



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR**



**DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA Y TURISMO**

**TESINA DE LICENCIATURA EN TURISMO**

---

***TURISMO DEPORTIVO EN BAHÍA  
BLANCA: EL RUNNING COMO  
OFERTA TURÍSTICA***



**Autor: Scagnetti, Paula Daniela**

**Director: Mg. Arocena, Maria Julia**

**BAHIA BLANCA**

**2014**

## **Agradecimientos**

En primer lugar quiero agradecer a mi país por darme la oportunidad de estudiar en una Universidad pública.

Destaco además, un especial agradecimiento a mi Directora, Mg. Julia Arocena, por su gran ayuda y paciencia, y que a pesar de no conocerme decidió acompañarme durante el desarrollo del trabajo, dedicando parte de su tiempo para guiarme y asesorarme siempre que fue necesario.

A mis padres Ester Gómez y Raúl Scagnetti quienes en todo momento me guían de manera incondicional para seguir un camino completo de valores.

A mis hermanos Vanesa y Juan, por su constante apoyo en todos los aspectos de la vida.

A mis grandes amigos, a los de siempre y a los que fui descubriendo a lo largo de todos estos años de carrera y que aún siguen conmigo.

# ÍNDICE

	<b>Página</b>
<b>Introducción.</b>	6
<b>CAPITULO I: MARCO METODOLOGICO</b>	
1.1. Objetivos.....	9
1.1.1. Objetivo general.....	9
1.1.2. Objetivos específicos.....	9
1.2. Planteamiento de hipótesis.....	9
1.3. Metodología para abordar la investigación.....	9
<b>CAPITULO II: MARCO CONCEPTUAL</b>	
<b>2. Marco Teórico.....</b>	<b>13</b>
2.1. Turismo.....	13
2.1.1. Conceptualización del Turismo.....	13
2.1.2. Evolución del Turismo.....	14
2.2. Turismo Urbano.....	15
2.3. Turismo y Sociedad.....	17
2.3.1. Nuevas tendencias del Turismo.....	17
2.3.2. Ocio.....	18
2.2.3. Recreación.....	21
2.4. Deporte.....	22
2.4.1. Turismo Deportivo.....	24
2.5. Running.....	30
2.5.1. Caracterización de la actividad.....	30

### **CAPITULO III: CARACTERIZACION DEL ÁREA DE ESTUDIO**

3.1. Localización.....	38
3.2. Caracterización general.....	39
3.2.1. Aspectos físicos.....	39
3.2.2. Aspectos Históricos.....	40
3.2.3. Aspecto Socio-económica.....	43

### **CAPITULO IV: ANALISIS DEL SISTEMA TURISTICO ACTUAL**

4.1. Análisis de la oferta turística.....	47
4.1.1. Medios de acceso a la ciudad.....	47
4.1.2. Infraestructura.....	49
4.1.3. Otros servicios.....	49
4.1.4. Alojamiento.....	50
4.1.5. Restauración.....	50
4.1.6. Recursos Turísticos.....	51
4.1.7. Oferta de Running en la ciudad.....	53
4.2. Análisis de la demanda turística.....	61

### **CAPITULO V: DIAGNÓSTICO**

5. Diagnóstico.....	67
5.1. Matriz Foda.....	67
5.2. Ponderación Foda.....	71

### **CAPITULO VI: PROPUESTAS..... 76**

<b>CAPITULO VII: REFLEXIONES FINALES</b> .....	84
--	----

<b>CAPITULO VIII: BIBLIOGRAFÍA</b> .....	87
--	----

**Anexos**

Anexo N°1: Entrevistas a informantes claves.....	94
--	----

Anexo N°2: Encuesta de relevamientos de datos.....	101
--	-----

Anexo N°3: Ponderación Foda.....	102
----------------------------------	-----

**Índice de figuras:**

Figura N°1: Interacción calidad de vida y turismo, deporte y ocio.....	18
--	----

Figura N°2: Localización geográfica de Bahía Blanca.....	38
--	----

Figura N°3: Representación de climas en Bahía Blanca.....	40
---	----

Figura N°4: Plano de la Fortaleza Protectora Argentina.....	41
---	----

Figura N°5: Accesibilidad vial a Bahía Blanca.....	48
--	----

Figura N°6: Circuito “Maratón de Reyes 2014”.....	57
---	----

Figura N°7: Circuito “Maratón Día Internacional del Síndrome de Down”.....	58
--	----

Figura N°8: Circuito “Aniversario de Bahía Blanca”.....	59
---	----

FiguraN°9: Circuito “Barlovento.”.....	60
--	----

FiguraN°10: Análisis de la variable genero de participantes locales y visitantes....	61
--	----

FiguraN°11: Análisis de la variable edad de participantes locales y visitantes.....	62
---	----

Figura N°12: Lugar de origen de los participantes.....	62
--	----

Figura N°13: Análisis del variable costo total de los participantes.....	63
--	----

Figura N°14: Análisis de la variable estadía.....	63
---	----

Figura N°15: Análisis de la variable debut de los participantes.....	64
--	----

Figura N°16: Análisis de variable tiempo en actividad. ....	64
Figura N°17: Análisis de la variable medios de transporte de aproximación.....	65
Figura N°18: Análisis de la variable participación.....	65
Figura N°19: Análisis de la variable calificación.....	66

**Índice de Tablas:**

Tabla N° I: Calendario Running 2014 en Bahía Blanca.....	55
Tabla N° II: Carreras en Bahía Blanca.....	56
Tabla N° III: Ponderación de conflictos por conflictos.....	73
Tabla N° IV: Ponderación potencialidad por potencialidad.....	74
Tabla N° V: Ponderación de potencialidad por conflictos.....	74
Tabla N° VI: Ponderación de conflictos por potencialidad.....	75

## **Introducción.**

Los viajes constituyen actualmente una extraordinaria oportunidad para conocer las características culturales, sociales, geográficas, artísticas, políticas y económicas, de los diversos destinos existentes en los diferentes puntos del planeta.

La demanda turística urbana presenta en las últimas décadas importantes transformaciones debido al modo de vida de la población en las grandes ciudades donde los ciudadanos desean disponer de una mayor cantidad, calidad de tiempo libre y de ocio para disfrutar de actividades y hábitos saludables.

La ciudad de Bahía Blanca se encuentra ubicada al sudoeste de la provincia de Buenos Aires, en un punto estratégico de la misma, desempeñándose como nexo entre la Patagonia y la Pampa Bonaerense, conformándose como una verdadera metrópoli regional.

