



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

**TESINA DE LICENCIATURA EN TURISMO**

**“Las prácticas turístico-recreativas  
como derecho humano en la ciudad de  
Bahía Blanca. Análisis del programa  
¿Conocés Bahía?”**

**Tesista: Virginia Negri  
Directora: Dra. Erica Schenkel  
Co-Director: Dr. Andrés Pinassi**

**BAHÍA BLANCA, 2018**

## **Agradecimientos**

Agradezco a todas las personas que colaboraron conmigo de alguna manera a lo largo de este camino. En primer lugar, a mi familia, principalmente a mi tía y mi hermano, y a mis amigos. También agradezco a mi directora y co-director de tesis. Y a todas aquellas personas que destinaron su tiempo y confianza a la realización de entrevistas que permitieron conocer los alcances del Programa y especialmente las dificultades que todavía están presentes en torno al acceso en forma plena e igualitaria a los atractivos.

Gracias a todos.

## Índice

Introducción.....	5
Capítulo 1: Abordaje metodológico .....	7
1. Objetivos.....	8
1.1. Objetivo general.....	8
1.2. Objetivos específicos .....	8
2. Hipótesis .....	8
3. Metodología y técnicas.....	8
Capítulo 2: Marco de referencia .....	10
4. Turismo y recreación como derecho humano.....	11
5. Turismo social como medida de inclusión .....	12
6. Turismo social y política turística .....	14
Capítulo 3: Análisis del caso de estudio .....	18
7. Bahía Blanca como área de estudio.....	19
8. Breve reseña histórica.....	20
9. Análisis del programa turístico-recreativo: “¿Conocés Bahía?” .....	21
9.1. Características del programa.....	21
9.2. Circuitos turísticos ofrecidos en el programa .....	23
9.3. Actores que participan del programa .....	32
9.3.1. Destinatarios.....	33
9.3.2. Agentes públicos .....	35
9.3.3. Agentes privados.....	36
9.4. Alcances del programa.....	37
10. Las iniciativas turísticas locales en el marco de las políticas nacional y provincial .....	39
11. Análisis de la oferta turístico-recreativa de Bahía Blanca.....	41

11.1. Recursos turístico-recreativos.....	42
11.2. Equipamiento.....	43
11.3. Infraestructura de transporte y accesibilidad.....	44
12. Breve caracterización de la demanda turístico-recreativa de Bahía Blanca.....	45
Capítulo 4: Diagnóstico.....	47
13. Diagnóstico integral.....	48
14. Matriz FODA.....	52
Capítulo 5: Propuestas y reflexiones finales.....	54
15. Lineamientos propositivos para la mejora del programa.....	55
16. Reflexiones finales.....	59
Bibliografía.....	61
Anexo.....	66
Anexo 1.....	67

## **Introducción**

Las primeras acciones públicas asociadas al turismo social aparecieron a mediados del siglo XX, una vez proclamado el derecho a las vacaciones pagadas. Es a partir de este derecho que desde los Estados europeos comienzan a gestarse una serie de actividades turístico-recreativas, tendientes a lograr que los sectores sociales más vulnerables (jóvenes, tercera edad, familias de bajos recursos y personas con discapacidad), tengan acceso al turismo y a la recreación, sin ningún tipo de barrera.

Argentina ocupó un lugar de vanguardia en América, implementando políticas de turismo social contemporáneas a estas primeras propuestas europeas. Las primeras prácticas de turismo social en el país, aparecen durante el primer gobierno peronista, entre 1946 y 1955, período a partir del cual comienzan a destinarse fondos públicos al área de turismo, para beneficiar principalmente a la clase obrera.

Desde entonces, distintos gobiernos nacionales, provinciales y municipales impulsaron políticas de turismo social tendientes a facilitar el acceso al ocio a sectores vulnerables, como medida de inclusión. En la actualidad, tanto el Gobierno Nacional como el Provincial llevan adelante distintos programas de turismo social destinados a diferentes grupos sociales marginados, en base a la Ley Nacional de Turismo (25.997), que en su artículo n°2 declara al turismo como un “...derecho social y económico de las personas, dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre, y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades”.

Particularmente, el estudio de caso que interesa analizar en la presente tesis, el programa “¿Conocés Bahía?”, es una iniciativa del Área de Turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca, que permite que adultos mayores, personas con discapacidad, estudiantes, visitantes y público en general, puedan acceder a los atractivos turísticos del distrito, sin limitantes económicos, de salud, culturales o de distancia física. El estudio de dicho programa cobra relevancia, dado que a más de un lustro de su implementación y habiendo destinado recursos públicos en el área de manera sostenida, aun no existen estudios que permitan identificar sus

alcances y limitaciones. En este sentido, el desarrollo de esta tesis pretende realizar un aporte a la toma de decisiones en el ámbito municipal.

En el capítulo 1, se señalan los aspectos metodológicos que estructuran la investigación. En el Capítulo 2, tiene lugar el marco de referencia que contextualiza y sustenta conceptualmente el estudio de caso. En el Capítulo 3, se analiza el programa “¿Conocés Bahía?”, donde se desarrollan los elementos que caracterizan esta iniciativa pública, así como los principales actores involucrados. En el capítulo 4 se realiza un diagnóstico de lo analizando, para finalmente, en el Capítulo 5, desarrollar una propuesta integral y las reflexiones finales.

# **Capítulo 1:**

# **Abordaje**

# **metodológico**

## **1. Objetivos**

### **1.1. Objetivo general**

Analizar el programa turístico recreativo “¿Conocés Bahía?” en el ámbito de la ciudad de Bahía Blanca, identificando sus alcances y limitaciones.

### **1.2. Objetivos específicos**

- Analizar los actores públicos y privados que participan del programa turístico-recreativo.
- Describir los alcances del programa en la ciudad, determinando sus fortalezas y debilidades.
- Desarrollar lineamientos propositivos tendientes a fortalecer el carácter inclusivo de la iniciativa.

## **2. Hipótesis**

El programa turístico-recreativo “¿Conocés Bahía?” implementado por la Municipalidad de Bahía Blanca, contribuye al fortalecimiento de vínculos sociales y experiencias de aprendizaje, a la difusión de los atractivos locales, a la generación de ingresos adicionales a los comerciantes participantes y a una valoración positiva de la administración municipal.

## **3. Metodología y técnicas**

La tesis tiene un alcance descriptivo (Hernández Sampieri, 2006), que indaga en la implementación del programa turístico-recreativo “¿Conocés Bahía?”, sostenido por normas, actores y recursos públicos asignados a tal fin, y en sus alcances concretos en la estructura local, haciendo especial énfasis en la esfera social, cultural, económica y política. Como sostiene Hernández Sampieri (2006), el interés de estos abordajes está centrado en medir,



evaluar o recolectar datos sobre diversos aspectos del fenómeno a investigar para, de esta manera, describir lo que se está estudiando.

La investigación parte de un enfoque cualitativo, utilizando en determinados momentos del proceso variables cuantitativas. Entre las técnicas, se destaca: el análisis documental, que incluyó la revisión de normas, programas, estadísticas oficiales, registros de beneficiarios, que permitieron construir un primer análisis de la cuestión; tareas de observación participante en el terreno, que implicó la realización de los circuitos que ofrece el programa, permitiendo un contacto directo con los diferentes actores que participan de la gestión, así como con sus lógicas de interacción; y la realización de entrevistas a informantes clave, que contribuyeron a la obtención de información relevante en cada uno de los ámbitos de análisis. En este último caso, es dable destacar las entrevistas realizadas a: representantes de Área de Turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca, que permitieron configurar la valoración del programa desde la propia administración pública local, así como el fortalecimiento de sus lazos con la comunidad; prestatarios de servicios y comerciantes vinculados de forma directa e indirecta con el programa, para determinar los beneficios económicos de la iniciativa; beneficiarios del programa, para analizar la contribución de la propuesta en el fortalecimiento de sus relaciones sociales y el conocimiento de la ciudad; autoridades de las instituciones educativas participantes, para acreditar avances en el trayecto educativo de los alumnos; y presidentes de centros de jubilados, para dar cuenta de la inserción de los adultos mayores en las prácticas de ocio.

# **Capítulo 2:**

# **Marco de referencia**

#### 4. Turismo y recreación como derecho humano

El derecho al ocio se debe analizar en el marco de las conquistas obreras del siglo XX. Hasta ese momento, la exclusividad de las prácticas turísticas en sectores aristocráticos no se debía solo a una imposibilidad de gasto de los sectores asalariados, sino también a que no disponían de tiempo libre para el descanso. En este contexto, se comienza a desarrollar un marco normativo internacional referido al derecho al descanso diario, semanal y anual para las mayorías sociales (Muñiz, 2001).

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) fue la primera institución a nivel internacional en proclamar el derecho a las vacaciones pagadas con el Convenio 52 en 1936. Luego, siguieron la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre y la Declaración Universal de los Derechos Humanos, ambas en 1948, donde se afirma que toda persona tiene derecho al descanso y al tiempo libre, a una limitación razonable de las horas de trabajo y a vacaciones periódicas pagadas. Posteriormente, el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (1966), en su artículo 15, afirma que “toda persona tiene derecho al descanso, a la honesta recreación y a la oportunidad de emplear útilmente el tiempo libre en beneficio de su mejoramiento espiritual, cultural y físico” (ONU, 1966: artículo 15).

Sustentado en estas bases normativas, el Documento de Acapulco establece que:

“...el derecho al descanso, consecuencia natural del derecho al trabajo, debe afirmarse como un derecho fundamental para la felicidad del ser humano... La responsabilidad de los Estados no puede limitarse al simple reconocimiento de este derecho, sino que implica la creación de las condiciones prácticas y apropiadas para el acceso efectivo a las vacaciones de los que tienen derecho a ellas” (OMT, 1982: inciso 9).

El Código Ético Mundial para el Turismo que proclama la OMT reafirma esta concepción al sostener que la “... posibilidad de acceso directo y personal al descubrimiento de las riquezas de nuestro mundo constituirá un derecho abierto por igual a todos los habitantes de nuestro planeta” (OMT, 1999: artículo 7).

El recorrido por estos pronunciamientos manifiesta el lugar de vanguardia que supieron ocupar los países latinoamericanos en la proclamación del derecho a las vacaciones. Además de ser la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre el primer pronunciamiento que

se hace en ese sentido a nivel internacional, México y Brasil fueron los primeros países a escala mundial en ratificar el Convenio 52 de la OIT en 1938 y la Argentina, el séptimo en el año 1948 (Schenkel, 2013).

En este último caso, es dable destacar también que con la reforma constitucional argentina de 1994, la Convención Americana de los Derechos y Deberes del Hombre adquiere rango constitucional, ampliando el derecho a las vacaciones pagadas y al aprovechamiento del tiempo libre al conjunto social. Más tarde, la nueva Ley Nacional de Turismo, en el año 2005, declara al turismo como un derecho social y económico de las personas (Ley 25.997, artículo 2).

A pesar de estos pronunciamientos, actualmente siguen existiendo grandes dificultades para acceder a las prácticas turísticas y recreativas, sobre todo en países en vías de desarrollo, en los cuales las mayorías sociales aún presentan sus necesidades básicas insatisfechas (Getino, 2003). El turismo social aparece así como una medida inclusiva tendiente a facilitar las prácticas turísticas en aquellos colectivos que permanecen marginados (Muñiz, 2001).

La Declaración de Manila resalta la importancia del turismo social, definiéndolo en su artículo 10 como el “objetivo que la sociedad debe alcanzar para los ciudadanos menos favorecidos en el ejercicio del derecho al descanso”. Posteriormente, la Declaración de Montreal lo destaca como un instrumento de “reivindicación social” que conduce a la lucha contra las desigualdades y la exclusión” (1996: artículo 3), Anexo 1.

## **5. Turismo social como medida de inclusión**

El turismo social puede ser conceptualizado tanto de forma amplia, como específica. La primera concepción hace referencia a diferentes aspectos vinculados a la solidaridad a partir del desarrollo turístico, mientras que la segunda, se centra sólo en una de sus áreas, aquella relacionada a la subvención de las vacaciones (Schenkel, 2013).

Desde esta última perspectiva, Muñiz define al turismo social como:

“... el conjunto de actividades que genera una demanda turística caracterizada esencialmente por sus escasos recursos económicos, de manera que el acceso al ocio turístico puede producirse solo mediante la intervención de unos agentes operadores que actúan tratando de maximizar el beneficio colectivo” (Muñiz, 2001: 43).

La Organización Internacional de Turismo Social (OITS, 2010) en tanto, hace referencia a esta modalidad turística como los efectos y fenómenos derivados de la participación de los grupos de bajos ingresos, que es facilitada por iniciativas de carácter social. Fundamentado en garantizar el acceso al derecho al ocio sin ningún tipo de barreras, el turismo social busca que un mayor número de personas pueda acceder regularmente al ocio.

En Argentina, la Ley Nacional de Turismo (25.997) sancionada en 2005, en su artículo 38 se refiere al turismo social como aquella modalidad turística que “comprende todos aquellos instrumentos y medios que otorgan facilidades para que todos los sectores de la sociedad puedan acceder al ocio turístico en todas sus formas, en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad”.

Estas acciones vinculadas al turismo social pueden ser impulsadas tanto por agentes públicos como privados. En este último caso, concurre el accionar de numerosas asociaciones, destacándose los sindicatos, que pretenden contribuir al bienestar de sus afiliados y grupo familiar a partir de diferentes propuestas turísticas, entre las que se incluyen los complejos vacacionales propios. También existen federaciones de carácter nacional e internacional que reúnen a diferentes organizaciones que buscan el mismo objetivo (Muñiz, 2001).

Sin desconocer este accionar privado, el principal interventor en el área es el Estado, quien busca velar por el derecho al ocio mediante el impulso de diferentes medidas centradas en facilitar el acceso al turismo y la recreación a los sectores más vulnerables, como una forma de contención (OITS, 2010). En este marco, distintos países desarrollan planes y programas de este tipo a partir de políticas turísticas específicas, que buscan facilitar el desarrollo de estas prácticas en aquellos sectores que permanecen excluidos.

