, se intenta favorecer “la integración urbana y social” por medio de la valorización de recursos económicos y las oportunidades territoriales de la ciudad (BID-do. 1, 2010:7). Desde la perspectiva turístico-recreativa se recurre a dos estrategias principales; una con enfoque regional, potenciando la imagen de la ciudad como centro cultural, comercial y de servicios, mediante el desarrollo de una oferta cultural amplia y de calidad; otra con enfoque local, a partir de operaciones urbanas centralizadas en la resignificación de los espacios públicos, los recursos patrimoniales y el frente marítimo como “imagen de venta”.

Bahía Blanca, un centro con gran dinamismo

La fundación de la ciudad de Bahía Blanca en el año 1828 respondió a las necesidades de expansión territorial y desarrollo económico de la región sur de la Provincia de Buenos Aires. La presencia del ferrocarril, como elemento de afirmación territorial y pieza clave del modelo productivo de la región, sumado al espacio portuario marítimo de Bahía Blanca, a través del cual, se tuvo la posibilidad de expandir las comunicaciones internas hacia el exterior; se transformaron en los protagonistas del desarrollo económico local y regional, otorgándole a la ciudad de Bahía Blanca, un perfil cerealero orientado a la exportación, que se mantuvo en el tiempo (Schroeder, 2007). En la actualidad, su actividad portuaria se ve reflejada en el movimiento de mercaderías: cereales y oleaginosas, combustible, fertilizantes y productos manufacturados de origen agropecuario, que representa un valor por encima del 50% sobre el total de movimientos registrado en los puertos marítimos nacionales no petroleros² (Secretaría de Transporte de la Nación).

Algunos servicios urbanos que presenta la ciudad de Bahía Blanca, a partir de los cuales se podría dimensionar su alcance regional; son los siguientes:

- servicios educativos (cuadro 1): Ofrece los distintos ciclos y modalidades en educación³. Los establecimientos del nivel medio de la ciudad presentan diferentes orientaciones: humanística, comercial, agropecuaria y técnica.

Cuadro 1. Oferta educativa de la ciudad

Rama	Cantidad de establecimientos	Número de alumnos
Inicial	72	10.325
Primaria	85	34.465
Secundaria	36	22.539
Especial	16	2.067
Terciaria	15	6.468
Universitaria	2	14.504

Fuente: <http://www.bahia blanca.gov.ar/empresario/act2.html>, actualizada al 17.06.2008

Es importante destacar que la enseñanza universitaria tiene un alcance regional. La propuesta de cursos académicos dictados en la Universidad Nacional del Sur (UNS), la Universidad Tecnológica Nacional (UTN) y la Universidad Provincial del Sudoeste es amplia y variada, habiéndose incorporado en los últimos años nuevas carreras y cursos de postgrado. El desarrollo de nuevas tecnologías y procesos se realiza en la ciudad, a través de los centros de experimentación e investigación. Ellos son: el Centro Regional de Investigaciones Básicas y Aplicadas de Bahía Blanca (CRIBABB), la Planta Piloto de Ingeniería Química (PLAPIQUI), el Centro de Recursos Renovables de la Zona Semiárida (CERZOS), Instituto Argentino de Oceanografía (IADO), Instituto de Investigaciones Bioquímicas de Bahía Blanca (INIBIBB), Instituto de Matemática de Bahía Blanca (INMABB) y el Instituto de Mecánica Aplicada (IMA), entre otros.

- servicios de salud: se compone tanto de establecimientos públicos como privados de mediana y alta complejidad. La capacidad de los Hospitales Públicos es de 514 camas, contando con la atención de más 1.720 profesionales aproximadamente. Se dispone además de consultorios externos donde se atienden diferentes especialidades, incluyendo también el diagnóstico por imágenes (tomografías computadas). La atención primaria de la salud, así como la preventiva están también a cargo de las 48 unidades sanitarias municipales, distribuidas en los diferentes barrios de la ciudad. La capacidad de los hospitales y clínicas privadas es de aproximadamente 569 camas, atendiendo no sólo las demandas básicas, sino complementando esa atención con servicios de alta complejidad - cirugía

² Según las estadísticas publicadas por la Secretaría de Transporte de la Nación para el periodo 2005-2006.