Constituye un destacado nudo de comunicaciones y transporte entre los flujos económicos del suroeste de la provincia de Buenos Aires con una infraestructura terrestre, marítima y aeroportuaria importante, que sumado a una intensa actividad industrial permite establecer relaciones a nivel nacional regional e internacional.

Concentra múltiples actividades como el comercio, la cultura, vida nocturna, entrenamientos al aire libre y deporte, entre otras. Es sede de dos universidades nacionales además de institutos terciarios de gran importancia. También incluye otras modalidades como Turismo Cultural y Turismo de Congreso y Convenciones, posicionándola entre las principales ciudades de la provincia.

En la actualidad Turismo y Deporte son hechos sociales que se encuentran ligados al desarrollo de la sociedad moderna, como respuesta a los cambios que se producen en las mismas y donde adquieren sus rasgos y características.

Cada vez es más frecuente recorrer las calles de la ciudad y encontrarse con gente corriendo. El Running es considerado uno de los deportes más sencillos y sanos que se pueda practicar en los destinos urbanos.

En cuanto al turismo deportivo, la ciudad cuenta con un significativo pasado y presente deportivo, debido a que es considerada como la “Ciudad Capital del Básquet” actualmente

nombrada como “Capital Nacional del Midget”, sumado a que en el futbol atrae a gran convocatoria de gente por su participación de Primera División. Además se desarrollan importantes competencias siendo la de Reyes una de las más destacadas.

Ante el crecimiento de esta actividad, el presente trabajo pretende ofrecer una aproximación al fenómeno de Running en lo que respecta a turismo deportivo como una de las alternativas existentes al turismo convencional en la ciudad de Bahía Blanca.

# **Capítulo 1**

## **Marco metodológico**

## **CAPITULO I: MARCO METODOLOGICO.**

### **1.1. Objetivo general y específico.**

El **objetivo general** de esta investigación es *analizar los atributos del Running como alternativa dentro del Turismo Deportivo en la Ciudad de Bahía Blanca.*

Los **objetivos específicos** son:

- Analizar las características de la oferta turística en Bahía Blanca.
- Conocer el perfil de la demanda específica en Running.
- Destacar y Difundir los beneficios y/o ventajas de la actividad relacionadas con la salud.
- Desarrollar o elaborar propuestas con el fin de difundir dicha actividad.
- Fortalecer la diversificación de la oferta turístico-recreativa existente en Bahía Blanca.
- Concientizar al sector privado y a la población acerca de la importancia del Running en el marco de la actividad turística.

### **1.2. Hipótesis.**

Además se determinó la siguiente **Hipótesis** que orienta la investigación:

- *El desarrollo de la actividad del Running en Bahía Blanca permite diversificar la oferta turística recreativa de la ciudad.*

### **1.3. Metodología para abordar la investigación.**

La presente tesina se lleva a cabo a través de una investigación de tipo descriptiva y explicativa-exploratoria.

Según la clasificación de HERNANDEZ SAMPIERI et al. (2003:126) define un estudio explicativo como aquel que *“va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimientos de relaciones entre conceptos, están dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales “.*

El mismo autor define el carácter descriptivo de la investigación diciendo que:

*“...el propósito del investigador consiste en describir situaciones, eventos y hechos; esto es, decir cómo es y cómo se manifiesta un determinado fenómeno”.* (2003:17)

Además hace referencia a los estudios exploratorios afirmando que:

*“Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas o ampliar las existentes” (2003:115).*

Para el desarrollo de la investigación se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- ✓ Recopilación, análisis e interpretación de bibliografía referente a los temas que aborda la investigación a través libros, artículos periodísticos, material fotográfico y consulta a páginas webs.
- ✓ Observación directa en el terreno: se realizaron las encuestas a numerosos participantes en distintas carreras para realizar un análisis cuantitativo.
- ✓ Procesamiento de datos estadísticos de la demanda.
- ✓ Entrevistas realizadas a informantes claves como Patricia Nadal, Francisco Viignau y Pedro García.

El enfoque utilizado es de tipo cualitativo y se observan a través de las entrevistas realizadas, a su vez de carácter cuantitativo a través de encuestas para obtener el perfil de personas que concurren a las competencias.

Respecto a la estructura del plan de tesis, se desarrolla en ocho capítulos de los cuales:

- ✓ El primero está dedicado al desarrollo del marco metodológico, objetivos e hipótesis.
- ✓ En el segundo capítulo, se propone un marco teórico donde se profundizan los temas principales de la investigación, como Deporte. Turismo Deportivo, Running, entre otros.
- ✓ El tercer capítulo hace referencia al área de estudio y sus características socio económicas, aspectos históricos y físicos.
- ✓ En el cuarto capítulo se describe todo lo relacionado a la oferta turística y deportiva de Bahía Blanca y análisis de la demanda turística.
- ✓ El quinto capítulo está dedicado al diagnóstico, con presentación de la matriz FODA y la ponderación Foda.

- ✓ El capítulo sexto, está destinado a la elaboración de propuestas y estrategias de acción.
- ✓ Finalmente los dos últimos capítulos tienen que ver con la presentación de las consideraciones finales de la investigación, y el detalle de la bibliografía utilizada.

Posteriormente se complementó todo lo mencionado con anexos incluidos en el final del trabajo.

# **Capítulo 2**

## **Marco Conceptual**

## **CAPITULO II: MARCO CONCEPTUAL**

### **2.1. TURISMO**

#### **2.1.1. Conceptualización de Turismo**

Según la Organización Mundial del Turismo (1994:44): *“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros “.*

Por su parte el concepto de Turismo por Santos Pipa considera lo siguiente:

*“El turismo se nos presenta como un actividad económica dirigida a satisfacer las necesidades de quienes se desplazan de sus lugares habituales de residencia.*

*Más concretamente el turismo hace relación a aquellos desplazamientos realizados en nuestro tiempo libre, normalmente con ánimo de descansar, conocer otras culturas otras formas de vida o simplemente divertirse.”(Santos Pipa en Reyes, 2008:40).*

En este sentido De La Torre Padilla en Fuentes, (2009:8) menciona:

*“...un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que , fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud , se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”.*

Con el transcurso del tiempo las actividades se han ido modificando y adaptando a los diferentes gustos, preferencias e intereses de la demanda. Esto se debe a que el turista es un individuo mejor informado, que demanda una oferta de calidad en cuanto a servicios, como consecuencia de la alta competitividad entre los destinos, entre otros factores.