## 6. Turismo social y política turística

Velasco sostiene que la política turística puede entenderse como:

“... el conjunto, articulado y coherente, de decisiones y actuaciones que llevan a cabo los gobiernos con la intención de alcanzar unos objetivos determinados, en relación con los fenómenos de distinta naturaleza, que genera el proceso de atracción, estancia o residencia ocasional de ciudadanos, en el ámbito territorial de su competencia” (Velasco, 2002: 4).

La política turística es aquella que establece las directrices de ordenación, planificación, promoción y control de la actividad en un territorio. La autora argumenta que para su correcto diseño e implementación, requiere de diferentes instrumentos que deben desarrollarse en concordancia y complementariedad (Tabla 1), entre los cuales destaca:

1. Instrumentos organizativos. Son aquellos destinados a la administración del área. Concurren en tres tipos de organizaciones: las estructuras político administrativas tradicionales, que son organizaciones públicas destinadas a la gestión de la actividad y pueden constituir Ministerios, Secretarías o Consejerías de Turismo; las estructuras ejecutivas, que configuran órganos autónomos con competencia en un ámbito específico reconocidos por el gobierno; y las estructuras de cooperación público-privada, que representan organizaciones mixtas que asumen responsabilidades semejantes a aquellas de los decisores públicos.
2. Instrumentos programáticos. Constituyen aquellos planes y programas elaborados para un territorio concreto, como elemento central de cualquier política turística. Contienen los principales lineamientos que se implementarán luego mediante diferentes acciones públicas.
3. Instrumentos normativos o de ordenación. Contempla cualquier norma de carácter vinculante y de aplicación directa.
4. Instrumentos financieros. Constituyen estímulos económicos con el objeto de apoyar con recursos directos el desarrollo de la actividad.
5. Instrumentos de mejora del conocimiento. Incluye aquellas acciones de apoyo a la investigación en turismo y al desarrollo de estadística básica.

6. Instrumentos de comunicación. Destinados a concientizar a la población acerca de la importancia de la actividad y de su desarrollo sustentable.

Tabla 1

**Instrumentos asociados a la política turística**

	<b>CARÁCTER</b>	<b>OBJETO</b>
<i>Instrumentos organizativos</i>	Vinculante para la administración	Auto-organización
<i>Planes generales</i>	Programático	Impulso y planificación
<i>Programas</i>	Voluntario para los afectados	Impulso y planificación de área concreta de la política
<i>Instrumentos normativos</i>	Vinculante	Regulación y ordenación
<i>Instrumentos financieros</i>	Voluntario para los afectados	Fomento
<i>Instrumentos de mejora del conocimiento</i>	Voluntario	Difusión de formación e información
<i>Instrumentos de comunicación</i>	Simbólico	Difusión de valores

Fuente: Velasco, 2011.

En función de quiénes terminan siendo los destinatarios de estos instrumentos, existen diferentes políticas turísticas. Velasco (2005) define como políticas de promoción de turismo social a aquellas iniciativas destinadas a potenciales visitantes, con el objetivo de incentivar estas prácticas, principalmente en grupos vulnerables.

En cuanto a esta última política turística, Muñiz (2001) sostiene que a nivel internacional, existen tendencias que afectan su desarrollo:

- Tendencias globales: incremento del volumen de demanda y del número de instrumentos que intervienen en las políticas de turismo social.

- Tendencias demográficas: disminución de las tasas de natalidad, sumado al aumento de la esperanza de vida, reorienta el interés de las políticas de turismo social, hacia otros sectores como son la tercera edad o las personas con alguna discapacidad.
- Tendencias culturales: aumentos en los niveles educativos y culturales provocan mayor exigencia en la configuración de productos turísticos, que deben ser de mejor calidad.
- Tendencias económicas: restricciones presupuestarias, han obligado a los Estados a buscar nuevas vías de financiamiento. Asimismo, se observa una disminución del tiempo de trabajo que afecta a todas las actividades de ocio.
- Tendencias políticas: intervención de los Estados como actor subsidiario para el turismo social ante el nuevo contexto neoliberal.

En Argentina, la política de turismo social surgió en el primer gobierno peronista (1946-1955), asociada al principio de justicia social. Destinando por primera vez recursos públicos en el área, el peronismo puso en marcha una ambiciosa política inclusiva destinada a promover el acceso al turismo a los sectores obreros, que se habían beneficiado con el derecho a las vacaciones pagadas (Pastoriza, 2002).

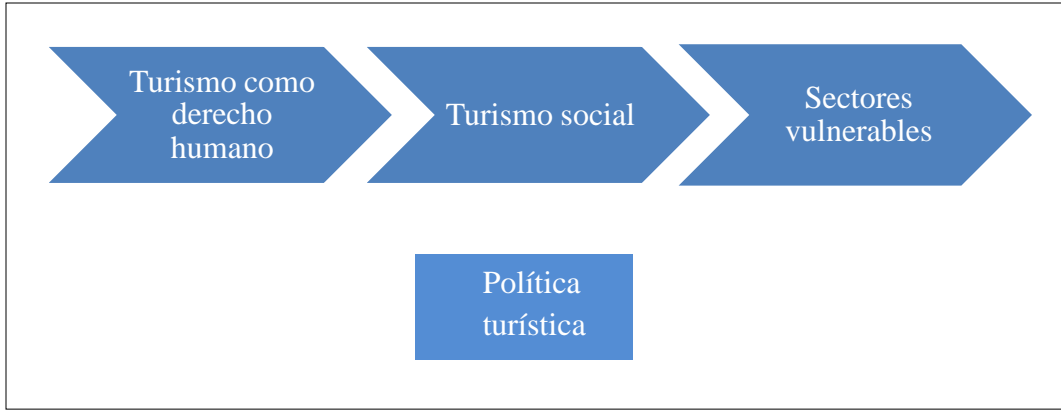
Las distintas acciones en el área incluyeron la construcción de complejos turísticos estatales en diferentes provincias del país, destacándose los casos de Embalse (en la provincia de Córdoba) y Chapadmalal (en Buenos Aires), que siguen sosteniendo el sistema de turismo social hoy en día. Según la historiadora Elisa Pastoriza (2002), en este periodo el turismo social adquiere una magnitud que no se repitió en ningún otro momento de la historia argentina.

Por lo anteriormente mencionado se puede decir que el turismo social surge a partir de la declaración del turismo como un derecho humano, y en este marco es impulsado por el propio Estado a partir de la implementación de distintas políticas turísticas, teniendo como objetivo facilitar el acceso a la práctica ocio a los sectores más vulnerables (Figura 1).



Figura 1

**La política de turismo social tendiente a facilitar el derecho al ocio**



Fuente: Negri, V., 2017.

# **Capítulo 3:**

# **Análisis del caso de**

# **estudio**

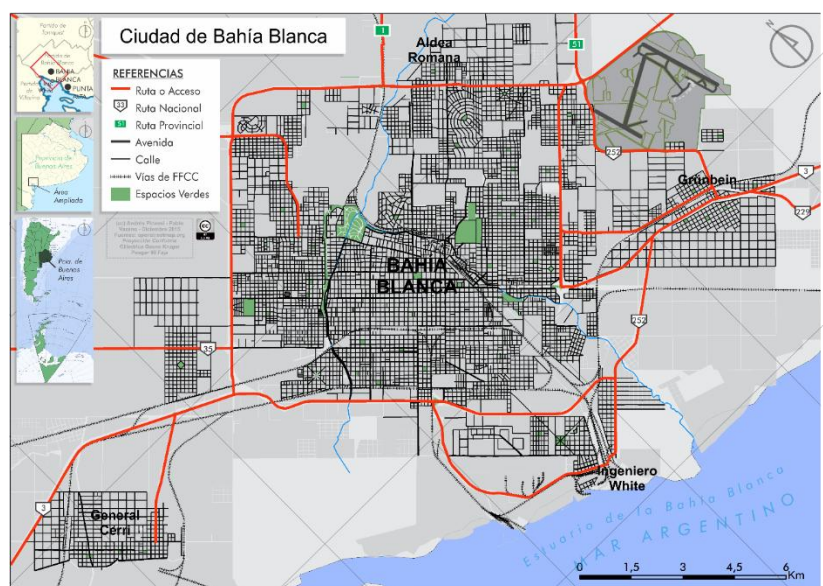
## 7. Bahía Blanca como área de estudio

Bahía Blanca se localiza en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires (Figura 2), en la Región Pampeana, sobre la costa del Océano Atlántico, a 690 km de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Municipalidad de Bahía Blanca, 2016). Limita con los partidos de Coronel Rosales, Coronel Pringles, Tornquist y Villarino. Es la ciudad cabecera del partido homónimo, que también incluye las localidades de General Daniel Cerri, Ingeniero White y Cabildo. Se encuentra conectada con el resto de la provincia y el sur del país, a través de múltiples carreteras (Rutas Nacionales N° 33, 35, 3 y 22 y Ruta Provincial N° 51). También se puede acceder por ferrocarril, vía aérea o marítima.

Bahía Blanca es una ciudad de carácter intermedio, caracterizada por funcionar como abastecedora de servicios, principalmente sanitarios, educativos y culturales, y como centro administrativo de relevancia para la región. Por otro lado, cuenta con una importante actividad industrial debido a la presencia del Polo Petroquímico, emplazado hacia el sur del centro urbano, en proximidades a Ingeniero White. A su vez, la ciudad complementa su sector productivo, con un grupo de pequeñas y medianas empresas dedicadas a producir bienes y otros servicios, además de los destacados (Municipalidad de Bahía Blanca, 2017).

Figura 2

### Localización de Bahía Blanca



Fuente: Pinassi, A., 2016.

## 8. Breve reseña histórica<sup>1</sup>

El 11 de abril de 1828, arribó a la zona la expedición que había partido una semana antes desde el Fuerte Independencia (Tandil), bajo el mando del Coronel Ramón Bernabé Estomba, y se fundó ese mismo día la Fortaleza Protectora Argentina, fuerte de avanzada territorial. Alrededor de esta fortaleza comenzó a erigirse la comunidad que daría origen a la localidad de Bahía Blanca.

Los primeros años del fuerte, significaron una dura etapa para la consolidación del poblado que allí se había instalado, ya que debieron sortear diferentes situaciones que hicieron peligrar su permanencia en ese territorio, como los ataques de las comunidades originarias de la región. El último de estos ataques ocurrió el 19 de mayo de 1859. La Legión Agrícola Militar, que en 1856 fundó y se instaló en la Colonia Nueva Roma, fue el primer emplazamiento de un grupo de inmigrantes en las inmediaciones de la fortaleza.

La llegada del ferrocarril en 1884 impulsó el desarrollo económico de la ciudad, ya que permitía que la producción agrícola de la zona pudiera ser trasladada. Esto provocó que la región creciera aún más en infraestructura, gracias a la construcción de barracas, puertos, barrios, vías, depósitos y un muelle de hierro en Ingeniero White, que facilitó el intercambio comercial. Se produjo un crecimiento demográfico por esta época que se debió a la llegada de inmigrantes europeos (en su mayoría italianos y españoles), que se instalaron en la zona para trabajar la tierra.

Bahía Blanca fue reconocida como ciudad el 22 de octubre de 1895, cuyo primer intendente municipal fue el Sr. Teófilo Bordeau. Para los festejos del centenario de la ciudad en 1928, se produjeron importantes obras arquitectónicas y escultóricas, como el Palacio de Tribunales, la Fuente de los Ingleses y el Monumento de la Colectividad Israelita en la Plaza Rivadavia y el de los Fundadores en el Parque de Mayo. Asimismo, en Avenida Alem se erigieron algunas mansiones de carácter monumental.

---

<sup>1</sup> Reseña confeccionada a partir de: Weinberg y Otros (1978), Viñuales y Zingoni (1990), Puliafito (2010) y Municipalidad de Bahía Blanca (2017).

A partir de 1930, se realizaron importantes obras para la ciudad, como la construcción de rutas que la vinculan con distintas regiones del país, la creación de la Universidad Nacional del Sur en 1956, de la Facultad Regional de la Universidad Tecnológica Nacional y el CONICET, entre otras organizaciones de relevancia. La instalación de estas instituciones, produjeron grandes cambios demográficos, ya que comenzó a arribar un importante número de profesionales y estudiantes provenientes de distintos sitios y se logró dar oportunidad a los residentes que debían migrar a otras localidades para poder realizar carreras profesionales.

En la actualidad, Bahía Blanca cuenta con una población estable de aproximadamente 300.000 habitantes. Por su magnitud poblacional, se ubica en el decimoséptimo centro más poblado de Argentina, mientras que en el ámbito de la provincia de Buenos Aires, ocupa el cuarto lugar. Además, es la segunda de las poblaciones costeras, detrás de Mar del Plata. Nuclea importantes industrias y continúa siendo un importante centro comercial de toda la zona sur de la provincia de Buenos Aires, a la vez que también es punto ineludible de tránsito de turismo hacia la Patagonia, como ciudad de escala (Municipalidad de Bahía Blanca, 2017).

## **9. Análisis del programa turístico-recreativo: “¿Conocés Bahía?”**

### **9.1. Características del programa**

El Programa “¿Conocés Bahía?” es una iniciativa turístico-recreativa que desde el año 2012 ofrece el Área de Turismo, perteneciente al Instituto Cultural de la Municipalidad de Bahía Blanca, cuyo objetivo principal es difundir las características del patrimonio territorial del partido, a partir de visitas guiadas. En este marco, se ofrecen diferentes recorridos por la ciudad y la zona, brindando el servicio de transporte y guiado totalmente subvencionado para escuelas públicas, centros de jubilados y público en general, mientras que las escuelas privadas deben costear la movilidad.

Es necesario aclarar, que si bien desde el Área de Turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca, se le da al programa el carácter de “turístico-recreativo”, a partir de las características

que se describirán a lo largo de la presente tesina, el mismo adquiere solamente la connotación de recreativo.