³ Preescolar, enseñanza general básica (EGB), polimodal, especial, terciario, profesional y artístico. El equipamiento educativo comprende un importante número de establecimientos estatales y privados -dependientes de Provincia o Nación- que cubre la demanda actual.

videolaparoscópica, fertilización asistida, cardiocirugía. Además, existen dos clínicas de medicina nuclear, una clínica de salud mental, cinco clínicas psiquiátricas, entre otros establecimientos. Asimismo, el Municipio cuenta con una Subdirección de Epidemiología, Dpto. de Bromatología y División de Veterinaria y Zoonosis.

- servicios de comercio: la rama “comercio al por mayor, al por menor y reparaciones” reúne el mayor porcentaje de ocupados (24,1%) y de establecimientos (47,9%) (CNE, 2004/2005) localizados en el Partido de Bahía Blanca, convirtiendo a la ciudad en un importante centro comercial.
- servicios “inmobiliarios, empresariales y de alquiler”: representan la segunda rama económica en importancia respecto al porcentaje de locales ocupados (9,8%) (CNE, 2004/2005). En particular, el rubro “alquileres” cuenta con un notable dinamismo en las áreas cercanas a la Universidad a partir de los requerimientos de estudiantes provenientes de la región. Del relevamiento preliminar, se identifican más de 80 inmobiliarias, que además incluyen a promotores o desarrolladores inmobiliarios, agentes activos en la implantación de urbanizaciones exclusivas (dentro del área periférica de la ciudad y en el área de influencia), donde se reivindican aspectos como la calidad ambiental y el paisaje; Barrio privado Solares Norte (Bahía Blanca), Barrio privado La Reserva (Bahía Blanca), Bosque Alto (Bahía Blanca), Barrio Parque San Andrés de las Sierras (Tornquist), Barrio privado Las Lomas (Monte Hermoso), Club de Campo Pehuen-Có (Cnl. Rosales), representan ejemplos de lo mencionado.
- servicios de transporte de pasajeros: traslado aéreo, ferroviario, ómnibus y mini-buses o combis, este último medio de creciente relevancia en los traslados interregionales debido a los servicios diferenciales que ofrece (mayor frecuencia de horarios, traslado puerta a puerta).

Por último, el alcance de los medios masivos de comunicación locales (televisión, radio, periódico) constituye uno de los factores tradicionalmente empleados para delimitar el área de influencia de la ciudad (Schroeder y Pasciaroni, 2010).

La gran concentración de flujos de capital en el área portuaria, las características de las empresas involucradas y la introducción de modernas tecnologías han creado un espacio particularizado, estructurador del área costera y principal núcleo dinamizador de la ciudad⁴ y la región que atrae nuevas inversiones tanto en el sector industrial, como en el comercial (hipermercados, centros de compras) y en el de los servicios (financiero, de las comunicaciones, etc.) (Schroeder, 2007). A manera de síntesis, se destaca el rol de la ciudad de Bahía Blanca como centro regional, a partir de la variada prestación de “servicios urbanos especializados, en particular educación y salud, así como en la jerarquización de las actividades económicas que tienen su principal componente en el complejo portuario-industrial, de relevancia nacional e internacional” (Formiga y Prieto, 2009).

La ciudad de Bahía Blanca como centro de escala y distribución turística

La característica principal de los *centros de escala* es que a pesar de carecer de atractivos turísticos propios, están ubicados estratégicamente en la ruta hacia destinos turísticos de jerarquía, es así que se convierten en prestadores de servicios para aquellos visitantes que se detienen en ellos, por no más de una noche. En cambio, los *centros de distribución*, si bien también actúan como prestadores de servicios y

⁴ “Las empresas del Complejo Petroquímico participan en promedio con un 36% de la facturación de los pequeños y medianos proveedores locales (...). Además, los montos de pagos realizados al personal ascendieron en el año 2000 a \$75 millones, de los cuales \$50 millones corresponde a mano de obra local.” (PROGRAMA URB-AL Proyecto Común R7 P1 02, Bahía Blanca, 2004)

actividades relacionadas con el ocio recreativo, la estadía promedio es mayor que en el anterior, variando de dos a cinco noches. Se destacan por la presencia, en un radio de influencia de dos horas distancia/tiempo, de atractivos turísticos variados hacia donde los turistas se pueden desplazar. Los *centros turísticos de permanencia o estadía*, ya constituyen un destino “típico” de vacaciones. Difieren con los dos anteriores en el hecho que cuentan con un mercado que se repite por temporadas y con estadías promedio superiores a las cinco noches.