Es un turista que gracias a las nuevas tecnologías puede consultar experiencias de otras personas, no solo se limita a las agencias de viajes como única fuente de información y que va en busca de un itinerario más flexibles y auténtico.

### 2.1.2. Evolución del Turismo

Las formas que fue adquiriendo la actividad turística a lo largo de la historia estuvieron relacionadas con la evolución en la historia y economía de la sociedad.

Según Sergio Molina (*en Fuente, 2009:8*) menciona dos etapas importantes, la modernidad por un lado y por el otro la posmodernidad.

La modernidad se identifica con la etapa fordiana ubicada alrededor de los años 20 en el siglo XX correspondiente a la fase industrial. El fordismo se refiere al modo de producción en cadena que llevo a la práctica Henry Ford (fabricante de este famoso modelo). Es por esa época que nace el incipiente consumo masivo y donde a la par también se revaloriza el tiempo libre, lo que se sumaron las conquistas sociales como las vacaciones pagas y la mejoría del transporte.

A medida que cobro mayor importancia la actividad turística a nivel global el Estado comenzó a desarrollar un rol más participativo y es así que nacen los centros turísticos planificados.

En la etapa de la posmodernidad se caracteriza por cambios sociales y culturales a gran escala lo cuales produjeron un cambio importante respecto al modelo aplicado. Paralelamente, la globalización trajo consigo un incremento de comercios, aumento de circulación de bienes y servicios con lo que de a poco nace el modelo de producción flexible donde se modificaron las conductas del consumo y donde la oferta se ajusta más a la medida del usuario.

En el plano turístico este proceso se expresa con la crisis del turismo masivo y el nacimiento de nuevas formas alternativas del turismo y donde el turista en la actualidad es una persona bien informada, más exigente en cuanto a los destinos y a la calidad de los servicios, buscando itinerarios únicos, y más flexibles.

En palabras de Sergio Molina (2004:7): *“los viajes de placer evolucionaron de distintas maneras:*

- *Se transformaron desde la práctica de vacaciones convencionales a la búsqueda de nuevas experiencias.*
- *De largo periodos vacacionales preestablecidos en una época del año a frecuentes vacaciones en un solo año.*
- *De un viaje con poca actividad y bajo costo, a otro de naturaleza activa con un alto patrón de consumo.*
- *De vacaciones monotemáticas (horas de sol y playa) a vacaciones multi temáticas y de multi actividad.”*

En Argentina la importancia del Turismo se manifestó en el año 2005 con la sanción de la Ley Nacional del Turismo 25.997 donde en su capítulo 1 expresa:

*“Declárese de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país. La actividad turística resulta prioritaria dentro de las políticas de Estado.”*

En la actualidad el turismo se ha convertido en una actividad importante en las estrategias de desarrollo tanto en los países como en las ciudades ya que no solo genera beneficios para la ciudad impactando en la economía local, sino que también es importante en la distribución de la riqueza beneficiando a los sectores marginados y más desfavorables.

## **2.2. TURISMO URBANO**

El turismo urbano no es una modalidad reciente, es una de las formas más antiguas, comenzó a desarrollarse en los años 80, aunque sus comienzos se dan ya entre los siglos XV y XVIII.

Según la Organización Mundial del Turismo (2011:9) define el siguiente concepto:

*“...visitas realizadas a centros a urbanos de distintas dimensiones, vale decir desde grandes a pequeñas ciudades, con el fin de conocer o visitar lugares de interés entre ellas se considera los parques, museos, edificios históricos o comercios.”*

Actualmente la ciudad constituye un espacio privilegiado para la actividad turística y el ocio, debido a la nueva temporalidad del ritmo de ocio, aumento de población, a la

adecuada infraestructura básica y transporte, gran diversidad de atracciones entre otras características.

En palabras de Nova (2006:21) define al turismo urbano como:

*“aquel que se desarrolla en espacios ocupados por ciudades que, ya sea por su emplazamiento estratégico, por su evolución y riqueza económica, financiera, histórica o socio-cultural, por la disponibilidad de un sello o atractivo que actúa como emblema o simplemente por su importante concentración de alternativas de esparcimiento que favorecen el uso del tiempo libre , son capaces de generar el interés en el usuario para desplazarse hacia ellas como parte de su destino final o como componente de un circuito más amplio.”*

Asimismo Rodríguez Vaquero donde afirma que:

*“...Para definir el turismo urbano , de ciudad o de espacios urbanos , existen dos perspectivas diferentes : cualquier modalidad de actividad turística que se lleve a cabo dentro de un espacio catalogado como urbano y conjunto de actividades específicamente (negocios), académico-formativas (estudios, seminarios, simposios, eventos y congresos ) y sociales en general , que lleven a cabo los propios usuarios turísticos. En definitiva, es el que realiza en la ciudad sobre el modelo de modo de vida urbano y comprende todas aquellas actividades que realizan los turistas y visitantes durante su estancia en la ciudad, ya sean culturales, recreativas o profesionales.” (Rodríguez Vaquero, 2009:174).*

Uno de los principales aspectos de la modalidad de turismo son las diversas ofertas en cuantos a actividades y servicios; como ir de compras, desplazarse por un viaje de negocios, visitar un museo conocer el centro histórico del lugar u otros entretenimientos, entre otros motivos.

Marchemna (en Vera, otros 1997: 155) manifiesta desde una perspectiva moderna:

*“Contempla tanto los productos y motivaciones del turismo de la ciudad tradicional, como las formas de turismo asociadas a los nuevos paisajes y a las nuevas funciones (productivas, recreativas y simbólicas) que se están desarrollando en los entornos urbanos postindustriales”.*

Por lo anterior, se puede afirmar que dentro del turismo urbano se pueden desarrollar:

- Las actividades culturales, abarcan visitas a monumentos, museos y exposiciones de arte. La característica de los turistas que realizan estas actividades es que poseen un nivel medio-alto cultural y los motivos principales son de enriquecimiento cultural.
- Las actividades con motivos profesionales donde localizamos las visitas a ferias, congresos, jornadas, certámenes, simposios, etc.
- Las visitas con propósitos recreativos, como actividades de entretenimiento a parques temáticos, obras de teatro, concierto y las de placer como son las compras.

El turismo en estos espacios urbanos puede manifestarse como beneficioso a través de generación de riqueza, creación de empleo, reconstrucción de monumentos abandonados, interacción de los habitantes con otras culturas, entre otras.