El programa se estructura, para grupos escolares, en base a cuatro salidas semanales, en dos bloques horarios, con turnos de mañana y tarde, los días miércoles y jueves, ofreciendo los recorridos a lo largo del ciclo lectivo; mientras que al público en general las salidas son mensuales, los días sábados. Las visitas tienen una duración aproximada entre una hora y media y tres horas, dependiendo del público receptor y las distancias que haya que recorrer. Todos los circuitos parten desde el Palacio Municipal bahiense; en el caso que el contingente haya solicitado el servicio de transporte, el ómnibus se dirige hacia la escuela para buscar al grupo y desde allí inician el recorrido. Los guías de turismo encargados de realizar las visitas son dos personas formadas en el área: Diego Herlein y Cristian Yañez (Guías Universitarios en Turismo y miembros de la Asociación de Profesionales en Turismo).

Por cuestiones de seguridad y comodidad en manejo de grupos, se aceptan contingentes de hasta 52 personas por guía. Sin embargo, en la entrevista realizada a Diego Herlein (2017), considera que los grupos no deberían superar las 40 personas.

La inscripción a este programa se efectúa personalmente en la Oficina de Informes Turísticos, ubicada en Drago 45, planta baja, de la localidad de Bahía Blanca, o bien por mail o vía telefónica. Hubo un intento de efectuar las inscripciones al programa a través de un sistema web, pero por fallas internas de programación, esta opción quedó desestimada (Herlein, D., 2017).

Al estar dirigido a públicos variados y con distintas expectativas, ninguna salida es igual a la otra, ya que cada grupo es diferente en cuanto a conocimiento, intereses, experiencias previas, etc. Herlein señala como aspecto positivo del programa la interacción que se genera entre las personas, sean público en general, escolar o adultos, favoreciendo el intercambio de información y vivencias.

Durante los recorridos, se puede apreciar el patrimonio histórico cultural que forma parte de los circuitos, así como también los espacios verdes con los que cuenta la ciudad. En este sentido, Diego Herlein (2017) afirma: "...En muchos paseos asisten personas que han

desarrollado actividades en el puerto, por ejemplo, o en algún lugar relacionado a las distintas temáticas en las que se desarrollan las visitas y esto enriquece al conocimiento personal y al discurso de cada visita”.

## **9.2. Circuitos turísticos ofrecidos en el programa**

Los circuitos del Programa se articulan en función de los destinatarios. En cuanto al grupo de escolares, el Municipio ofrece cuatro recorridos: Camino de los Puertos, Camino de los Parques, Camino de los Fortines, Lanera y Frigoríficos y Camino del Centro Histórico. Cada uno de los circuitos presenta sus propias características, en este sentido el guía a cargo de los recorridos afirma: “Cada circuito muestra distintos aspectos de la ciudad; permiten acercar conocimientos de Bahía Blanca a la gente que vive acá, pero que ignora sobre los atractivos que tenemos” (Herlein, 2017).

A continuación, se describen cada uno de los circuitos ofrecidos, con sus principales atractivos:

- **Camino de los Puertos**

En el circuito de Puertos, se pueden visitar diferentes atractivos relacionados con la historia del puerto y el ferrocarril y el presente industrial de la localidad de Bahía Blanca (Figura 3). Lo integran: el Museo Taller Ferrowhite y el Museo del Puerto, en Ingeniero White. A partir del año 2017, se incorporó el Club Náutico como un punto de interés. El paseo tiene una duración aproximada de dos horas y media.

En la entrevista realizada a Diego Herlein (2017), cuenta que en algunas ocasiones, se da un espacio para que el grupo pueda merendar en La Cocina del Museo del Puerto, servicio que prestan las “Amigas del Museo”, pero esto solo se da si el grupo lo solicita con anticipación. No es un servicio que se preste a menudo, ya que en su gran mayoría (aproximadamente un 80%), las escuelas que realizan las visitas no se encuentran en condiciones económicas de costearlo.

Liliana, una persona participante dentro de una salida de público en general, en una entrevista realizada (2017), sostiene que este tipo de programas ayuda a que se conozcan distintos lugares de Bahía Blanca y su historia, pero opina que en este circuito ella no pudo apreciar de forma total la importancia que tiene a nivel nacional e internacional el puerto de la ciudad.

Asimismo, personal que trabaja tanto en el Museo del Puerto como en Ferrowhite, sostienen que están altamente conformes con el interés demostrado por cada uno de los distintos grupos que visitan ambos lugares. Destacan especialmente lo “sorprendidos que quedan los alumnos” de las escuelas participantes, al apreciar la magnitud de la Usina General San Martín (Empleado de Ferrowhite, 2017).

Figura 3

**Público en general realizando el recorrido por los puertos**



Fuente: Negri, V., 2013.



- **Camino de los parques**

Durante el recorrido por Barrios y Parques, se visita la zona fundacional de la ciudad, el centro comercial, el Teatro Municipal, las zonas residenciales de Avenida Alem, Barrio Universitario y Barrio Palihue y las principales áreas verdes, el Parque de Mayo y Paseo de las Esculturas (Figura 4). También pueden conocerse el Museo de Ciencias, el Museo Histórico y el Museo de la Aviación Naval. Tiene una duración aproximada de 2 horas.

Una maestra que acompañó a un grupo de alumnos, sostiene que este tipo de programas tiene un impacto positivo. En la entrevista realizada, afirma que: “Hay nenes que conocen el Parque de Mayo gracias a esta iniciativa, pudiendo disfrutar así un tiempo en este espacio verde tan importante de la ciudad” (Docente Escuela N° 34, 2017).

En una misma línea, un empleado entrevistado del Museo Histórico señala que: “Es bueno que los chicos puedan venir al museo, ya que si no fuera por este programa, no lo hubieran hecho. Les sirve para aprender más sobre la historia de la ciudad”. Aunque aclara que deben tener “... sumo control sobre los alumnos ya que, por curiosidad, terminan tocando algunos elementos del museo que no está permitido tocar” (Empleado del Museo Histórico, 2017).

Figura 4

**Alumnos de la escuela 34 realizando la visita por el Parque de Mayo y Rosedal**



Fuente: Municipalidad de Bahía Blanca, 2017.

- **Camino de los Fortines, Lanera y Frigoríficos**

En la visita a General Daniel Cerri, se recorre el casco histórico de la localidad, el antiguo Frigorífico y Lanera Argentina y el Museo Fortín Cuatreros (Figura 5). Tiene una duración aproximada de 1 hora y media.

En las entrevistas realizadas a residentes de la localidad, éstos expresan la sorpresa que significó recibir los primeros contingentes. Un lugareño afirma que: “En un principio llamaba la atención cuando veíamos entrar en el pueblo algún colectivo extraño... No estamos acostumbrados a recibir visitantes, salvo cuando hay partidos de fútbol. Es lindo que quieran conocer nuestra historia...”. Del mismo modo, un empleado del museo Fortín Cuatreros, valora positivamente el programa, destacando que “los chicos que vienen con su escuela, después quieren volver con sus familias” (Empleado del Museo Fortín Cuatreros, 2017).

Entre las limitaciones que los residentes ven del recorrido, se destaca la falta de tiempo para que los visitantes puedan recorrer el pueblo. Uno de los relatos señala: “Es una lástima que solo pueden ver los edificios por fuera; si pudieran ingresar a los mismos sería una experiencia aún más beneficiosa”. Por otro lado, las visitas suelen ser de alumnos de escuelas, solo una vez al año realiza este recorrido el público en general. Esto hace que los comerciantes no noten modificaciones en sus ventas a raíz de este programa.

Figura 5

**Alumnos de la escuela 64 realizando la visita por General D. Cerri**



Fuente: Municipalidad de Bahía Blanca, 2017.

- **Camino del centro histórico**

Por último, durante el paseo por el Centro Histórico, se camina a lo largo de la Plaza Rivadavia, apreciando su historia a partir de los monumentos que allí se localizan y los edificios que la rodean, destacándose: el Palacio Municipal, la Catedral Nuestra Señora de la Merced, ex edificio del diario La Nueva Provincia, el Banco Nación, el Palacio de Tribunales, la Aduana, la Bolsa de Comercio, la Biblioteca Bernardino Rivadavia, el Correo Argentino (Figura 6). En ocasiones también se concurre al Museo del Deporte. Debido a la cercanía de los distintos atractivos turísticos que se visitan, éste es el único recorrido que no requiere de transporte, ya que se realiza completamente a pie. Tiene una duración aproximada de 1 hora y media.

Los usuarios de este recorrido destacan especialmente aspectos de conocimiento de la ciudad y la interacción con otras personas con intereses en común. Entre los relatos, una beneficiaria afirma: “Siempre hay algo nuevo que conocer en nuestra ciudad y siempre hay algo que nos sorprende; es necesario que los bahienses conozcamos lo nuestro, sino no podemos valorar lo que tenemos”. Sin embargo, ella también opina que hace falta más difusión del mismo “... podría aparecer en TV o radio”.

Otra persona que participó de esta visita, sostiene como positivo que gracias al programa, pudo tomar conocimiento de datos que no conocía de la ciudad, permitiendo así que pueda valorar otros lugares o recursos: “Me parece que contribuye a generar más identidad con la ciudad por parte de sus propios habitantes”. Además de destacar también el problema de la falta de difusión de la propuesta turística, señala como otra limitación a resolver, la cuestión del público: “Parece una salida solo para adultos mayores y se torna pesada la salida; deberían buscar la forma de atraer a otros grupos” (Entrevista a participante del programa, 2017).

Figura 6

**Público en general visitando el Centro Histórico**

Fuente: Negri, V., 2013.

En el caso de las visitas abiertas al público en general, además de los cuatro recorridos ya mencionados, también se ofrecen distintos circuitos en función de la época del año y la demanda que pudiera existir. Este tipo de visitas se realizan una vez por mes, los días sábados. Las personas interesadas deben inscribirse previamente en la Oficina de Informes Turísticos. La planificación de estos circuitos se realiza a fin de cada año, a partir de los comentarios y sugerencias del propio público, sobre qué lugares le interesa conocer. Aun así, Diego Herlein afirma que hay ciertas temáticas “fijas”, tales como Carnaval, Puertos, Cabildo y la Libertad Religiosa. Incluso a modo de “prueba piloto” destaca que este año se ofreció un nuevo circuito por el barrio Bella Vista.

En la actualidad se ofrecen, además de los anteriores destacados, cinco recorridos para este público: Camino del Riel, Camino del Básquet, Camino Rural Cabildo, Camino de los Museos y Circuito La Libertad Religiosa en Bahía Blanca.

- **Camino del Riel**

El recorrido transita por la arquitectura ferroviaria en el trayecto que articula la ciudad con el puerto. Se observan usinas, elevadores, mercados de acopio, estaciones, aduanas y el propio puerto. Se recorren: mercado de concentración de lanas, cueros y frutos Victoria, usina del BAP (Buenos Aires al Pacífico), viejo camino a puertos, Estación Spurr, Museo del Puerto (ex edificio de la Aduna), Complejo de puentes “La Niña”, usina del puerto y Museo Taller Ferrowhite.

Es dable destacar que no es un recorrido que se realice con frecuencia. Forma parte de las opciones que ofrece el Área de Turismo de Bahía Blanca, para que el público en general pueda realizar, pero eso no asegura que se haga a lo largo del año. En la entrevista con personal del área, señalan que se planifica esta salida solo si hay un grupo que lo demande.

Por lo mencionado anteriormente, varios comerciantes de la zona involucrada, afirman que no ven modificaciones en sus ventas. Algunos hasta desconocían su existencia. En una misma línea, desde el Museo del Puerto, sostienen que “... no es gracias a este circuito que tengamos afluencia de gente en el museo” (Empleado del Museo del Puerto, 2017).

- **Camino del básquet**

Se difunde la historia de este deporte, los principales clubes y aquellos jugadores e ídolos que han llevado a que la ciudad sea reconocida como “la capital del básquet”. En este caso, se visitan los clubes Estudiantes, Olimpo y Bahiense del Norte, la Asociación Bahiense de Básquet y el Museo del Deporte.

En la entrevista realizada al presidente de la Asociación Bahiense de Básquet, el mismo lamenta la poca frecuencia con la cual se realizan estas visitas, afirmando que: “Siendo Bahía ciudad capital del básquet, es una pena que este circuito no se realice periódicamente. El básquet es un deporte que caracteriza la ciudad y atrae a muchas personas que quieren conocer

su historia, sobre todo a partir de la participación de Manu Ginobili en la NBA” (Presidente de la Asociación Bahiense de Básquet, 2017).

En una misma línea, en la entrevista realizada al presidente del Club Bahiense del Norte, señala que: “Hemos recibido visita de familias que vienen desde afuera a conocer el club donde se formó Manu Ginobili, pero no así de grandes grupos que vengan por este programa... Está bueno que se ofrezcan este tipo de salidas, pero dada la importancia que tiene el deporte en la ciudad, sería bueno que se realice con mayor frecuencia” (Presidente Club Bahiense del Norte, 2017).

- **Camino Rural Cabildo**

En las calles de la localidad de Cabildo, ubicada a un poco más de 50 km de Bahía Blanca, se observan edificaciones con un relevante valor histórico-arquitectónico, conformando lugares de memoria cargados de anécdotas: ex hotel Italia y ex hotel Recreo, Plaza de Mayo, Parroquia San José, Sociedad Italiana, ex Correo, planta de acopio de cereales, cancha de fútbol del Club Pacífico, usina eléctrica y Frigorífico Cabildo.

En las entrevistas realizadas a los residentes de la localidad, se pueden ver distintas percepciones acerca del arribo de estos contingentes. En este sentido, una vecina señala: “... que la gente visite la localidad es lindo, porque tenemos mucha historia para mostrar, pero tenemos que tener cuidado porque el arribo de tantas personas juntas, atenta con la tranquilidad del pueblo y nos sentimos inseguros” (Vecina de la localidad de Cabildo, 2017).