A continuación se analiza a la ciudad de Bahía Blanca como prestadora de la función de centro de escala y distribución turística y sus posibilidades de conformarse en un núcleo que articule la oferta turístico-recreativa y de servicios a nivel regional.

Se pueden mencionar tres funciones presentes, con diferente grado de desarrollo:

(a) **centro de escala**: las características del puerto (que permitiría evaluar la posibilidad de recibir la modalidad turística de cruceros) junto con una importante red vial (RN N°22, N°33, N°35 y N°3 y RP N°51), ferroviaria y aérea, conecta a la ciudad con distintas zonas del país y la convierten en nodo de comunicaciones. Cabe decir, además, que el aeropuerto de Bahía Blanca, sirve a la ciudad homónima y su área de influencia y opera básicamente con vuelos a Aeroparque (Jorge Newbery, Ciudad Autónoma de Buenos Aires) y algunos vuelos esporádicos a destinos como Córdoba, Mar del Plata, Comodoro Rivadavia, Viedma, entre otros. La Terminal aérea fue ampliada, remodelada y reinaugurada en junio de 2009;

(b) **centro de distribución**: la presencia de destinos turísticos variados (sector serrano en el Partido de Tornquist y localidades atlánticas en los partidos de Monte Hermoso y Coronel Rosales) en un radio aproximado de dos horas distancia-tiempo. La concentración espacial de atributos naturales y culturales de los partidos del área de influencia de Bahía Blanca, sumados a la identidad productiva de las áreas rurales, permitirían implementar nuevas alternativas no agropecuarias, en base al turismo en el espacio rural. La presencia de playas marítimas, extensas y tranquilas, así como la variedad de lagunas, brindan la posibilidad de ser utilizadas como balnearios, para la práctica de actividades recreativas, deportes náuticos y pesca deportiva. Además, encontramos centros termales con virtudes curativas para distinto tipo de afecciones, que agregan calidad a la oferta turístico-recreativa. Esta diversidad de recursos naturales y culturales permite una baja estacionalidad desde el punto de vista turístico y un disfrute, por parte de los excursionistas/turistas, durante todo el año.

(c) Según un estudio reciente (Ercolani y Rosake; 2009), se la identifica como **centro de estadía**, dado que la consolidación de centros comerciales y shoppings centres, la realización de numerosos congresos y convenciones y la variada actividad cultural y deportiva, estarían propiciando esta nueva condición desde lo turístico.

Dentro del Plan Federal de Turismo Sustentable 2016 (PFTS, 2005) para Argentina (Fig. 3) se pone de manifiesto el posicionamiento de esta ciudad, donde se la resalta como una de las “puertas” principales dentro de la Provincia de Buenos Aires por su vinculación con la Región Patagónica. Además, representa el punto de convergencia de dos potenciales corredores turísticos: Corredor Atlántico Sur Bonaerense y Corredor San Blas, donde se destacan, las playas litorales, las termas y la pesca deportiva.