En cuanto a la demanda, las tendencias que favorecen al incremento del turismo urbano son el aumento de los viajes de fin de semana, segmentación de las vacaciones, aumento del nivel cultural.

## **2.3. TURISMO Y SOCIEDAD**

### **2.3.1. Nuevas Tendencias del Turismo**

Las nuevas tendencias del turismo en las sociedades del siglo XXI se manifiestan tanto en la oferta como en la demanda turística, reflejándose en actividades en pleno auge como son el turismo de running y el cicloturismo o el skating.

*Santana (2008) El cicloturismo y el turismo de running, las nuevas tendencias del turismo se clasifican en un modelo postfordista, debido:*

- *En primer lugar a la desconcentración espacial. Teniendo como efecto la proliferación de múltiples o nuevos espacios turísticos similares o distintos donde no existía anteriormente una actividad turística. En el caso de las regiones donde ya existe una imagen publicitaria del turismo, es más sencillo desarrollar esta nueva tendencia porque ya existe una conciencia de la actividad turística y el*

*destino está dotado de instalaciones para el turista, pero en aquellas zonas donde no existe una demanda de actividad turística es más complejo.*

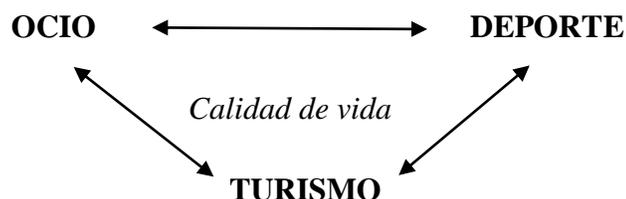
- *En segundo lugar a la desconcentración temporal, las actividades turísticas dejan de estar concentradas en determinados meses del año, a poder realizarse a lo largo de todo el año. Finalmente el turismo postfordista es un modelo menos estandarizado, más heterogéneo y fragmentado, la proliferación de un gran número de turismo específico como el turismo de running, cicloturismo y skating están configurando un gran número de actividades de ocio. Anteriormente limitadas por el turismo fordista.*

### 2.3.2. Ocio

Ocio, turismo y deporte son tres fenómenos característicos de las sociedades contemporáneas y son factores que inciden unos sobre otros y como consecuencia provoca un bienestar físico, mental y social en la vida del hombre. El ocio se relaciona con varios momentos de la vida diaria como la educación, la familia, la vida laboral, y la calidad de vida. El turismo y el deporte forman parte de un grupo de actividades que podemos realizar durante nuestro tiempo de ocio.

**Figura 1**

Interacción calidad de vida y turismo, deporte y ocio



Fuente: Masia-Montero, 2011.

La palabra ocio proviene del latín *ocium* y se introduce en el castellano en el siglo XV, donde hasta hace poco tiempo era considerado como sinónimos de “no querer trabajar”. Según Aristóteles el ocio era un término relacionado con la felicidad donde lo consideraba

como el principio de todas las cosas, es decir era el momento de la actividad no utilitaria, un tiempo de libertad.

Se reconocen, dos líneas interpretativas sobre las cuales se apoyan los razonamientos. Por un lado se entiende al ocio como cualquier actividad desarrollada después de la jornada laboral (ocio entendido como tiempo libre), por el otro lado comprendemos el ocio como un tipo de acción que se asocia estrictamente al ocio (el ocio como actividad y ocupación).

En palabras de Madariaga Ortuzar (2009):

*“el ocio como concepto, ha evolucionado de manera considerable, y en la actualidad se lo entiende como pieza fundamental y mediadora en el desarrollo de la vida de toda persona.”*

Según esta autora da una visión donde ocio es un derecho esencial en la vida del hombre y donde nadie puede estar ajeno. En las últimas décadas el ocio ha adquirido una importante relevancia en lo que respecta un parámetro fundamental en la calidad de vida. Todos estos cambios provocan una nueva mentalidad en las personas percibiendo el mismo como un derecho básico humano.

Como en definiciones más recientes encontramos la del autor Argyle (*en Masia-Montero 2011:4*) que remarca que el ocio es:

*“Conjunto de actividades que una persona realiza en su tiempo libre porque desea hacerlas, sin presiones externas, con el objetivo de divertirse, entretenerse, desarrollarse a sí mismo, o cualquier otro objetivo que no implique beneficios materiales”.*

Teniendo otro enfoque con respecto al concepto de ocio encontramos Cuenca (2004) argumentado que:

*“El ocio es un modo de ser y percibir un estado mental o, si se prefiere un ámbito de la experiencia humana determinado por la actitud con la que se lleva a cabo una acción a través del cual aparecen nuevos sentidos, usos y vivencias propias característicos del nuevo milenio”.*

Este autor nos da una mirada más amplia referida a la calidad de vida con un carácter más multidimensional donde se incluye todos los ámbitos de la vida, como el estado de vida, condiciones de vida, vivienda, empleo, recursos culturales, situación económica.

De acuerdo a la Asociación Internacional WLRA (Asociación Internacional de Ocio y Recreo), (*en Masia-Montero, 2011:5*) en una carta pública sobre la educación del ocio que recoge la postura de su Consejo acerca de lo que considera ocio, destacando los siguientes puntos:

1. El ocio se refiere a un área específica de a experiencia humana, con sus beneficios propios. Entre ellos, la libertad de elección, creatividad, disfrute y placer, y una mayor felicidad.
2. El ocio es un recurso importante para el desarrollo personal, social y económico, y es un aspecto importante en la calidad de vida. El ocio es también una industria cultural que crea empleo, bienes y servicios.
3. El ocio fomenta la buena salud general y el bienestar al ofrecer oportunidades variadas que permiten a individuos y grupos seleccionar actividades y experiencias que se ajustan a sus propias necesidades, intereses y preferencias.
4. El desarrollo del ocio se facilita garantizándolas condiciones básicas de vida, tales como seguridad, vivienda, alimentos, ingresos, educación, etc.
5. Las sociedades son complejas y están interrelacionadas, el ocio no puede desligarse de otros objetivos vitales. Para conseguir un bienestar físico, mental, y social, un individuo o grupo debe ser capaz de identificar y lograr aspiraciones, satisfacer necesidades e interactuar de forma positiva con el entorno. Por lo tanto el ocio es un recurso para aumentar la calidad de vida.
6. Muchas sociedades se caracterizan por un incremento de la insatisfacción, el estrés, el aburrimiento, la falta de creatividad y la alienación en el día a día de las personas. Todas estas inconveniencias pueden ser aliviadas mediante conductas de ocio.
7. Las sociedades contemporáneas están experimentando profundas transformaciones económicas y sociales, las cuales producen cambios significativos en la cantidad y pauta de tiempo libre disponible a lo largo de la vida de los individuos. Estas tendencias tendrán de tiempo libre disponible a lo largo de la vida de los

individuos. Estas tendencias tendrán implicaciones sobre la demanda y oferta de bienes y servicios de ocio.