- **Camino de los Museos**

Este recorrido abarca más de 27 espacios culturales, entre museos y salas de exposiciones, que permiten conocer la historia de Bahía Blanca y descubrir expresiones culturales de sus artistas. Es una oferta muy variada, que involucra la historia de los inmigrantes que vinieron a instalarse y trabajar en Bahía Blanca, la vida de célebres personalidades, las ciencias, el arte bahiense y la historia de la aviación.

Desde el Instituto Cultural de Bahía Blanca, ven de forma positiva que las personas puedan acceder de manera gratuita a través de este programa a los distintos museos: “Cada museo

muestra una parte distinta de la historia de la ciudad y está bueno que los chicos desde pequeños puedan conocerla” (Personal del Instituto Cultural de Bahía Blanca, 2017).

Es el único recorrido que no cuenta con un itinerario definido ya que éste se puede hacer de forma independiente o bien se incluye en los circuitos anteriormente mencionados. Los principales museos a visitar son: Museo y Archivo Histórico de Bahía Blanca; Museo de Bellas Artes y Arte Contemporáneo; Museo-taller Ferrowhite; Museo del Puerto; Museo de Ciencias; Museo Fortín Cuatrerros; Museo del Deporte; Museo de la Aviación Naval Argentina; Museo y Parque Estereoscópico “El Histórico”; Museo de Ciencia y Técnica; y Fundación Ezequiel Martínez Estrada.

Como se mencionara, este camino no tiene un itinerario definido, por lo tanto desde varios museos consultados no notan una alta afluencia de público por el mismo, sino que afirman que “... quienes visitan el museo lo hacen dentro de otros circuitos” (Personal del Museo Histórico, 2017).

- **Circuito La libertad religiosa en Bahía Blanca**

Es un recorrido creado a partir de la Ordenanza Municipal N° 17.322 del año 2013, cuyo objetivo principal es conocer la diversidad de cultos existentes en la ciudad a través de la puesta en valor de su patrimonio tangible e intangible. Este circuito comenzó a implementarse desde el año 2015 e incluye la visita a: Iglesia Wesleyana Independiente, Templo Ase da Osanla, Iglesia Jesucristo de los Santos de los Últimos Días, Iglesia Catedral Nuestra Señora de la Merced, Iglesia Adventista del Séptimo Día, Iglesia Evangélica Valdense, Iglesia Pueblo Nuevo y la Iglesia del Río de la Plata.

Una de las personas que realizó este recorrido, destaca: “Me gusta que en la ciudad se ofrezcan circuitos así. Siempre me interesó conocer las distintas culturas religiosas y esto es una excelente forma. Sirve para saber por qué la gente tiene fanatismo por una religión o la otra” (Beneficiaria del programa, 2017).

Entre las dificultades del circuito, aparece su diagramación, debido a que se debe adaptar los horarios de las visitas a cada templo, en función de los distintos rituales que tiene cada

religión. Esto hace que en ocasiones deba “perderse tiempo” para poder acceder a cada edificio en el momento que sea posible (Personal del Área de Turismo, 2017).

### **9.3. Actores que participan del programa**

De acuerdo a Subirats et al (2008), los actores se clasifican de acuerdo a su naturaleza, sea pública (aquellos participantes de la administración gubernamental) o privados (aquellos que, actuando fuera de la estructura de gobierno, se movilizan por un interés social o económico).

Los actores que participan del programa, se pueden clasificar en tres categorías: los *agentes públicos*, encargados del diseño e implementación del programa, dentro de los que se encuentran involucradas distintas áreas de la Municipalidad de Bahía Blanca, además de las dependencias del Instituto Cultural; los *agentes privados*, que cumplen diferentes funciones en la gestión de los itinerarios; y los propios *destinatarios*, que constituyen los beneficiarios finales de la iniciativa, disfrutando de los diferentes recorridos a precios subsidiados (Tabla 2).



Tabla 2

**Actores que participan del programa**

Destinatarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alumnos en edad escolar (escuelas públicas y privadas)</li> <li>• Adultos mayores</li> <li>• Personas con discapacidad</li> <li>• Público en general (visitantes y residentes)</li> </ul>	
Agentes públicos	Municipalidad de Bahía Blanca	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Área de Turismo (Instituto Cultural)</li> <li>• Subsecretaría de Educación</li> <li>• Oficina de compras</li> </ul>
	Los museos y espacios culturales como dependencias del Instituto Cultural de la Municipalidad de Bahía Blanca	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Museo del Puerto de Ingeniero White</li> <li>• Museo-Taller Ferrowhite</li> <li>• Museo y Archivo Histórico de Bahía Blanca</li> <li>• Museo del Deporte</li> <li>• Museo Fortín Cuatros</li> <li>• Teatro Municipal de Bahía Blanca</li> </ul>
	Ministerio de Defensa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Museo de la Aviación Naval</li> </ul>
Agentes privados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas de transporte</li> <li>• Mercado de concentración de lanas, frutos y cueros Victoria</li> <li>• Fundación Ezequiel Martínez Estrada</li> <li>• Museo de Ciencia y Técnica</li> <li>• Club Olimpo</li> <li>• Club Estudiantes</li> <li>• Club Bahiense del Norte</li> <li>• Asociación Bahiense de Básquet</li> <li>• Club Náutico</li> <li>• Club Pacífico de Cabildo</li> <li>• Artesanos de la localidad de Cabildo</li> </ul>	

Fuente: Negri, V., 2017.

**9.3.1. Destinatarios**

Este programa está destinado principalmente a instituciones educativas, públicas o privadas, de todos los niveles del ámbito local. De las entrevistas realizadas a maestros y alumnos participantes del programa, se observa una gran aceptación del mismo, ya que permite que estudiantes de distintos barrios de la ciudad puedan conocer sitios de Bahía Blanca a los que

por sus propios medios no pueden acceder. Además, comentan que los alumnos pueden aprender aún más sobre la historia de la ciudad (Docente de la Escuela N° 64, 2017).

En el caso del público en general, las visitas son una vez por mes y aquellos interesados en participar, deben anotarse previamente. En su gran mayoría, el público participante, son residentes de la ciudad de Bahía Blanca; según las entrevistas realizadas a funcionarios del Área de Turismo, es mínimo el número de participantes que provienen de otras localidades. Al igual que con los grupos escolares, en las entrevistas realizadas durante los distintos recorridos, arrojaron un alto nivel de aceptación del programa. La gente está conforme y valoran que se pongan en valor los recursos históricos y culturales que tiene la ciudad. Asimismo, Paula (2017), una beneficiaria destaca como aspecto negativo, que hay poca difusión de los recorridos, sostiene que: "... del circuito por Cabildo nos enteramos de casualidad y demasiado cerca a la fecha de realización del mismo".

En el caso de las personas con discapacidad, en el Área de Turismo afirman que reciben solicitudes de distintas escuelas especiales y que son consideradas de igual manera que el resto de las escuelas. Sin embargo, las tareas de observación participante ponen de manifiesto que ningún recorrido cuenta con traductores de lengua de señas, que los lugares a visitar no están adaptados para personas con movilidad reducida y que la mayoría de los ómnibus no cuentan con unidades adaptadas<sup>2</sup>.

En este sentido, beneficiarios del programa manifiestan que el mismo no les resulta del todo accesible. Un beneficiario destaca particularmente que: "... los recorridos no están preparados para personas ciegas" (Acompañante de una persona con discapacidad visual que participó de la visita, 2017).

Por último, también se reciben solicitudes de algunos centros de jubilados que desean realizar los circuitos. Estas salidas no ocurren con frecuencia, solo en las ocasiones en que estas instituciones solicitan turno. "Es fascinante el intercambio que se produce entre los adultos mayores y el guía que se encarga de la visita. Los abuelos tienen muchas anécdotas que contar

---

<sup>2</sup> En este último caso, según entrevistas con responsables del Área de Turismo de Bahía Blanca, en ocasiones especiales se ha solicitado con tiempo unidades a Bahía Transporte Sapem, las cuales sí están adaptadas.

de que lo ya vivieron, que enriquece el paseo” (Entrevista a responsable de la División Adultos Mayores de la Municipalidad de Bahía Blanca, 2017).

### **9.3.2. Agentes públicos**

La principal área municipal que interviene en el programa es el Área de Turismo, perteneciente al Instituto Cultural, que centraliza la gestión de las prestaciones. También tiene participación la Subsecretaría de Educación, que hace de nexo con el Consejo Escolar y la Jefatura de Inspección, autorizando las lecciones paseo de los escolares. La Oficina de Compras en tanto, es la encargada de realizar el llamado a licitación para la contratación del transporte y asignar el mismo en función de los precios presentados.

Esta distribución de funciones entre las diferentes áreas gubernamentales, acompañada en muchos casos por la falta de comunicación entre las mismas y la omisión de normas y procedimientos, origina algunas dificultades en la gestión del programa, como sucede por ejemplo con la financiación de cada una de las prestaciones. En este último caso, al no disponer el área de turismo de presupuesto propio, sino que depende de una partida presupuestaria del Instituto Cultural, ni tampoco de una ordenanza municipal que regule el programa, en muchos casos dificulta la disposición de los fondos en el tiempo que se requiere (Personal del Área de Turismo, 2017).

Por otra parte, también participan del programa los museos que dependen del Instituto Cultural de Bahía Blanca, que actúan como articuladores de los recorridos. Entre los cuales, se destacan: Museo del Puerto de Ingeniero White, Museo-Taller Ferrowhite, Museo y Archivo Histórico de Bahía Blanca, Museo del Deporte, Museo Fortín Cuatrerros. Asimismo interviene el Museo de la Aviación Naval, este último perteneciente a la Armada Argentina, dependiente del Ministerio de Defensa. Por otro lado, también se configura como un atractivo relevante el Teatro Municipal.

### 9.3.3. Agentes privados

El programa provee del servicio de transporte para realizar los circuitos a aquellas escuelas públicas que no cuenten con los medios necesarios para desplazarse. El mecanismo de selección de las empresas es a través de licitación pública y abierta, solicitada desde el Área de Turismo. Este servicio de transporte se utiliza en todos los itinerarios, a excepción del circuito por el Centro Histórico, ya que éste es el único paseo que se realiza totalmente a pie. Las empresas que han participado a lo largo del tiempo en los distintos recorridos son: Transporte Sierra MAR, Transporte Ronán, Transporte Panciroli, Transporte Zamora, Transporte La Patagonia y Fabi Transporte.

Es dable destacar que en el último semestre del año 2017 se han visto interrumpidas las prestaciones de servicio de transporte para las salidas con público escolar, a causa de la interrupción de las partidas presupuestarias del municipio (Entrevista a autoridad del Área de Turismo de Bahía Blanca, 2017).

Por otra parte, tienen participación en los recorridos, instituciones como la Fundación Ezequiel Martínez Estrada, el Museo de Ciencia y Técnica, Club Estudiantes, Club Olimpo, Asociación Bahiense de Básquet, Club Bahiense del Norte, estas últimas cuatro instituciones intervienen en el recorrido a través del Camino del Básquet. De las entrevistas realizadas a dirigentes de los distintos clubes, se observa que la inclusión de los mismos dentro de los recorridos, les permite difundir las distintas actividades que se ofrecen en cada institución deportiva, incorporando incluso algún nuevo socio.

Los artesanos de la localidad de Cabildo en tanto participan del programa vendiendo sus manualidades a los contingentes que llegan al lugar, destacando que “la gente siempre se queda mirando nuestras artesanías y compran lo novedoso (Artesano de Cabildo, 2017).

Finalmente resulta necesario referir a la injerencia indirecta que tienen los comerciantes con locales en áreas próximas a los recorridos. En las entrevistas realizadas a distintos comerciantes de las zonas involucradas, éstos coinciden en señalar que sus ventas no se ven modificadas a raíz de la realización de los distintos recorridos. Sostienen que “... los participantes no tienen tiempo dentro de la visita para comprar”. Sin embargo, pueden generar

un beneficio a futuro con alguna compra. En este sentido, una empleada de un local de ropa ubicado en el centro de la ciudad de Bahía Blanca, señala: “Me contó (una beneficiaria) que vio esa remera mientras estaba haciendo una visita con la Municipalidad por el centro y después vino a comprarla”.

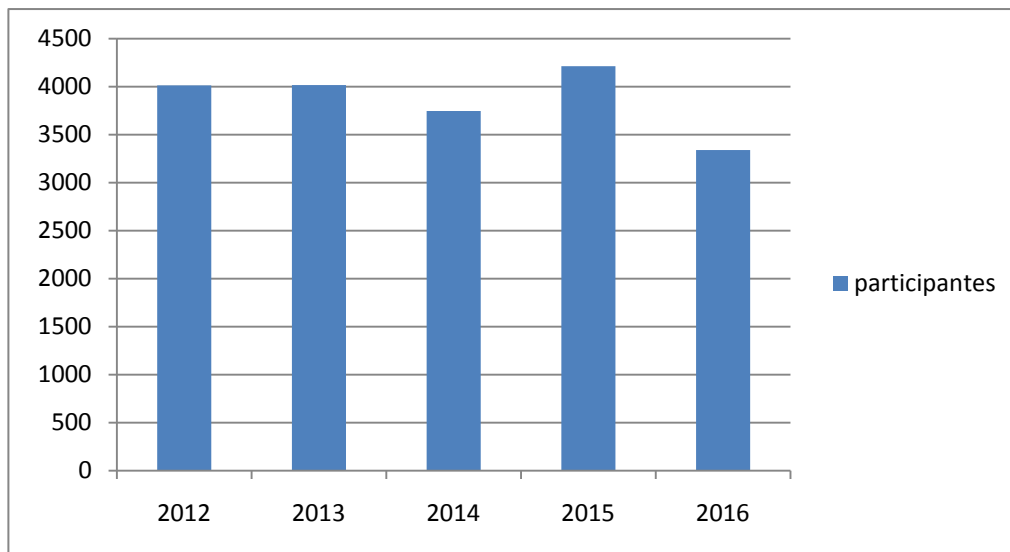
#### **9.4. Alcances del programa**

Desde que se creó el programa, en el año 2012 la cantidad de demanda por parte de las escuelas ha aumentado considerablemente. Esto obligó al Área de Turismo a tener que realizar dos llamados en el año, para solicitar los turnos correspondientes (uno en febrero/marzo y el segundo en la época del receso invernal).