Un análisis de la oferta turística – recreativa

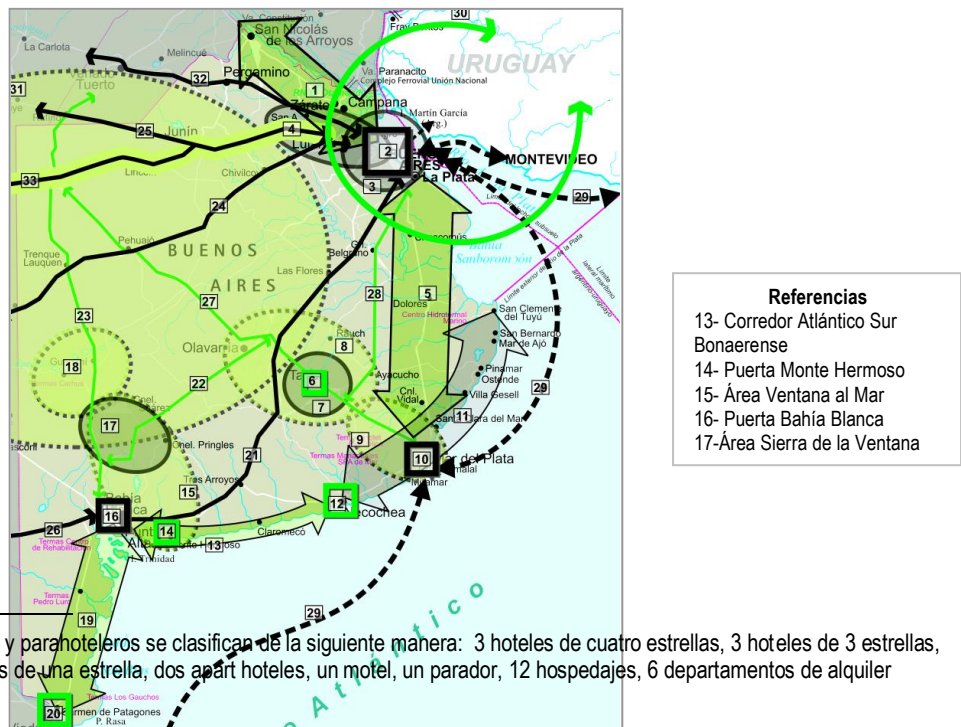
El sector turístico de Bahía Blanca se encuentra en crecimiento. Una mirada expandida iría desde empresas relacionadas directamente con la prestación de servicios turísticos hasta los equipamientos de la planta recreativa local; entre los primeros, hallamos empresas hoteleras, de alquiler de vehículos, salas de

conferencias, agencias de viajes, tour operadores, guías de turismo, entre otras; mientras que la restauración (restaurantes, bares, pubs, etc.), cines, museos y teatros, parques y paseos, la variada oferta comercial que incluye hipermercados y shoppings centres, aunque indirectamente relacionados con la actividad turística, funcionan como atractivos en sí mismos.

La ciudad cuenta con una oferta hotelera que se compone de treinta y nueve establecimientos de diferentes categorías, pasando por hoteles de variados servicios, apart hoteles, hostería, parador, motel, hospedajes y hasta camping, completando un total aproximado de 1.680 plazas entre alojamiento hotelero y parahotelero⁵. Existen cinco empresas de alquiler de vehículos y con respecto a las agencias de viaje encontramos cuarenta y siete habilitadas, algunas de las cuales han comenzado sus actividades en los últimos años. Además ya hace un tiempo, la ciudad cuenta con varias asociaciones vinculadas al turismo – Asociación de Agencias de Viajes, Asociación de Hoteles, Bares, Confeiterías y Afines y Asociación Profesionales del Turismo –. Continuando con los servicios relacionados directamente con el turismo, Bahía Blanca ofrece actividades de ecoturismo y excursiones embarcadas a través de tres empresas, turismo rural en dos estancias del área circundante y otras dos empresas que se dedican a la realización de visitas aéreas y paracaidismo.

“Las motivaciones profesionales se centran en la realización de congresos, seminarios y convenciones que encuentran en la ciudad un referente de importancia. Bahía Blanca cuenta con numerosas instituciones, asociaciones, empresas, colegios profesionales y dos universidades nacionales que son potenciales organizadores de reuniones” (Ercolani y Rosake, 2009), a los que se deben agregar los Centros de Investigación vinculados con CONICET. También resulta interesante destacar los cinco teatros con una variada programación, así como también diversos son, los catorce museos presentes en la ciudad. Dos centros comerciales, doce salas de cines, una oferta gastronómica variada y de calidad, con una capacidad de 6.490 plazas, seis paseos públicos consolidados, entre otros atractivos, completan la oferta.