### 2.3.3. Recreación

La recreación:

*“es un término que expresa claramente la amplia gama de actividades que se pueden llevar a cabo en el tiempo de libertad o tiempo de ocio; y como nueva creación sirve para el descanso de actividades diarias de carácter obligatorias y al mismo tiempo ayuda a desprenderse de las preocupaciones que estas originan.” (BOSH, 2009:28)*

Es así como a través de la recreación se puede establecer un vínculo entre la actividad y el turismo, lo cual también se relaciona con actividades sin esfuerzo, de entrenamiento, de carácter no obligatorio y donde no supone productividad.

Cabe destacar la interpretación que nos ofrecen los autores Boullon, Molina y Rodríguez Woog (1984) acerca de los alcances de las relaciones turismo-recreación:

*"Además de las condiciones en las definiciones clásicas de turismo y recreación hay que agregar que el turismo es un fenómeno social producto de otro fenómeno social: el tiempo libre institucionalizado, que se consolida y desarrolla gracias a los avances de la civilización moderna alcanzados en materia de desarrollo de los sistemas de transporte. La recreación, en cambio, acompaña al hombre desde sus mismos orígenes, porque es una manifestación natural del ser de la cual no puede prescindir sin que se afecte el equilibrio de la persona. El turismo es prescindible, la recreación no." (Boullon, R. et. al., 1984:16)*

Por lo tanto:

*"Si aceptamos que el turismo solamente se puede realizar durante los periodos de vacaciones y durante algunos fines de semana largos, en aquellas ocasiones en que algún feriado cae cerca del sábado o domingo, pero que en la mayor parte del tiempo libre se encuentra distribuido entre las horas entre semana, fin de semana y días feriados, debemos concluir por decir que esos días y esas horas no pertenecen al turismo sino al campo de la recreación, (como se ha llamado a todas las salidas fuera del hogar con fines de esparcimiento, que no implican pernoctación en el lugar elegido, para pasar el día o parte del mismo)" (Boullon, R. et. al., 1984:49).*

Si bien la recreación al igual que el turismo implica un desplazamiento del individuo fuera de su entorno habitual, la diferencia que marcan los autores en la definición anterior, radica en el periodo de duración, ya que en la recreación el tiempo de duración de las actividades es más acotado e inferior a las 24 horas, sin necesidad que pernocte.

Quintero Reina (2011:68) conceptualiza la recreación como:

*“conjunto de actividades que tienen como sentido el uso positivo y constructivo del tiempo libre, en la cual el participante voluntariamente se involucra con actitudes libres y naturales, y de la cual se deriva una satisfacción inmediata.”*

En la actualidad se observa que hay una sociedad donde se dispone de una multitud de posibilidades recreativas para ocupar el tiempo libre; muchas de estas favorecen la adhesión al ejercicio físico y al deporte, esto también se debe a que el deporte se ha convertido en una manifestación social de gran trascendencia en los últimos años.

## **2.4. DEPORTE**

El deporte es una actividad antigua y universal ya que, se manifiesta en todas las culturas y se practica desde el surgimiento de las primeras sociedades humanas.

### *La evolución del deporte*

Son numerosos autores que han tratado en las últimas décadas el deporte desde distintas perspectivas científicas. Con respecto a la evolución del deporte, de acuerdo a Masia-Montero (2011: 12) manifiestan que varios factores han influido, entre ellos:

**-Evolución de la estructura de la población:** La disminución de la tasa de natalidad en los países avanzados y la transformación del núcleo familiar en donde la familia tradicional deja de lado la importancia frente a otras formas de convivencia han repercutido en el perfil de los que practican deporte buscando formas de vidas diferentes y donde ahí se encuentra el deporte.

**- Transformación en la estructura del trabajo:** A comienzos del siglo la cantidad de horas de trabajo se ha disminuido de manera considerable. De pasar a 60 semanales horas

de trabajo en la época de los años 1900 pasamos en la actualidad a tener 35 horas en los países avanzados y donde se une la reducción del periodo de actividad profesional.

**-Diferenciación e individualización de los estilos de vida:** El incremento de los ingresos junto a un aumento del bienestar conllevan a una vida diferenciada donde sus valores comienzan con una revalorización general del cuerpo, interés por el cuidado de la salud, vivir el presente son algunos de los factores que llevan a la población a los modelos deportivos.

Según Martos (2003) las manifestaciones del deporte son las siguientes:

- ✓ Deporte-competición. Su finalidad primordial es el rendimiento, el “resultado”, la obtención de logros que puedan conseguirse venciendo al adversario o como superación de uno mismo. Dentro de esta categoría inscribimos el deporte practicado por una minoría selecta, el deporte de elite. Por otra parte, encontramos a aquellos que participan en competiciones deportivas regladas a niveles medios y bajos, con un propósito básico de rendimiento y un claro contenido lúdico.
- ✓ Deporte-espectáculo. Se realiza con un fin de esparcimiento público, en el que cada vez más se encuentran presentes los intereses mercantiles y los medios de comunicación.
- ✓ Deporte-educación. Su objetivo principal es el desarrollo integral del individuo, potenciando los valores del mismo; constituye, a su vez, un factor de socialización primordial.
- ✓ Deporte-salud. La búsqueda de un estado de bienestar físico, psíquico y social que redunde en la creación de hábitos saludables y mejora de la calidad de vida determina esta concepción del deporte.
- ✓ Deporte-recreación. Es el que se practica por placer y diversión, sin intención alguna de competir o superar a un adversario.
- ✓ Deporte-integración social. La práctica deportiva puede favorecer la integración convirtiendo el espacio deportivo en un espacio de socialización

En definitiva estos elementos han sido algunos de los cuales han llevado al deporte a ser uno de los entretenimientos más practicados en el siglo XX.

Son numerosos los autores que han tratado el concepto de deporte en las últimas décadas entre las cuales mencionamos:

Siguiendo al Consejo de Europa en la Carta Europea del Deporte (1992, citado en Martos 2002) se entiende por Deporte como *“todo tipo de actividades físicas que, mediante una participación, organizada o de otro tipo, tengan por finalidad la expresión o la mejora de la condición física o psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o el logro de resultados en competiciones de todos los niveles”*.