En cuanto a las salidas mensuales que se realizan con público en general, también suele tener una gran afluencia, completando el cupo de 52 personas que se admiten por visita. Por otra parte, los otros dos grupos beneficiarios del programa (personas con discapacidad y adultos mayores), no cuentan con salidas regulares, pero cuando se pacta algún tipo de recorrido, se logra llenar rápidamente el cupo.

Según datos del Área de Turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca, el total de participantes desde 2012 fueron 19.455 personas. Como se observa en la figura 7, en los últimos años se ha logrado superar la meta propuesta de 3.500 participantes por año, siendo el 2015 el período con mayor participación, alcanzando un total de 4.212 personas en total. Cabe aclarar, que en 2016 no se logró llegar a la meta propuesta, debido a una demora en la licitación del transporte, que provocó que varias escuelas que ya tenían su turno asignado, no pudieran realizar los circuitos. Este último año las prestaciones descendieron significativamente, con un porcentaje cercano al 20%.

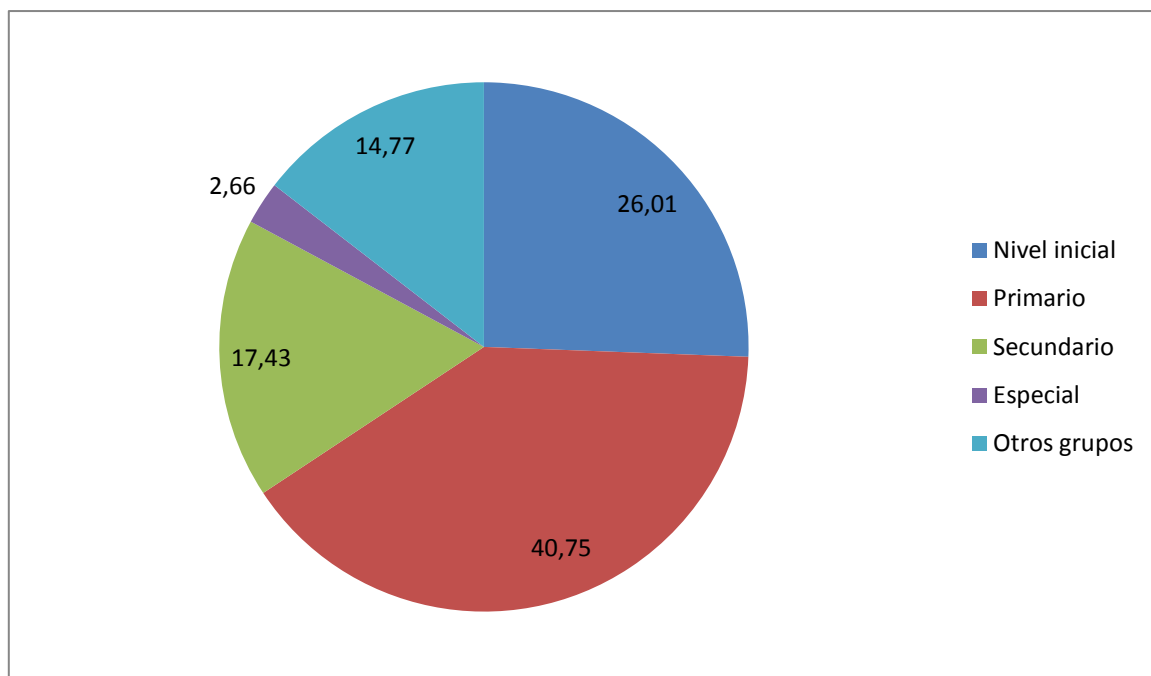
Figura 7

**Total de participantes del programa “¿Conocés Bahía?” (2012-2016)**

Fuente: Negri, V., en base a Municipalidad de Bahía Blanca, 2017.

Durante el transcurso del 2016 (Figura 8), el público escolar representó un 86.86% de las visitas, repartidas de la siguiente manera: nivel inicial 752 participantes (26.01%), primario 1.178 participantes (40.75%), secundario 504 (17.43%), especial 77 participantes (2.66%) y otros grupos (terciarios, grupos especiales, solicitudes particulares) 427 participantes, que representan un 14.77% del total (Municipalidad de Bahía Blanca, 2017).

Figura 8

**Total de participantes del programa durante el año 2016 (%)**

Fuente: Negri, V., en base a Municipalidad de Bahía Blanca, 2017.

En ese mismo año (2016), se realizaron 12 salidas para público en general, contabilizando un total de 392 participantes. Debido a la problemática con la licitación del transporte, aquí también se suspendieron algunas salidas que estaban programadas para los meses de septiembre y diciembre. Por último, a lo largo del 2016 sólo se ha realizado una salida con 30 adultos mayores, la cual fue solicitada por la División Adultos Mayores del municipio (Municipalidad de Bahía Blanca, 2017).

## **10. Las iniciativas turísticas locales en el marco de las políticas nacional y provincial**

En la actualidad, en Argentina el turismo social es considerado un eje fundamental dentro de una estrategia integral de desarrollo turístico (Ministerio de Turismo de la Nación, 2017). Es por ello, que el Ministerio de Turismo de la Nación viene desarrollando una serie instrumentos

y medios que brindan facilidades para que sectores vulnerables de la población puedan viajar por el país en óptimas condiciones de economía, seguridad y comodidad. Los programas que actualmente promueve el Ministerio de Turismo de la Nación, son:

- El tradicional **Programa Unidades Turísticas**, centrado en los complejos de Chapadmalal (Buenos Aires) y Embalse Río Tercero (Córdoba). En estas Unidades, se brinda alojamiento con servicio de alimentación total o parcialmente subsidiado por el Estado Nacional a hogares de bajos recursos y/o con dificultades para afrontar el pago del servicio, hogares en situación social crítica y entidades civiles de bien público que no persigan fines de lucro, incluyendo universidades o escuelas públicas, entidades deportivas barriales, salas teatrales, hospitales públicos, comedores sociales y todas aquellas entidades que agrupen personas con vulnerabilidad. Estos programas de Unidades Turísticas, incluyen el alojamiento durante 6 noches con pensión completa y actividades recreativas (Ministerio de Turismo de la Nación, 2016).
- También se encuentra vigente el **Programa Federal de Turismo Social**, que surgió en vísperas de la crisis de 2001, articulado a partir de empresas hoteleras de tipo PyMES en distintos lugares del país. Éste tiene como objetivo posibilitar el acceso a grupos familiares de bajos recursos de todo el estado, a realizar viajes con fines turísticos y recreativos. Este programa incorpora otros destinos dentro del territorio nacional, además de los contemplados en las unidades turísticas. Ofrece 5 noches de alojamiento con media pensión, siendo el beneficiario quien debe hacerse cargo del servicio de transporte.

Dentro de la Provincia de Buenos Aires también existen programas de turismo social que sirven de herramientas para atender a las distintas necesidades de cada uno de los grupos beneficiarios, teniendo como eje principal la inclusión e integración social (Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, 2017). Se destacan:

- **Quinta San Vicente:** propuesta integradora y recreativa, dirigida a personas de la tercera edad que vivan dentro de la provincia de Buenos Aires. Este programa se dirige a este grupo social principalmente por su importancia histórica. San Vicente es un destino turístico bonaerense poco conocido, cuyo atractivo principal es el



Museo Histórico 17 de Octubre o Quinta San Vicente (lugar donde Juan Domingo Perón solía pasar los fines de semana junto a Eva Duarte). Este programa busca proveerles a los adultos mayores una serie de actividades coordinadas por un equipo especializado y un ámbito de integración, como una forma distinta de aprovechar su tiempo libre.

- **Conociendo nuestra capital:** se trata de una propuesta recreativa y educativa, dirigida a escuelas, adultos mayores y personas con discapacidad. Su objetivo principal es ofrecer condiciones aptas para la socialización e integración para personas que provienen de diferentes zonas de la Provincia de Buenos Aires, a través de actividades turísticas recreativas, educativas e inclusivas. De esta forma, se les permite a los destinatarios conocer los principales atractivos de la capital de la provincia de Buenos Aires. Durante el recorrido, se realizan visitas guiadas por la Catedral de la ciudad de La Plata, Jardín Zoológico, Estadio Único de La Plata (visitando las instalaciones y tribunas), Estación de Cría de Animales Silvestres (ECAS), el Teatro Argentino y el Museo de Ciencias Naturales.

Dentro de la Municipalidad de Bahía Blanca, a pesar de ser la Secretaría de Promoción Social la encargada de articular con estos programas, el área no desarrolla ninguna actividad al respecto e incluso cuando aparece la consulta de algún interesado afirman desconocer absolutamente la iniciativa.

## **11. Análisis de la oferta turístico-recreativa de Bahía Blanca**

La ciudad de Bahía Blanca, por su posición relativa, cumple una función de nodo regional en su oferta de servicios generales. Desde una perspectiva turística, funciona como centro de distribución hacia destinos dentro de la región del sudoeste bonaerense y como centro de escala, ya que funciona como punto intermedio para unir el norte y sur del país. A su vez, en los últimos años, se ha transformado en centro de estadía, como sede de negocios y de distintos congresos y convenciones. A ello también hay que sumarle su oferta cultural y deportiva y el atractivo que representan sus grandes espacios comerciales.

### **11.1. Recursos turístico-recreativos**

A partir del relevamiento realizado por el Área de Turismo de Bahía Blanca (Municipalidad de Bahía Blanca, 2017), la ciudad cuenta con recursos turístico recreativos que pueden agruparse en dos categorías: recursos culturales y naturales.

En el caso de los recursos culturales, la ciudad posee un centro histórico donde se pueden apreciar la arquitectura de edificios como el Palacio Municipal, el Banco Nación, la Catedral Nuestra Señora de la Merced, Palacio de Tribunales, Biblioteca Bernardino Rivadavia, Correo Argentino, Bolsa de Comercio. También, fuera del centro histórico, existen otros edificios como ex Hotel de Inmigrantes, Estación Sud, Estación Spurr, Ex Mercado Victoria, Barrio Inglés, los cuales han sido declarados por decreto como Monumentos Históricos Nacionales.

Además, cuenta con una importante oferta cultural de teatros y museos como son: el Teatro Municipal, Teatro El Tablado, Teatro de Ingeniero White, Museo de Bellas Artes, Museo de Arte Contemporáneo, Museo de Ciencias Naturales, Museo del V Cuerpo de Ejército, Museo de la Aviación Naval, Museo del Puerto, Ferrowhite, Fortín Cuatrerros y Casa de la Cultura.

Por otra parte, en época de Semana Santa, se desarrolla la Fiesta Nacional del Camarón y el Langostino en el puerto de Ingeniero White; y en el mes de octubre, el Encuentro Nacional de Artesanos en la Plaza Rivadavia. Asimismo, se realiza la Feria de la Producción, del Trabajo, el Comercio y los servicios del sur Argentino (FISA), entre otros acontecimientos programados.

La localidad de Bahía Blanca cuenta con áreas verdes como son el Parque de Mayo, el Rosedal, Paseo de la Mujer, Arroyo Napostá, Paseo de las Esculturas, Parque Independencia, Complejo Recreativo Maldonado, Parque de la ciudad.

En última instancia, debe mencionarse la oferta deportiva, principalmente en fútbol y básquet, en función de la participación de equipos locales en torneos nacionales y los campeonatos estivales de Midget. También se desarrollan distintas maratones que atraen atletas de diferentes localidades de la región, la más reconocida es el Circuito de Reyes, que se realiza todos los años en el mes de enero.

El recurso natural de mayor relevancia es el sector de humedales en el área costera, protegido por la Reserva Natural Bahía Blanca, Bahía Falsa, Bahía Verde, creada por la Ley 12.101 en el año 1998. Abarca un conjunto de islas, ubicadas frente de los partidos de Villarino, Bahía Blanca y Coronel Rosales, como por ejemplo: isla Bermejo, Trinidad, Monte, Ariadna, Embudo, Conejo, además de un importante número de riachos y canales, que en conjunto albergan una gran cantidad de flora y fauna autóctona, que tiene la finalidad de preservar la virginidad de la región y poder realizar diversas actividades científicas. La importancia de este sitio, recae en que es el ambiente natural donde habitan algunas especies que actualmente se encuentran el peligro de extinción. Dentro de este ambiente natural, se encuentra vegetación típica como el jume, vidriera y palo azul, mientras que la fauna emblemática está representada por la almeja navaja, pescadilla, guanacos y la gaviota cangrejera.

En el territorio distrital, se presentan algunas estancias y chacras que ofrecen alternativas de turismo en el espacio rural. En estas se pueden destacar: Casa de Té Finca Oliva Olivos, Estancia Lomas del Rodeo y Estancia San Juan.

## **11.2. Equipamiento**

El equipamiento turístico de la ciudad, se puede clasificar en base a cuatro categorías: alojamiento, restauración, esparcimiento y agencias de viajes.

En lo que respecta al alojamiento, según datos brindados por el Área de Turismo, cuenta con una variada oferta hotelera. Existen tres hoteles que alcanzan la categoría de 4 estrellas, dos hoteles de 3 estrellas, dos que son de categoría 2 estrellas y tres de 1 estrella. A su vez, cuenta con un gran número de hospedajes y hostelerías, un hostel y un camping municipal. La mayor parte de la planta hotelera se localiza en el sector céntrico de la ciudad, lo que facilita el acceso a los mismos.

La gastronomía se encuentra repartida en una amplia variedad de alternativas, entre restaurantes, resto bares, patios de comidas, parrillas, cantinas y marisquerías, comida oriental, vasca o mexicana, pizzerías, tenedores libres, comidas rápidas, cafés y confiterías, cervecerías.