Fig. 3. Mapa de oportunidades turísticas.



Fuente: PFTS, 2005

Prestadores de servicios turísticos: Agencias de Viajes y Turismo

La primera etapa del proyecto de investigación, se inicia con el relevamiento de los prestadores de servicios; gastronómicos, hoteleros y de agencias de viajes y turismo de la ciudad de Bahía Blanca. En esta fase se comenzó con las agencias de viajes y turismo con el fin de seleccionar aquellas dedicadas al turismo receptivo a nivel local y regional, además de conocer sus inquietudes y expectativas.

Si bien el turismo receptivo se refiere al total de desplazamientos que emite un país hacia otro que lo recibe por un periodo inferior a tres meses y superior a 24 horas y sin participar de los mercados laborales; en este caso, el término “receptivo” se emplea para dar cuenta de los turistas/excursionistas que recibe la ciudad de Bahía Blanca y aquellas agencias de viajes que están preparadas para atender sus necesidades. Cuando se hace alusión a “turismo emisor” nos referimos en este caso a los habitantes de Bahía Blanca y su área de influencia que contratan y realizan viajes fuera del territorio de residencia habitual.

De las entrevistas realizadas surge que de las cuarenta y siete agencias de viajes y turismo habilitadas en la ciudad de Bahía Blanca, casi un 30% (representa unas 14 agencias) se dedican o tienen la intención de dedicarse al turismo receptivo. La realidad muestra que sólo un 15% del total (unas 7 agencias) trabajan en forma esporádica con receptivo local, por lo tanto no constituye una actividad principal de la agencia sino complementaria al turismo emisor nacional e internacional.

En general, no hay una estructura previamente definida en cuanto al receptivo en la ciudad, por lo tanto, es armado una vez que se solicita determinada excursión y preferentemente para grupos mayores a diez visitantes. En algunos casos se acercan extranjeros – relacionados con la actividad de las empresas del área industrial – solicitando excursiones por día completo hacia localidades serranas principalmente Sierra de la Ventana y Villa Ventana y localidades atlánticas como es el caso de Monte Hermoso, todas ellas ubicadas en un radio aproximado de dos horas distancia-tiempo de la ciudad de Bahía Blanca. Los visitantes adquieren un paquete grupal que incluye: traslado, alojamiento, restauración y excursiones. En otros casos, la motivación principal está dada por el hecho de visitar a familiares y amigos, pero no varía la modalidad del armado del paquete.

A pesar de que existe una variada oferta regional en relación al turismo rural (agroturismo, granjas educativas, estancias, etc.), sólo dos agencias mencionan trabajar con estancias dedicadas a la modalidad rural, una de ellas, ubicada en el Partido de Saavedra y la otra en el Partido de Pringles. Además la región circundante es rica en turismo termal pero no obstante ello, sólo tres agencias ofrecen excursiones y estancias en las termas de Luro (Partido de Villarino) y en la laguna Epecuén (en la localidad de Carhué – Partido de Adolfo Alsina). Además una de las agencias está avanzada en la elaboración de un circuito ofreciendo el destino Viedma-Las Grutas (Provincia de Río Negro).

Si hablamos de analizar la potencialidad de la ciudad referida al turismo urbano, parece interesante ver qué agencias se dedican a la realización de *citytours* por la ciudad. Las entrevistas muestran que sólo una agencia cuenta con una estructura armada y con personal capacitado (guías locales de turismo habilitados) para su realización. Esto sucede en parte porque la demanda no es elevada y debido también a que desde la Dirección de Turismo del Gobierno Municipal de Bahía Blanca se ofrecen excursiones guiadas a diversos atractivos turísticos entre los que se incluyen: visita al zoológico de la ciudad; los circuitos turísticos de: “Barrios y Parques”, “Centro Histórico”, “Puertos de la Bahía”; visita a la localidad de General Daniel Cerri y como sitio de interés turístico: la localidad de Cabildo. Los responsables de las agencias de viajes y turismo, manifiestan que en muchos casos los visitantes llegan “por casualidad” a la agencia y solicitan información sobre posibles paseos y se limitan a contratar traslados y/o alquiler de vehículos. También hacen notar una falta de coordinación entre los responsables hoteleros en lo referido a fijación de tarifas. Los hoteles al no presentar una política discriminada con las agencias de viajes y turismo (que funcionan como intermediarios y comisionan por ello), para estas últimas no es rentable vender servicios de alojamiento tanto locales como regionales.