Gómez Mora (en Antonio Salguero 2003:4) define al deporte como *“actividad lúdica sujeta a reglas fijas y controladas por organismos internacionales y colectiva”*

Luego de varios conceptos podríamos decir que el Deporte en todas sus expresiones y manifestaciones es un elemento motivante que arrastra a una masa importante de seguidores que asisten a eventos deportivos como Campeonatos o Ligas en distintas convocatorias sea a nivel nacional o internacional.

#### **2.4.1. Turismo deportivo**

La interconexión entre turismo y deporte es una evidencia que se manifiesta en las sociedades avanzadas y modernas de la cual adquieren sus rasgos y características más sobresalientes. Sus procesos de masificación, diversificación acontecen en forma paralela a la sociedad actual.

Esta relación de turismo y deporte se manifiesta en el interés que muestra los distintos organismos hacia este binomio y en la coordinación de esfuerzos para incrementar políticas de acción como mejorar los lazos de unión entre ambas disciplinas.

Los turistas que practican esta modalidad viajan en base a tres tipos de motivaciones principales y diversas: participar como espectadores de eventos deportivos internacionales apoyando u alentando a deportista profesionales; para aprender, disfrutar o practicar de alguna actividad deportiva y por último de concurrir en competiciones deportivas, y donde el objetivo en común es el disfrute de la actividad deportiva.

Ambos sistemas, deportivo y turístico son actividades destacadas en las prácticas de ocio de la población contemporánea. La importancia de este fenómeno social queda reflejada en la aparición de una serie de nuevos productos turísticos complementarios, brindándole al destino convencional la posibilidad de diversificar su oferta, pero también se manifiesta en un proceso de institucionalización, que a través del tiempo Latiesa y Paniza (2006:134) lo menciona en los siguientes momentos:

- 1986: La celebración del 1r. Congreso Mundial de Turismo Deportivo celebrado en Israel.
- 1993: La aparición Del “Journal of Tourism Sports”.
- 1999: El acuerdo de cooperación entre el Comité Olímpico Internacional y la Organización Mundial del Turismo, declarando de manera explícita la importante relación que existe hoy en día entre el turismo y el deporte.
- 2001: 1ra Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo celebrada en Barcelona, otorgando identidad propia al turismo deportivo consolidándola como disciplina emergente.

Asimismo en la Conferencia se destacaron los siguientes aspectos:

- ✓ El deporte es un factor importante en los destinos tradicionales permitiendo diferenciarse y ser más competitivo en un marco internacional.
- ✓ Deportistas profesionales se han convertido en un mercado de creciente importancia para los destinos turísticos.
- ✓ Grandes acontecimientos deportivos constituyen una excelente campaña de imagen para el destino que quiera potenciarse.
- ✓ Los más jóvenes intentan y descubren nuevas formas de turismo y nuevos deportes que muchas veces se popularizan convirtiéndose en fenómenos de masas.

Como oferta turística complementaria, el deporte se ha demostrado como una actividad que se va consolidando como un importante atractivo complementario pero que dicha oferta debe cumplir con una serie de requisitos; debe tratarse de una actividad: integrada, atractiva y recreativa y bien promocionada (Merino, 1998; en Lisboa, Miguel, y otros.2003).

En cuanto al concepto de turismo deportivo se observa varios autores que lo han abordado, sin embargo la primera definición de Turismo Deportivo fue la establecida por Hall (en Latiesa y Paniza, 2006: 135):

*“...aquellos desplazamientos realizados por razones recreativas fuera de lugar de residencia habitual”.*

En este sentido Esteve Secall ,1991 (en Latiesa y Paniza ,2006:136) define Turismo Deportivo como:

*“...Aquella actividad turística de la que forma parte algún tipo de práctica deportiva, bien como objetivo fundamental o como objetivo complementario.”*

Por último Latiesa y Paniza entienden por turismo deportivo:

*“...Aquellas actividades que se desarrollan en un lugar distinto de la residencia habitual y que tienen como objetivo principal la recreación turística y como actividad complementaria vacacional la práctica deportiva.”*

Esta visión se complementa con aquella que lo define como:

*“...viajes fuera del lugar de residencia habitual para participar activa o pasivamente en deportes competitivos o recreacionales como una actividad secundaria”.* (Gammon y Robinson, 1997).

Según De Knop en (Latiesa y Paniza, 2006:135):

El concepto de deporte en vacaciones ofrece dos alternativas distintas donde puede ser utilizado como complemento u ocasionalmente. En el primer caso el turista dedica cierto tipo de tiempo de sus vacaciones a alguna actividad física pero no es la función principal si no un complemento en cambio en el segundo caso el turista no tiene en cuenta con anterioridad ninguna practica de deporte ni interviene en la elección del destino turístico la oferta deportiva, si bien lo realiza de manera ocasional.

Las vacaciones deportivas también nos ofrecen diferentes alternativas y puede ser:

- **Deportivas puras activas:** la intención del turista en su viaje es el motivo fundamental.
- **Deportivas puras pasivas:** el motivo fundamental de este tipo de desplazamiento es la asistencia a un evento deportivo, entendido como un espectáculo.

Continuando con los mismos autores comprende lo siguiente:

- **Definición fuerte:** “...turistas que tienen como refuerzo la participación activa o pasiva en algún deporte”.
- **Definición débil:** “...turistas que tienen una participación accidental en algunas formas menores de deporte”.

En los últimos años la tendencia se ha incrementado de manera notable convirtiéndose en una práctica habitual y cotidiana en la vida de la sociedad, expandiéndose en todo el mundo y provocando beneficios económicos y sociales en torno a elementos clave de la calidad de vida y la salud.

### **La demanda de turismo deportivo**

El turismo y el deporte son ámbitos habituales de la ocupación organizada del tiempo de ocio. Estos dos fenómenos sociales se acercan entre sí cada vez más, ya que hoy en día una parte significativa de la población aprovecha el deporte para hacer turismo o como también complementa sus vacaciones con la práctica de deporte.

Turistas, deportistas, viajeros, y visitantes forman la demanda turística deportiva. (Masia-Montero, 2011:18).

### **Modelos para análisis del Turismo Deportivo**

Las motivaciones propias del turista son determinantes a la hora de calificarlo dentro de esta modalidad. Se consideran los siguientes modelos por distintos autores en LATIESA y PANIZA, (2006; 137):

1) Primer modelo

Respecto al primer modelo Derry y otros autores (2004), expresa que aquella persona que participa activa o pasivamente de eventos deportivos competitivos, excluyendo a toda persona que lo realiza de manera deportiva recreacional se puede identificar como turista deportivo. Es resumen, nos ofrece una definición más restrictiva.