Con relación al esparcimiento, cuenta con 91 salas y salones equipados para 23.000 personas y un predio ferial. La ciudad se posiciona como idónea para la organización de congresos, ferias, reuniones deportivas, comerciales y culturales.

En Bahía Blanca las agencias de viaje no tienen vocación de atención al turismo receptivo, solo 5 agencias tienen programas locales o regionales, sin una oferta regular, solo funcionan a pedido de los grupos interesados, sin una promoción de este tipo de productos. En tanto el resto de las empresas dentro de la ciudad, se dedican exclusivamente a un turismo emisor, ofreciendo productos para viajar a distintos puntos del país y del mundo (Municipalidad de Bahía Blanca, 2012).

### **11.3. Infraestructura de transporte y accesibilidad**

La ciudad de Bahía Blanca, posee una situación privilegiada como nodo de comunicaciones. Se encuentra conectada con las principales ciudades del país, por medio de múltiples carreteras (Rutas Nacionales 33, 35, 3 Norte, 3 Sur y 22 y la Ruta Provincial 51).

Dispone de un aeropuerto, donde dos empresas de transporte aéreo cuentan con vuelos diarios a la ciudad de Buenos Aires. A partir de 2017, se incorporaron nuevas rutas que conectan al centro urbano de forma aérea con las ciudades de Mar del Plata, San Carlos de Bariloche, Neuquén, Trelew y Ushuaia.

Desde su terminal de ómnibus, operan más de 20 empresas de transporte terrestre de larga distancia, hacia distintos puntos dentro del territorio argentino. Además, cuenta con transporte ferroviario, que traslada pasajeros hacia la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con escalas en distintas localidades de la provincia.

## 12. Breve caracterización de la demanda turístico-recreativa de Bahía Blanca

En función a la información recabada en la Oficina de Turismo municipal, se determinan tres diferentes perfiles de visitantes de la ciudad:

1. El visitante que elige el destino urbano, cuyas motivaciones son de negocios, congresos, compras, espectáculos. Es un visitante de mayor poder adquisitivo, cuya estadía promedio es de 2 a 3 días, durante los meses de marzo a noviembre, principalmente en días de semana (de lunes a viernes).
2. El visitante cuya motivación son las vacaciones, que utilizan a la ciudad como escala hacia otros destinos turísticos. Este pasajero se aloja como máximo una noche y su mayor afluencia se registra en los meses de enero, febrero, julio y agosto.
3. El excursionista cuya localidad de origen está en un radio de 200 km y se acerca a la ciudad buscando la experiencia urbana, compras, espectáculos, noche, salud, etc.

Según sondeos que realiza el Área de Turismo de Bahía Blanca, en función de las personas que se acercan a los puestos de informes turísticos que se encuentran en la ciudad de Bahía Blanca, el perfil de visitante que arroja el informe anual desde 2012 hasta la actualidad, mantiene cifras similares año a año, donde un 80.78% de los turistas son argentinos, mientras que el 19.22% restante de otros países (mayormente provienen de Chile, luego siguen Francia, España, Brasil y Alemania). De los turistas nacionales, la mayoría son de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Provincia de Buenos Aires (entre ambas suman el 57% de las visitas), luego se encuentran Río Negro, Chubut, Córdoba, Neuquén, Mendoza, Santa Fe y La Pampa, entre las más frecuentes.

En su mayoría, frecuentaron la ciudad visitantes solos (35.68%) y parejas sin hijos (30/98%). Luego siguen parejas con hijos (12.03%), familiares y amigos (19.87%) y el restante 1.44% sin parentescos. A su vez, el 52.28% fueron empleados, el 10.90% estudiantes mayores de 18 años, 10.12% jubilados, 9.01% estudiantes menores de 18 años, 10.56% profesionales independientes, 2.22% comerciantes y el restante 4.89% eran desempleados, docentes y otros.

En relación a la composición del grupo familiar, se observó que los turistas extranjeros tienen mayor tendencia a viajar solos o con amigos, en cambio los nacionales suelen viajar la mayoría de las veces en familia.

La estadía promedio es de 2.70 días, pero en función del lugar de residencia, se observó que los turistas nacionales permanecieron en la ciudad un promedio de 2.29, mientras que los extranjeros 4.43 días.

Entre los motivos que llevan a visitar la ciudad, se encuentran principalmente las vacaciones y aquellos que usan a Bahía Blanca como punto de escala para seguir su camino hacia otro destino. En menor medida, arribaron personas a visitar familiares o amigos, por temas laborales, por trámites, por compras o por educación.

El 40% de los visitantes se hospedaron en hotel, un 25.88% no planeó alojarse en la ciudad, un 12.81% se alojó en casa de amigos o familiares y el restante 21.27% lo hicieron en hostel, apart hotel, camping y otros lugares.

En cuanto a la modalidad de transporte elegida para arribar a Bahía Blanca, el 47.97% utilizó el automóvil, un 34.64% el ómnibus, el 7.71 % el tren, 7.19% llegó en avión y el resto lo hicieron en combi, a pie o a dedo. Estos valores deben ser analizados en relación con la localización de las oficinas de informes turísticos de la municipalidad.

# **Capítulo 4: Diagnóstico**

### **13. Diagnóstico integral**

El programa “¿Conocés Bahía?” es una iniciativa turístico-recreativa municipal, que busca acercar los distintos atractivos de la ciudad a diferentes grupos sociales (estudiantes, personas con discapacidad, adultos mayores y público en general), ofreciendo nueve recorridos para público en general, de los cuales cuatro también son orientados a grupos escolares, personas con discapacidad y adultos mayores. Mediante este programa, se brinda el servicio gratuito de guiado en los distintos recorridos y en la mayoría de los casos también se incluye el transporte.

Se puede afirmar que el programa permite que el público adquiera conocimiento de los distintos atractivos y la historia de las localidades que integran el partido de Bahía Blanca, poniendo en valor disímiles atractivos turísticos locales, dado que los lugares visitados, suelen ser desconocidos por los participantes del programa, en ocasiones por cuestiones económicas y, en otros casos, por falta de interés de los particulares.

Gracias a esta propuesta, cientos de alumnos de distintas escuelas de la localidad, con diferentes realidades socio-económicas, así como familias de bajos recursos, pueden tener acceso a los atractivos del distrito, los cuales resultaban totalmente desconocidos por ellos antes de la realización de la visita.

Otro alcance es el alto interés de participación por parte de las escuelas. Esto se ve reflejado en que los turnos que se otorgan a este segmento, se completan con rapidez. Dada esta situación, es que desde el Área de Turismo debieron modificar la forma de inscripción, fragmentándola en semestres: es decir, a principio y mitad de año se abren las inscripciones para que las escuelas que desean participar puedan obtener un turno dentro del semestre correspondiente.

El interés que despiertan los museos en los alumnos de distintas escuelas, se pone de manifiesto cuando deciden regresar posteriormente con sus familias para que puedan apreciar lo que cada museo ofrece. Esto provoca que la demanda en los museos se eleve a causa de este programa, aunque no de forma exponencial.

Una importante limitación del programa, es que los lugares visitados no están preparados para tratar con personas con distintas discapacidades: por ejemplo, en determinados puntos de los



recorridos no existen rampas de acceso para personas con movilidad reducida, no cuentan con personal que esté capacitado en lengua de señas y tampoco existe material en Braille que esté adaptado para personas ciegas. Esto es un factor negativo que se debería tener en consideración por parte del área de turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca, ya que se trata de uno de los grupos beneficiarios del programa.

En este mismo sentido, el transporte utilizado en la mayoría de los recorridos no está adaptado para el traslado de personas con movilidad reducida. Sólo en ocasiones especiales se ha solicitado a Bahía Transporte Sapem la prestación de una de sus unidades que están adaptadas para este tipo de público. Siendo este programa abierto para todo tipo de personas, sería conveniente que el área gubernamental evalúe la posibilidad de contar con un vehículo propio, adecuado para las diferentes necesidades.

Otro de los limitantes, es que el Área de Turismo no cuenta con presupuesto propio para llevar adelante este programa, sino que se sustenta a partir de una pequeña porción del presupuesto que el municipio le otorga al Instituto Cultural. Esto implica una importante dificultad al momento de gestionar los fondos del programa, dado que algunos funcionarios consideran que es “gastar plata en paseitos” (Entrevista a autoridad del Área de Turismo de Bahía Blanca, 2017), sin tener en cuenta la importancia que este programa tiene para la sociedad local.

El destacado interés que despierta este programa en el público receptor, que ha evolucionado positivamente con el paso de los años, contrasta con el escaso interés que muestra la gestión actual para la continuación del mismo, quedando reflejado en la drástica disminución de participantes que hubo en el 2016 y en la reducción presupuestaria que sufrió el programa durante el segundo semestre del año 2017.

Otra de las limitaciones que se desprende del análisis del programa es su difusión, efectuándose solamente a través de las redes sociales del Área de Turismo (Facebook, Twitter, Instagram), a las que no todas las personas tienen acceso, especialmente los destinatarios de este programa. Limitar la difusión solo a las redes sociales provoca que quienes no cuentan con el soporte tecnológico para el acceso y aquellos que no utilizan estos medios informáticos, no logren enterarse de las distintas salidas.

Asimismo, la inscripción para los paseos se debe realizar de forma personal en la oficina de informes turísticos del centro de la ciudad y sus horarios restringidos; esto provoca dificultades para quienes desean participar, ya que en ocasiones no disponen del tiempo para llegar hasta la oficina en los horarios de atención al público.

Otra limitante se observa en cuanto a la evaluación del programa. Hasta la actualidad no existe una encuesta de satisfacción que permita medir su impacto en los beneficiarios, que posibilite conocer los aspectos positivos del mismo y a la vez las deficiencias que tiene, para de esta manera poder corregirlas y potenciar la iniciativa.

Por otra parte, varios de los comerciantes consultados no notaron una variación en sus ventas en función a este programa. En parte esto se debe a que durante la duración de los recorridos no se les da tiempo a los participantes para que puedan recorrer la zona visitada con fines comerciales. Sería propicio que esto ocurra, sobre todo con las salidas con público en general, ya que de esta forma el programa también podría contribuir con la economía local.

En la búsqueda de poner en valor los distintos recursos turísticos de la localidad, es una fuerte limitante el hecho que no se permite ingresar en algunos edificios que se visitan, ya que recorrerlos por fuera como por dentro, da la posibilidad de apreciar la magnitud e importancia que tienen los mismos. El impacto (positivo o negativo) sobre el visitante, se mide mejor cuando se conocen los lugares en su totalidad y no de forma parcial.

En cuanto a la normativa a escala local, relacionada a la temática en tratamiento, no se registra ninguna ordenanza municipal que contemple la gestión del turismo social como tal. Esto implica que no existen documentos públicos que reglamenten las actividades desarrolladas en el programa, que otorguen pautas claras para su ejecución y continuidad en el tiempo, más allá de una administración.

A partir de lo analizado en la presente investigación, si bien desde el Área de Turismo de Bahía Blanca se ofrece este programa con un carácter turístico-recreativo, por lo observado en las distintas salidas, se puede afirmar que el mismo solo es de carácter recreativo, debido a que la duración de las actividades ofrecidas, no requieren obligatoriamente de un pernocte en

la ciudad y que además en su gran mayoría, los beneficiarios del programa son residentes locales.

Existen distintos programas de turismo social que se ofrecen desde el Ministerio de Turismo y la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, destinados a distintos públicos, pero sin embargo desde la Municipalidad de Bahía Blanca no cuentan con ningún organismo público que articule entre los mismos y los beneficiarios. Sería provechoso que desde el sector público local se le facilite a la comunidad bahiense el hecho de poder participar de los mismos.

## 14. Matriz FODA

La matriz FODA es una herramienta que permite, a partir de la situación analizada, identificar distintos aspectos positivos y negativos que presenta el programa en la actualidad, para de esta manera poder planificar de forma acorde un fortalecimiento del mismo. A través de esta matriz, se visualizan factores internos, aquellas variables propias del programa (Fortalezas y Debilidades) y factores externos, es decir, variables del entorno (Amenazas y Oportunidades).

### Análisis interno

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliación del conocimiento de los beneficiarios acerca de los recursos culturales e históricos de la localidad.</li> <li>• Oportunidad de acceso al ocio a grupos de pobladores vulnerables.</li> <li>• Programa amplio, dirigido a diferentes perfiles de beneficiarios.</li> <li>• Trayectoria y regularidad de la propuesta a lo largo del tiempo.</li> <li>• Los museos que participan en los recorridos ofrecidos por este programa, logran una mayor afluencia de visitantes.</li> <li>• Los clubes deportivos valoran positivamente la propuesta e incluso destacan la obtención de algún nuevo socio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carencia de transporte propio por parte del Municipio que permita realizar los circuitos con mayor autonomía.</li> <li>• Ausencia de presupuesto específico destinado al desarrollo del programa.</li> <li>• Canales de comunicación deficitarios para la difusión del programa.</li> <li>• Medios de inscripción limitados.</li> <li>• Carencia de personal capacitado en Lengua de Señas Argentinas.</li> <li>• Sitios visitados y transporte utilizado en los recorridos no adaptado para personas con movilidad reducida.</li> <li>• Inexistencia de encuesta de satisfacción a los beneficiarios.</li> <li>• Carencia de marco normativo a escala local que regule el programa.</li> <li>• Restricción en el acceso a determinados edificios.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Percepción de ingresos limitados por parte de los comerciantes de los lugares visitados en los circuitos.</li> </ul>
--	---

**Análisis externo**

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor relevancia otorgada a las iniciativas de turismo social por parte de los gobiernos nacional y provincial en la última década.</li> <li>• Tendencia mundial hacia un turismo más accesible.</li> <li>• Alto interés de los residentes por participar en iniciativas turístico-recreativas con subvención parcial o total.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partidas presupuestarias acotadas para el desarrollo de propuestas de ocio en municipios que no son netamente turísticos.</li> <li>• Carencia de normativas municipales vinculadas al turismo social.</li> <li>• Percepción social asociada al estímulo a las prácticas recreativas y turísticas como un “gasto superfluo”.</li> </ul>

**Capítulo 5:**  
**Propuestas y**  
**reflexiones finales**

## **15. Lineamientos propositivos para la mejora del programa**

A partir del análisis y el diagnóstico realizado, se presentan a continuación una serie de lineamientos propositivos genéricos, agrupados por proyectos temáticos, tendientes a la mejora de la implementación y evaluación del programa por parte del Municipio.