Se remarcan las debilidades que presenta la capacidad hotelera local cuando concurren varios eventos/espectáculos en la ciudad o cuando llegan grandes grupos simultáneamente. Además se resalta como un factor negativo, los elevados precios de los hoteles de mayor categoría que no se condicen con las tarifas a nivel nacional. Incluso, la ciudad presenta deficiencias para el traslado de visitantes/turistas ya que a la insuficiencia de transportes privados de pasajeros/combis habilitadas, se le suma una falta de coordinación entre las mismas. Y un aspecto hoy también significativo es la falta de mejores frecuencias de vuelo de la ciudad con otros centros urbanos que la pone en cierta desventaja.

Consideraciones finales

La ciudad de Bahía Blanca cuenta con un número significativo de atributos, gran parte de ellos presentados en el desarrollo del trabajo, que le permitirían convertirse en un destino de turismo urbano regional, en los próximos años, siempre y cuando se realicen las tareas de gestión y promoción necesaria – desde ámbitos públicos y privados – para que esto se pueda comenzar a materializar. De todas maneras, se evidencia (al menos en esta etapa inicial de investigación) un mal funcionamiento como centro de distribución, ya que se nota un desaprovechamiento de su condición de “nodo de comunicaciones” y de la presencia, en un radio aproximado de dos horas distancia-tiempo, de destinos turísticos variados. Se observa una falta de organización y una desarticulación entre los distintos prestadores de servicios locales y regionales, en cuanto a fijación de tarifas, armado de paquetes turísticos, promoción conjunta, etc.

Por un lado en la ciudad de Bahía Blanca, se puede apreciar un reacondicionamiento en función de las lógicas del consumo y de los servicios avanzados, propiciando una declinación del rol vivencial, de encuentro y de sociabilidad de los espacios públicos. Se hacen evidentes en algunos espacios de consumo colectivo (áreas comerciales y de ocio urbano), los cuales parecen configurarse como los más intergrupales e interclasistas, aunque la experiencia sugiere una tendencia hacia la fragmentación social creciente, perceptible en la existencia de diversos núcleos comerciales y de diversión socialmente delimitados (Schroeder, 2007). A pesar de lo mencionado, se han acordado acciones en pos de la revitalización urbana, dinamizando espacios degradados. Importantes espacios públicos de uso libre y gratuito – como la plaza central Bernardino Rivadavia y el paseo peatonal – han sido objeto de puesta en valor y reestructuraciones con el fin de incorporarlos plenamente a los usos colectivos (Schroeder y Garriz, 2009). La importancia de las distintas políticas públicas va a estar dada en la medida que favorezcan lo existente o produzcan mejoras que valoricen el espacio local, y posibiliten concretar espacios de

atractividad y convivencia capaces de generar interés en sus usuarios diarios como en otros potenciales, sus visitantes.

Se considera que la actividad turístico – recreativa podría transformarse en un inductor económico para la ciudad de Bahía Blanca y los partidos del área de influencia. “En la última década, la actividad turística ha desempeñado un rol importante en el mercado laboral de varias áreas, de las que se destacan las que cuentan con centros que contienen mayor cantidad de atractivos turísticos y las articulaciones que se están generando para la conformación de focos/corredores turísticos complementarios” (Formiga y Prieto, 2009). Para poder dimensionar su real impacto, será preciso avanzar en la unificación de criterios en cuanto a la recolección de datos, su procesamiento y análisis posterior de los resultados obtenidos, que permita evaluar de manera integral la actividad turístico – recreativa y su importancia económica y social para la ciudad de Bahía Blanca y los Partidos cercanos.