Los elementos principales que identifican este modelo competitivo de turismo deportivo son:

- Actividad deportiva competitiva.
- Motivación: asistencia intencionada, participación como jugador o asistente oficial.
- Existe un componente de viaje y estar fuera del lugar habitual de residencia.

Como se puede observar no se contempla la práctica deportiva ocasional o esporádica en vacaciones, sino que debe existir en el turista una intencionalidad clara de competir. Este modelo tiene como ventaja ofrecer un segmento de mercado muy determinado.

## 2) Segundo modelo

En cambio el segundo modelo ofrece tipologías como las de Kurtzman y Zauhar (1997) donde se caracterizan por contener numerosas actividades como son las siguientes:

- *Resort*: se trata de complejos turísticos que tienen la actividad deportiva como la atracción principal, cuenta con experto entrenadores para realizar estas actividades, siendo algunos de los casos la práctica del golf o el esquí.
- *Cruises*: Algunos de estos cruceros ofrecen como principal objetivo del viaje o bien compartir el crucero con celebridades del mundo del deporte.
- *Attractions*: pueden ser atracciones naturales como parques, montañas o bien fabricados por el hombre como museos de deporte.
- *Tours*: incluyen viaje y alojamiento pero en este caso el objetivo fundamental se relaciona con el deporte, realizando actividades como tours de bicicletas o caminatas.
- *Events*: en este caso el objetivo de los turistas es ser espectadores de eventos deportivos.

Los principales inconvenientes del modelo están relacionados a su amplitud, ya que numerosas actividades pueden ser consideradas como deportivas y, por tanto, son susceptibles de clasificarse como turismo deportivo.

Los dos modelos descriptos se sitúan en posiciones excesivamente encontradas. El primer modelo propone una visión limitada de la práctica deportiva turística, en la cual todo se reduce a la competición, mientras el segundo carece de limitaciones, donde cualquier tipo de turismo puede ser considerado deportivo.

### 3) Tercer modelo

Por último mencionamos el modelo denominado intermedio por medio de los autores Gammon y Robinson (1997), que centran la definición de turista deportivo como:

*“aquel individuo o grupo de individuos que se desplaza a un lugar distinto al de su residencia habitual para participar (activa o pasivamente) en un deporte competitivo o recreacional. El deporte es la principal motivación del viaje”.*

Esta definición es la más operativa para el estudio de este segmento del mercado turístico, ya que tiene en cuenta la demanda y la oferta al mismo tiempo. La oferta resulta de suma importancia en lo que respecta de la dotación de infraestructura, y en cuanto a la demanda está presente al considerar que las motivaciones personales condicionan de manera más o menos nítida el desplazamiento a una determinada área geográfica.

En este modelo intermedio son dos factores los que intervienen en el proceso de decisión del lugar de destino de los turistas deportivos:

- La intensidad motivacional del deporte en la elección del destino.
- El posicionamiento del destino a nivel nacional e internacional.

La intensidad motivacional hace referencia a la relación singular que cada persona tiene con determinada práctica deportiva, siendo fuerte o débil. Como consecuencia lógica para determinados turistas la oferta deportiva en los destinos puede ser extraordinariamente importante, mientras que en otros puede carecer de interés alguno.

## **Nuevas Tendencias en el turismo deportivo**

El turismo motivado directamente o indirectamente por el deporte se encuentra en proceso de incremento, esto se debe a diversos factores que favorecen el desarrollo, y que de acuerdo a Latiesa-Paniza (2006; 147) mencionan:

- **Socios demográficos:** El aumento no solo de la esperanza de vida, sino también la mejora de salud permite que se realicen muchas actividades físicas y vacacionales.
- **Sociales:** La existencia cada vez mayor de parejas sin hijos, mujeres trabajadoras, familias menos numerosas, etc., permiten o harán de surgir nuevas necesidades y más recursos destinados al ocio. Otro factor importante es el crecimiento o incremento de zonas urbanas también favorece ya que ahí se genera los principales consumidores de deporte y turismo.
- **Culturales:** señala la elevación del nivel educativo como un elemento favorecedor del turismo y deporte, de este modo se incrementa el número de personas interesadas por conocer otras culturas.
- **Económicos:** El desarrollo de los transportes y las telecomunicaciones facilitaran las reservas de viajes por parte de los consumidores. En consecuencia la comunicación será más efectiva debido a la evolución de la tecnología, de la infraestructura a nivel global, y favorecerá los campos de conexión del deporte y turismo.

## **2.5. Running**

### **2.5.1. Caracterización de la actividad**

El runing es un deporte de la rama del atletismo, este último es un deporte que contiene un gran conjunto de disciplinas agrupadas en carreras, saltos lanzamientos, pruebas combinadas y marcha. Mientras que el running, si bien no existe todavía una definición exacta y teórica, que se refiere a la actividad de correr, y puede vincularse a las competencias de atletismo o a la práctica recreativa. También se puede afirmar que el Running es una disciplina que se asocia a numerosos beneficios físicos y que no es necesario tener una capacidad atlética para practicarlo.

En cuanto al atletismo, a lo largo de la historia se perfeccionó a través de sus pruebas de manera individual y grupal, y es uno de los deportes practicados universalmente.

Los primeros vestigios de las competencias atléticas se remontan a las civilizaciones antiguas, correr, caminar, lanzar movimientos y saltar son desplazamientos naturales en el hombre. El concepto de atletismo se remonta a tiempos muy lejanos, los primeros encuentros que se practican el atletismo en Grecia en el siglo VIII a.C donde se destacaba la prueba llamada stadion que era una carrera pedestre de casi 200 mts equivalentes a 200 el pie de Heracles, esta es la prueba más antigua de la cual se tiene registro aunque se supone que se practicaba con anterioridad. Luego con el tiempo comenzaron más pruebas como la carrera de medio fondo, la carrera de fondo.

En 1825 se celebra la primera reunión de atletismo en Inglaterra, luego en los años siguientes se organizan competiciones incorporando premios, siendo la primera en 1856 competición de Universidad de Oxford y en 1866 se crea la primera federación nacional de atletismo.

En otros países se comienza a practicar este deporte casi en los mismos años en lugares como Francia y Estados Unidos, Alemania y Bélgica creando sus primeros campeonatos a nivel nacional.