### **Proyecto 1: Mejora de la accesibilidad del programa para personas con discapacidad visual, sonora y de movilidad reducida.**

Descripción: Elaboración por parte del Área de Turismo de Bahía Blanca de manuales en Braille que expliquen los lugares visitados en cada recorrido para ser entregados a las personas ciegas que desean realizar los circuitos. Por otra parte, resulta necesario capacitar a los guías que están encargados en cada salida, en Lengua de Señas Argentinas, para poder comunicarse con personas sordas. De esta forma se posibilita que las personas que tengan estas dificultades puedan realizar los paseos sin necesidad de estar acompañados por traductores. Se prevé también que existan rampas móviles en aquellos establecimientos a visitar que no se adecuen a los requerimientos mínimos para el acceso de personas con movilidad reducida, así como en los medios de transporte que se utilizan en los recorridos.

### **Proyecto 2: Ampliación de la difusión del programa.**

Descripción: Además de la difusión por las redes sociales, resulta fundamental la implementación de otros canales de información, que permitan ampliar el alcance a destinatarios potenciales. El objetivo de este proyecto es adquirir espacios publicitarios en los medios locales, los televisivos (como Canal 9 y Canal 7), radiales (LU2) y/o periódicos digitales y en papel (La Brújula, La Nueva Provincia), que fortalezcan el alcance del programa. Se seleccionarán, de acuerdo a las características de los grupos de beneficiarios, los medios más acordes a la propuesta turística a llevar a cabo.

### **Proyecto 3: Ampliación de los canales de inscripción al programa.**

Descripción: El objetivo del proyecto contempla retomar la iniciativa que utilizó el Área de Turismo hace unos años, para permitir que la inscripción al programa se pueda realizar a través de plataformas on line, así como mediante un canal telefónico. Esto permitirá que los

interesados en acceder a la iniciativa puedan anotarse en cualquier momento del día, sin necesidad de adaptarse a los horarios de atención al público de la Oficina de Informes Turísticos.

#### **Proyecto 4: Diseño de una encuesta de satisfacción.**

Descripción: Con este proyecto se proyecta la creación de una encuesta de satisfacción que esté disponible en el sitio web del Área de Turismo y en la Oficina de Informes Turísticos, que permita que los beneficiarios puedan dejar su opinión y evaluar fehacientemente los aspectos positivos y negativos que los mismos observan en su recorrido, para poder potenciar los alcances y corregir las limitaciones. Como aspectos a considerar en la misma, se propone: edad de los beneficiarios; lugar de procedencia; medio a través del cual se enteró de la existencia del programa; medio a través del cual se pudo inscribir al recorrido; opinión acerca de la visita, del medio de transporte utilizado y de los guías.

#### **Proyecto 5: Contribución del programa turístico-recreativo a la economía local.**

Descripción: Con esta propuesta se pretende lograr una articulación de mesas de trabajo público-privadas, con aquellos interesados en participar en la iniciativa, que permitan coordinar acciones para que el programa logre beneficiar en mayor medida al comerciante local. En este sentido, contemplar un tiempo en los recorridos para que los participantes que lo deseen puedan consumir productos que ofrecen los comerciantes de los distintos lugares visitados, podría contribuir a un fortalecimiento de sus ventas. En la visita al Puerto, por ejemplo, se dará un tiempo libre para que los visitantes puedan consumir lo que ofrecen las “Amigas del Museo”, en el comedor del Museo del Puerto; así como en la visita a Cabildo, para recorrer los distintos stands de los artesanos.

#### **Proyecto 6: Sanción de una ordenanza municipal que regule el programa.**

Descripción: Con este proyecto se pretende la generación acciones para que desde el cuerpo deliberativo de Bahía Blanca se diseñe un Proyecto de Ordenanza que regule el programa social, quedando reglamentadas cada una de las acciones realizadas, así como sus fundamentos y destinatarios, otorgándole una mayor estabilidad en la agenda de gobierno. En



este sentido, es imperioso generar los acuerdos políticos necesarios para que el Proyecto de Ordenanza logre ser sancionado ampliamente, por el conjunto de los partidos políticos que cuenten con representatividad en el Honorable Concejo Deliberante.

**Proyecto 7: Fortalecimiento de los recursos económicos asociados al programa.**

Descripción: La acción clave de este proyecto consiste en gestionar una partida específica del presupuesto de la Municipalidad de Bahía Blanca que sea afectada y ejecutada exclusivamente a fines del programa, ante sus genuinos fundamentos sociales, culturales y económicos. La formalización de una partida anual permitirá una mayor previsibilidad de las acciones a desarrollar a lo largo del ejercicio, así como la cantidad de plazas y recorridos a ofrecer. Asimismo, sería valioso poder contemplar el financiamiento privado por parte de aquellas empresas que estén interesada en colaborar con iniciativas de este tipo, en el marco de sus programas de responsabilidad social empresarial.

**Proyecto 8: Ampliación de la oferta de circuitos turístico-recreativos ofrecidos.**

Descripción: Con esta iniciativa se pretende sumar a la oferta existente de circuitos la visita a atractivos dentro de la ciudad que actualmente no están incorporados. En este sentido, se propone la realización de visitas al sector de los humedales en el área costera, protegido por la Reserva Municipal, dado que es el recurso natural de mayor relevancia de la ciudad.

Por otra parte, además de los cuatro recorridos que se ofrecen a las escuelas, los cuales se desarrollan durante todo el ciclo lectivo, se adicionarán como parte de la propuesta otros circuitos, como una forma de ampliar la oferta y que puedan conocer la ciudad en su totalidad. Se sumarán: el Camino del Básquet y el Camino Rural Cabildo, ya que son recorridos que no están contemplados para los mismos, pero que agregan un importante valor a la historia de la ciudad y el partido.

**Proyecto 9: Ampliación de la demanda turística del programa.**

Descripción: El proyecto tiene como objetivo, diversificar las actividades ofrecidas en los distintos recorridos para poder captar otros segmentos de la demanda.

A partir de diferentes estudios de mercado, se planificarán dichas acciones teniendo en cuenta: edad de potenciales usuarios, lugar de residencia, gustos y preferencias, motivación, etc.

**Proyecto 10: Fortalecimiento del carácter turístico del programa.**

Descripción: Esta propuesta pretende propiciar distintos convenios con el sector privado (hoteles, restaurants, transporte) para acordar tarifas especiales y subvencionadas en épocas que cuenten con baja demanda comercial, con el objetivo de facilitar el arribo de visitantes a la ciudad.

## 16. Reflexiones finales

Según la normativa internacional y nacional, el turismo y la recreación son prácticas a la que toda persona tiene el derecho a acceder, independientemente de cuál sea su situación económica, social y/o física. Esto debe ser garantizado por el Estado, a través de los distintos organismos que están enfocados en el desarrollo de la actividad, promoviendo iniciativas de turismo social, tendientes a facilitar su acceso en sectores vulnerables.

Cabe aclarar que el turismo social es para muchos individuos la única alternativa que poseen para desarrollar prácticas turístico-recreativas, salir de sus localidades, incluso de sus propios barrios. Es por ello que las prestaciones ofrecidas deben ser acordes, programadas, adaptándose a cada una de las distintas limitantes que poseen los destinatarios de las mismas, constituyendo alternativas genuinamente inclusivas y no generadoras de nuevas desigualdades.

La Municipalidad de Bahía Blanca cuenta con un programa específico bajo esta forma de turismo. “¿Conocés Bahía?” es la iniciativa local que intenta disminuir esas diferencias sociales. A lo largo del presente trabajo se ha analizado la prestación de este programa, a fin de detectar fortalezas y debilidades, y considerando a estas últimas como meras oportunidades para mejorar la acción pública a futuro.

A partir del análisis y el diagnóstico se constató la hipótesis formulada en los inicios de estas páginas. Este programa turístico-recreativo que ofrece el municipio local contribuye al fortalecimiento de los vínculos sociales y experiencias de aprendizaje entre los participantes, a la vez que coadyuva a la difusión de los atractivos locales y favorece a una valoración positiva de la administración municipal, como se desprende del testimonio de cada uno de los actores entrevistados. En relación a la generación de ingresos adicionales en aquellos comerciantes participantes, los beneficios obtenidos se dan en forma parcial, dependiendo del circuito realizado y de la participación directa o indirecta de cada uno de los emprendedores. Este último aspecto forma parte de las dimensiones que se destacaron como limitantes, en las cuales se debiera trabajar a futuro para fortalecer aún más el alcance de la iniciativa. En este sentido, las propuestas señaladas en el apartado anterior buscan convertirse en un instrumento de colaboración con el programa, para mejorar sus prestaciones y potenciar sus alcances,

pudiendo ser disfrutado por todos los grupos beneficiarios de igual manera, sin distinción de condición.

Teniendo en cuenta la importancia que tiene en la actualidad el turismo social, es importante que desde la Municipalidad de Bahía Blanca exista un compromiso sostenido para que este tipo de programas pueda desarrollarse. Sería beneficioso contar principalmente con un marco normativo que regule el programa, así como con una partida presupuestaria específica, que garantice su desarrollo más allá de la gestión de turno. A fin de subsanar la carencia de recursos económicos se podrían buscar fuentes de financiamiento externas por medio de patrocinios de empresas privadas locales que estén dispuestas a colaborar, como una forma de Responsabilidad Social Empresarial.

Por todo lo mencionado y teniendo en cuenta la importancia que reviste el turismo social como medida de inclusión, se espera que este trabajo pueda constituir un recurso genuino para potenciar el programa turístico recreativo “¿Conocés Bahía?” y las políticas de turismo social locales.

## **Bibliografía**

ASAMBLEA GENERAL DE LAS NACIONES UNIDAS. (1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. París, Francia

ASAMBLEA GENERAL DE LAS NACIONES UNIDAS. (1966). *Pacto Internacional de derechos económicos, sociales y culturales*. Disponible en <<http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CESCR.aspx>>

ÁREA DE TURISMO MUNICIPALIDAD BAHÍA BLANCA (2017). *Programa ¿Conocés Bahía?* Disponible en < <http://turismo.bahiablanca.gov.ar/programa-conoces-bahia>

CAPANEGRA, C.A. (2006). La política turística en la Argentina en el siglo XX. *Aportes y Transferencias*, vol. 10, n° 1, p. 43-61.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. et al. (2006). *Metodología de la Investigación*. Cuarta edición. México D.F: MC Graw- Hill Interamericana

Ley N°25.997 7 enero de 2005. Ley Nacional de Turismo de la República Argentina. Buenos Aires, Argentina

MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACION (2017). *Unidades turísticas*. Disponible en < <http://www.turismo.gov.ar/unidades-turisticas>>

MUNICIPALIDAD DE BAHIA BLANCA (2017). *¿Cómo llegar?*. Disponible en < <http://www.bahia.gob.ar/comollegar/>>

MUÑIZ AGUILAR, D. (2001). *La política de turismo social*. Sevilla. Consejería de Turismo y Deporte, Dirección General de Planificación Turística.

ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS. (1948). *Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre*. Bogotá, Colombia

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO – OIT (1938). Convenio 52. Ginebra: ILOLEX.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE TURISMO SOCIAL – OITS (2010). *Definición de Turismo Social*. Disponible en <<http://www.oits-isto.org/oits/public/section.jsf?id=39>>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO – OMT (1980). *Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial*. Manila, Filipinas.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO – OMT. (1982). *Documento de Acapulco*. Acapulco, México.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO – OMT. (1999). *Código Etico Mundial para el Turismo*. Disponible en <<http://ethics.unwto.org/es/content/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>>

PASTORIZA, E. (2011). *La conquista de las vacaciones. Breve historia del turismo en la Argentina*. Buenos Aires. Edhasa.

PASTORIZA, E. (Ed.) (2002). *Las puertas al mar: consumo, ocio y política en Mar del Plata, Montevideo y Viña del Mar*. Buenos Aires: Biblos.

PINASSI, A. (2016). *La configuración de un nuevo espacio turístico recreativo a través de la valorización del patrimonio cultural: El caso de Bahía Blanca* (Tesis de doctorado en geografía). Universidad Nacional del Sur.

PULIAFITO, C. (2010). *La Bahía épica: Historia de la Bahía Blanca desde los orígenes hasta el fin del período rosista*. Bahía Blanca. Diario La Nueva Provincia.

SCHENKEL, E. (2013). El derecho de las personas al turismo en Argentina. Una aproximación desde la justicia social. *Revista Líder*, N°22, pp 189-206.

SCHENKEL, E. (2013). El turismo social como política estatal en Sudamérica. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultura*, Vol. 11 N°1, pp 173-183.

SUBIRATS, J. Et al. (2008). *Análisis y gestión de políticas públicas*. Barcelona. Ariel

SUBSECRETARIA DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES (2017). *Turismo Social*. Disponible en < <http://www.buenosaires.tur.ar>>

TORRE, J.C. y PASTORIZA, E. (2002). La democratización del bienestar. En: Torre, J. C. (dir). Nueva Historia Argentina. Los años peronistas (1943-1955). Buenos Aires: Editorial Sudamericana, p. 257-312.

TRONCOSO, C. y LOIS, C. (2004). Políticas Turísticas y peronismo. Los atractivos turísticos promocionados en Visión de Argentina (1950). *Pasos*, vol. 2, n° 2, p. 281-294.

VELASCO GONZALEZ, M. (2002). *Sobre el turismo y la política turística*. Madrid. Universidad Complutense de Madrid.