Por último, es importante subrayar la necesidad de seguir atentamente las potenciales repercusiones derivadas de las reestructuraciones urbanas en marcha, como así también, la posibilidad de la actividad turístico-recreativa para promover una ciudad que tenga en cuenta la inclusión social, a fin de evitar situaciones de ruptura en la sociedad local.

Referencias Bibliográficas

- BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO (BID) (2010): “Plan de Desarrollo Local. Bahía Blanca 2009-2028”, documentos 1, 2 y 3, Bahía Blanca
- DIRECCIÓN PROVINCIAL DE ESTADÍSTICA DE LA PCIA DE BUENOS AIRES (2003). Producto Bruto Geográfico – Desagregación Municipal. Provincia de Buenos Aires.
- Edwards, D., T. Griffin y B. Hayllar (2008): “Urban Tourism Research. Developing an Agenda”. *Annals of Tourism Research* 35(4): 1032-1052
- Ercolani, P.; Rosake, P. (2009): “Ocio y revitalización urbana: de barreras urbanas a espacios con finalidad de ocio. Estudio de caso: Bahía Blanca, Argentina.” En XII Encuentro de Geógrafos de América Latina “Caminando en una América Latina en transformación” 3 al 7 de abril de 2009/Sede: Universidad de la República, Montevideo, Uruguay.
http://egal2009.easyplanners.info/area08/8063_Ercolani_P.pdf
- Formiga, N.; Prieto, M. (2009): “Bahía Blanca y su área de influencia. Tendencias demográficas y proyecciones” Dpto. de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, mes de mayo. Material inédito.
- Judd, D. (2003): El turismo urbano y la geografía de la ciudad. *Revista EURE (Santiago)* 29(87): 1-13.
- Karski, A. (1990): “Urban Tourism: A Key to Urban Regeneration”. *The Planner (April 6)*:15–17.
- Pearce, D. (2001): “An Integrative Framework for Urban Tourism Research”. *Annals of Tourism Research* 28:926–946.
- Rogerson, C. M.; Visser, G. (2005): “Tourism in urban Africa: The South African experience”. *Urban Forum*, 16(2–3), 63–87.
- Schroeder, R. (2007): “El concepto de un espacio-tiempo de ocio y las actividades recreativas en la Franja Costera de Bahía Blanca” Tesina de Grado. UNS. Bahía Blanca.
- Schroeder, R.; Garriz, E. (2008): “Actividades recreativas. Proyectos y acciones en la Franja Costera de Bahía Blanca”. V Jornadas del SO Bonaerense, organizadas por la Universidad Nacional del Sur. En: Vaquero, M. y Pascale, J. (Edit.) *El Territorio, las Actividades Económicas y la Problemática Ambiental del Sudoeste Bonaerense*, 269-276 pp. [ISBN 978-987-1620-02-9]

Schroeder, R.; Garriz, E. (2009): "¿Es posible recuperar el espacio público? La ciudad de Bahía Blanca como caso de estudio". XII Encuentro de Geógrafos de América Latina, 3-7 de abril Montevideo, Uruguay.

Disponible en http://egal2009.easyplanners.info/area05/5653_Schroeder_Romina_Valeria.doc

Secretaría de Turismo de la Nación (2005): Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable: Argentina 2016.

Schroeder, R.; Pasciaroni, C. (2010): "Las funciones de intermediación. La ciudad de Bahía Blanca y su área de influencia (*hinterland*) como caso de estudio" En VIII Bienal de Transformaciones Territoriales, a realizarse entre el 25 y el 27 de agosto de 2010. Material inédito.

SECRETARÍA DE TRANSPORTE DE LA NACIÓN ARGENTINA <http://www.transporte.gov.ar/>

SECRETARÍA DE TURISMO DE LA NACIÓN (2005): Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable: Argentina 2016.

Visser, G. (2007): "Urban Tourism in Bloemfontein: Current Dynamics, Immediate Challenges and Future Prospects". Urban Forum 18: 35

Páginas Web consultadas

MUNICIPALIDAD DE BAHÍA BLANCA. Actualizada al 17.06.2008. [Fecha de consulta: 13 octubre 2010].

Disponible en: <http://www.bahiablanca.gov.ar/empresario/act2.html>.