VELÁSICO GONZÁLEZ, M. (2005). “¿Existe la política turística? La acción pública en materia de turismo en España (1951-2004)”. *Política y Sociedad*. Madrid, Universidad Complutense, Centro de Estudios Superiores Felipe II, 42(1): 169-195.

VELASCO GONZALEZ, M. (2011). “*La política turística. Una arena de acción autónoma*”. Madrid. Universidad Complutense de Madrid, p 953-969

VIÑUALES, G y ZINGONI, J. M. (1990). *Patrimonio urbano y arquitectónico de Bahía Blanca*. Bahía Blanca. Diario La Nueva Provincia.

WEINBERG, F. (1978). *Manual de historia de Bahía Blanca*. Bahía Blanca. Universidad Nacional del Sur.

## **Entrevistas**

Acompañante de una persona con discapacidad. Entrevista realizada en Bahía Blanca, 12 julio de 2017.

Artesano de la localidad de Cabildo. Entrevista realizada en Cabildo, 08 agosto de 2017

Beneficiaria del programa. Entrevista realizada en Bahía Blanca, 19 septiembre de 2017

Docente Escuela N° 34. Entrevista realizada en Bahía Blanca, 28 septiembre de 2017

Docente Escuela N° 64. Entrevista realizada en Bahía Blanca, 28 septiembre de 2017

Empleada de un comercio céntrico. Entrevista realizada en Bahía Blanca, 04 septiembre de 2017

Empleado del Museo Ferrowhite. Entrevista realizada en Ingeniero White, 05 julio de 2017

Empleado del Museo Fortín Cuatrerros. Entrevista realizada en General D. Cerri, 09 agosto de 2017

Empleado del Museo Histórico. Entrevista realizada en Bahía Blanca, 04 septiembre de 2017

Liliana, beneficiaria del programa. Entrevista realizada en Bahía Blanca, 02 octubre de 2017

Presidente Asociación Bahiense de Básquet. Entrevista realizada en Bahía Blanca, 06 septiembre de 2017

Presidente Club Bahiense del Norte. Entrevista realizada en Bahía Blanca, 06 septiembre de 2017

Representante de la División Adultos Mayores de la Municipalidad de Bahía Blanca. Entrevista realizada en Bahía Blanca, 17 de noviembre de 2017

Representante del Área de Turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca. Entrevista realizada en Bahía Blanca, 02 mayo de 2017

Representante del Área de Turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca. Entrevista realizada en Bahía Blanca, 23 septiembre de 2017

Representante del Instituto Cultural de Bahía Blanca. Entrevista realizada en Bahía Blanca, 23 septiembre de 2017

Residente de la localidad de Cabildo. Entrevista realizada en Cabildo, 08 agosto de 2017



Residente de la localidad de General D. Cerri. Entrevista realizada en General D. Cerri, 09 agosto de 2017

Rocío, beneficiaria del programa. Entrevista realizada en Bahía Blanca, 19 de septiembre de 2017

# **Anexo**

## **Anexo 1**

### **BITS**

#### **DECLARACIÓN DE MONTREAL POR UNA CONSIDERACIÓN HUMANISTA Y SOCIAL DEL TURISMO**

**ADOPTED DURING THE INTERNATIONAL BUREAU OF SOCIAL TOURISM WORLD CONGRESS HELD IN MONTREAL,**

**Del 9 al 12 de SEPTIEMBRE 1996 ,**

**¿Cuál es hoy día el significado de Turismo Social en el mundo? ¿Cómo se autodefinen sus protagonistas? ¿Cuáles son sus convicciones y ambiciones?**

**Partiendo de la realidad de hoy día, ¿qué es lo que está en juego y cuáles son las perspectivas en el umbral del tercer milenio? Hace ya 25 años, el BITS afirmaba, en la Carta de Viena, las dimensiones sociales, culturales y económicas del turismo: un hecho fundamental de nuestro tiempo. La Organización Mundial de Turismo, por su parte, confirmaba solemnemente los objetivos de Turismo Social, en su Declaración de Manila de 1980.**

**¿Qué significado tendrá el día de mañana el Turismo Social? Esa es la situación que lanza la Declaración de Montréal.**

**□ EL TURISMO SOCIAL: Una gran ambición frente a los desafíos de la exclusión y de la integración.**

### **LE TOURISME SOCIAL:**

**Hoy día, en un mundo en el que ,**

- los países más ricos pasan por situaciones de detención de crecimiento que dejan en el camino a poblaciones que acumulan dificultades y desventajas, y que son fuente de graves alteraciones sociales;
- el dominio científico y tecnológico de la información va acompañado de un crecimiento sin empleos y abre campos de acción cultural todavía insospechados;
- se constituyen grandes grupos económicos en una lógica liberal entregada a sí misma;
- los países se desarrollan abriéndose a las posibilidades de turismo interior,
- otros países, o incluso continentes, son mantenidos en una pobreza sorprendente;
- por todas partes se reivindica la búsqueda de sentido;

en ese mundo, el turismo está en fuerte progresión. Se observa un crecimiento espectacular de los desplazamientos de vacaciones, la apertura de las fronteras, la diversificación de los destinos, e innovaciones en los medios de comunicación y de transporte.

Mientras que en todas partes se cuestiona la división entre tiempo de trabajo y tiempo de ocio, se observa también, en ciertos países, formas inaceptables de explotación de las poblaciones locales, que llega incluso hasta la prostitución de los niños.

**Art. 1.** La Declaración Universal de los Derechos del Humanos afirma que cualquier ser humano tiene el derecho al descanso, al tiempo libre, a una limitación de las horas de trabajo y a vacaciones pagadas. Dado que este derecho está lejos de ser una realidad social a nivel mundial, la conquista del ocio y del turismo al servicio del hombre debe continuar e intensificarse en la vía trazada por el turismo social, cuya primera ambición es el acceso al ocio turístico para todos.

**Art. 2.** Es el pleno desarrollo del ser humano, como persona y ciudadano, lo que debe constituir el objeto esencial de toda acción de desarrollo turístico.

## □ **LOS DESAFÍOS DEL TURISMO SOCIAL**

### **El turismo social: "Forjador de la sociedad"**

**Art. 3.** La ambición del acceso al ocio turístico para todos - incluso las familias, los jóvenes y las personas de la tercera edad - lleva necesariamente a la lucha contra las desigualdades y contra la exclusión de todos aquellos que tienen una cultura diferente, poseen menos medios económicos, sufren alguna discapacidad física o viven en un país en vías de desarrollo.

Esa ambición debe traducirse en la búsqueda y la puesta en marcha de los medios para alcanzar este objetivo: definición de las políticas sociales del turismo, creación de infraestructuras, desarrollo de sistemas de ayudas a las personas menos favorecidas, sensibilización y formación del personal, etc. Las iniciativas modestas, integradas en un plan global, pueden a menudo, mejor que los proyectos a gran escala, ser "forjadoras de sociedad".

**Art. 4.** Las vacaciones y los viajes son momentos y ocasiones privilegiados de enriquecimiento de la persona, por el descubrimiento de otros ambientes, otras culturas y de otras civilizaciones, por el ejercicio de actividades físicas, artísticas, deportivas o lúdicas, mediante el encuentro entre personas más allá de cualquier diferencia, por las responsabilidades asumidas libremente por los turistas mismos. Los operadores de turismo social tienen la voluntad de contribuir a desarrollar las relaciones humanas tanto por sus acciones de formación como por sus iniciativas de animación: el turismo social es un factor de cohesión social.

### **EL TURISMO SOCIAL: FACTOR DE POTENCIA ECONÓMICA**

**Art. 5.** Dirigido a todas las clases y a todas las edades, el turismo social acoge y desplaza centenares de millones de individuos por todo el mundo.

Formando parte de la economía social y solidaria, el turismo social ofrece y ofrecerá cada vez más una oportunidad económica excepcional.

Creando flujos incesantes de personas y de inversiones que contribuyen al desarrollo de las regiones, produciendo riqueza nacional e internacional, estimulando las transferencias de

recursos de los países más favorecidos hacia otros menos dotados, el turismo para todos es un factor de potencia económica.

**Art. 6.** Los beneficios del turismo deben repartirse entre toda la comunidad. Estos beneficios deben contribuir al desarrollo social y económico de las regiones y poblaciones en su conjunto. El sector turístico debe crear empleos y al mismo tiempo garantizar los derechos fundamentales de las personas que trabajan en este sector.

**Art. 7.** Todos los protagonistas del desarrollo turístico están sometidos a las mismas exigencias. En sus funciones de empresarios, gestores de equipamientos, productores o acompañantes de viajes, educadores y animadores del ocio, son agentes económicos, sometidos a las mismas exigencias de competencia, rigor y resultados.

La prosecución de un objetivo social depende directamente de la calidad de la gestión y de la mejora de los resultados.

## **EL TURISMO SOCIAL: PROTAGONISTA DE LA ORDENACIÓN DEL TERRITORIO Y DEL DESARROLLO LOCAL**

**Art. 8.** Antes que el objetivo de un "desarrollo duradero y sostenible" fuera recomendado por las organizaciones internacionales, el turismo social se lo había asignado como opción de referencia. Se trataba de: -conciliar desarrollo turístico, protección del medio ambiente y respeto de la identidad de la población local,

- conciliar desarrollo turístico, protección del medio ambiente y respeto de la identidad de la población local;
- aportar nuevos medios a regiones a menudo abandonadas;
- acondicionarlos centros con la voluntad de no dilapidar los recursos;
- generar beneficios económicos, sociales y culturales para la población local.

El turismo es, a escala mundial, uno de los principales motores de la revalorización de numerosas regiones. Por ello, no deberá ser, en ningún caso, pretexto para la invasión incontrolada de sitios lugares, ni para el debilitamiento de las culturas, ni para la explotación de las poblaciones.

**Art. 9.** El turismo puede y debe constituir una esperanza para numerosas economías frágiles. La conservación de los lugares no deberá, en ningún caso, servir pretexto al acaparamiento privilegiado en provecho de unos pocos.

**Art. 10.** La información, la formación y la sensibilización de los turistas para que respeten el medio ambiente y las poblaciones constituyen uno de los objetivos esenciales del turismo social, en su papel de promotor e instigador de proyectos de desarrollo turístico.

### **EL TURISMO SOCIAL: SOCIO DE LOS PROGRAMAS DE DESARROLLO MUNDIAL**

**Art. 11.** La conferencia de Estocolmo sobre la población y el medio ambiente, los programas de las Naciones Unidas, y la Conferencia de Río, entre otros, han identificado claramente la responsabilidad de las generaciones actuales en cuanto a los límites del crecimiento.

Siendo el turismo - controlado y respetuoso con los lugares y las poblaciones - una de las esperanzas económicas, sociales y culturales de numerosas regiones en vías de desarrollo, los operadores actuales y futuros de turismo social están y estarán disponibles para diseñar programas de ordenación, crear dispositivos jurídicos y financieros, de contribuir a la gestión, a la formación y a la animación de todas las acciones de ordenación turística previstas en los programas de desarrollo mundial.

**Art. 12.** Puesto que en todo el mundo son y serán indispensables nuevas formas de cooperación y de asociación, puesto que el ordenamiento turístico exige la participación de los gobiernos, de los colectivos territoriales, de las organizaciones sociales, de los sindicatos, de socios financieros, de movimientos familiares, juveniles, culturales, deportivos, ecologistas y, naturalmente, de los profesionales de la industria turística, especialmente los operadores de turismo social al servicio de proyectos de interés general.

## □ LOS CRITERIOS DE IDENTIFICACION DEL TURISMO SOCIAL

**Art. 13.** Cualquier empresa de turismo (asociación, cooperativa, mutualidad fundación, federación, empresas, etc.) cuyo acto fundador u objetivo principal indique claramente que persigue un proyecto de interés general y que busque el acceso de la mayoría al ocio turístico, así desmarcándose de la búsqueda de la sola maximización de los beneficios, puede reivindicar su pertenencia al turismo social.

El término "social" expresa más solidaridad, de fraternidad y de esperanza para todos aquellos, tan numerosos, que siguen esperando tiempo libre en el mundo.

**Art. 14.** Esta pertenencia sólo es efectiva más que bajo las condiciones, sujetas a verificación, que se describen a continuación:

1. Las actividades propuestas integran objetivos humanistas, pedagógicos, culturales y de respeto y de desarrollo de las personas.
2. Los grupos a los que se dirige están claramente identificados sin discriminación racial, cultural, religiosa, política filosófica o social
3. Un valor añadido, no económico, forma parte integrante del producto propuesto.
4. Se ha definido claramente una voluntad de inserción no perturbadora en el medio local.
5. Las características de la actividad y del precio se identifican claramente en documentos contractuales. Los precios son compatibles con los objetivos sociales previstos. Los excedentes de cada ejercicio se invierten, en todo o en parte, en la mejora de las prestaciones ofrecidas al público.
6. La gestión del personal respeta la legislación social, alienta la promoción e integra una formación continua adecuada.

**Art. 15.** No son los estatutos jurídicos o los procedimientos utilizados los que legitiman a los operadores turísticos, sino la acción que llevan a cabo para alcanzar un objetivo claramente afirmado y proseguido. Los estatutos varían, en efecto, en función de las costumbres, de las prácticas o la evolución de las legislaciones. No son más que medios al servicio de los proyectos. No existe hoy día en el mundo un modelo único de referencia.



**Cualesquiera que sean los esfuerzos llevados a cabo y los éxitos alcanzados, no podrá existir turismo social significativo y duradero sin la definición y el fomento permanente de verdaderas políticas sociales de turismo, a escala regional nacional e internacional.**

**Los protagonistas del turismo social están decididos a colaborar activamente en la concepción y la puesta en marcha de estas políticas.**

**Fiel a sus orígenes y frente a las realidades de hoy día y a los desafíos del mañana, el BITS tiene propósito de dedicar todos sus esfuerzos a promover una visión social y humanista del desarrollo turístico.**

**El BITS apela a la participación a aquellos en todo el mundo que sienten el entusiasmo para el porvenir de la humanidad.**