Ya en la era moderna nos referimos del atletismo como una forma amateur que a poco a poco se fue organizando a través de muchas carreras profesionales en algunos hipódromos. En 1896 se celebra en Atenas la primera edición de los Juegos Olímpicos.

### **Historia de Running a 50 años de su nacimiento**

Inicialmente es importante destacar que “**correr**” como actividad fue y es una disciplina específica del atletismo y presenta distintas versiones que van desde los 100 metros hasta los 42,195 del maratón como expresión más representativa de la carrera de fondo. Como mencionamos anteriormente los atletas que corran lo hacían porque estaban preparados y entrenados para esta disciplina específica. Durante la primera mitad del siglo pasado la práctica del deporte fue una actividad reservada a las clases más acomodadas, niños y adolescentes del ámbito escolar.

El Running como lo entendemos hoy, comienza en Estados Unidos hace más de 30 años destacándose a BILL BOWERMAN, un entrenador de atletismo que desarrollo su actividad desde principio de los años 60 en Oregón, Estados Unidos y formo una gran cantidad de deportistas, algunos con trascendencia internacional y junto con Phil Knight fue uno de los fundadores de Nike.

Bill Bowerman realiza un viaje a principios de 1960 a Nueva Zelanda invitado por entrenadores con el objetivo de participar de salidas matinales de “trote” con grupos de aficionados locales, algunos de avanzada edad. Cuando volvió a los Estados Unidos convencido que esto era una buena forma de acondicionamiento físico comenzó a organizar clases para los vecinos de Eugene localidad donde vivía.

Al poco tiempo la convocatoria se convierte en masiva y poco a poco el fenómeno se comienza a expandir, y a extender a numerosos grupos de vecinos hombres mujeres de diferentes edades entusiasmados por la posibilidad de perder peso y mejorar su aspecto físico. Ya en 1967 Bowerman y Hariis publican un libro titulado: “*Jogging: A Physical Fitness Program for All Ages*” que vendió más de un millón de ejemplares dando indicios de su gran crecimiento.

James Fixx es otra persona de importancia considerada como uno de los precursores del boom Running en Estados Unidos, en las décadas del 60 y 70. Su mensaje fue el de mejorar la calidad y aumentar las expectativas de vida de la gente a través del trote, en un momento en el que el mundo estaba ávido de ese tema. En el año 1977 publico “El libro completo del corredor “que de manera inmediata se convirtió en un éxito editorial donde plasmo los beneficios del Running.

Considerado el gurú del deporte, su papel principal fue el de promocionar el running como una herramienta de superación, y sumado a su prédica aportaron masividad al fenómeno ayudaron a personas muy distantes al deporte se acerquen en busca de mejorar problemáticas de salud y vitalidad. El running ya era una señal distintiva en la sociedad americana, que luego comenzó a extenderse por el resto del mundo, y en donde las marcas deportivas aprovecharon la situación para generar beneficios económicos.

## **Nacimiento de la Asociación Mundial**

En 1912 nació la Asociación Internacional de Federaciones de Atletismo (IAAF) actualmente con sede en el Principado de Mónaco, desde 1999 hasta en la actualidad se nomina como Federación Internacional de Atletismo Amateur .

Dicha asociación no acepta como deporte las carreras callejeras (running), lo que desencadena el nacimiento de otra organización mundial.

En 1982 nace la Association of International Marathons and Distance Races (AIMS), La Asociación de Maratones y Carreras de ruta, actualmente con sede en Atenas, Grecia.

Esta asociación fomenta al Running en el mundo y desde 1982 acepto que esta actividad física si era un deporte agrupando a más de 300 maratones y a carreras de ruta de más de 103 países.

Cada año organizan un Congreso Internacional que cuenta con la participación de los directores de los mejores eventos del año en el año, con el objetivo de premiar a los mejores corredores del año de carreras de ruta

Sin embargo, este fenómeno ha llegado a varios países como España con varios años de retraso a ciudades; como Madrid, Sevilla y donde el público español trimestre a trimestre se ha motivado de manera notable.

La proliferación de una vida sedentaria también ha empujado a un amplio sector de la sociedad a practicar este deporte con el objetivo de mejorar su calidad de vida entre otros objetivos u o fines.

El running es considerado como un deporte sencillo y apto para cualquier persona que quiera practicarlo y en la actualidad es una de las actividades físicas en auge, en donde cualquier carrera, cualquier camino puede ser un escenario perfecto para practicar running, no se requiere de instalación exuberante ni tampoco de mucho tiempo para realizarlo.

Las recomendaciones sugeridas a la hora de comenzar a correr es concretarlo de forma progresiva , los entrenamientos fuertes no son buenos , ya que el cuerpo tarda un tiempo , meses y años en adaptarse tanto los músculos como las articulaciones y si se realiza un

sobre esfuerzo como consecuencia ocurren las lesiones y desmotivaciones. (Pablo Villalaba, Campeón Maratón año 2011).

De acuerdo artículos deportivos, en los siguientes ítems, se enumera diversos factores y beneficios que permitieron de esta modalidad de deporte un importante y destacable crecimiento entre los cuales se mencionan los siguientes:

- Es accesible para todo el mundo
- Permite conectar con el entorno natural o urbano
- Cualquier momento del día es apto para su practica
- Múltiples beneficios psicológicos como: mejora la autoconfianza y permite superar nuestros límites mentales. (Estudio elaborado por el psicólogo deportivo Oliver Martinez).
- Favorece la capacidad de aprendizaje, el rendimiento cognoscitivo y frena el declive del funcionamiento cerebral.
- Previene demencias y enfermedades neurodegenerativas.
- Incremento de los niveles de BDNF en el cerebro, proteína que estimula el crecimiento, mejora la atención y la concentración.
- Otro beneficio relevante es que mejora las relaciones interpersonales.

El Running es posiblemente considerado la especialidad deportiva de mayor crecimiento del planeta, tanto en asfalto como en montaña hay una sobreabundancia de oferta.

Una investigación encargada de la marca deportiva japonesa Mizuno (especialista en tecnología aplicada al running) revelo que en nuestro país se realizan más de 100 competencias por año con una participación de alrededor de 400.000 corredores solamente en Buenos Aires, ciudad que en los últimos tiempos tuvo que dejar de conceder permisos para el cierre de calles por carreras debidos a la desbordante cantidad de pruebas.

Los principales circuitos de la ciudad de Buenos Aires se encuentran en los bosques de Palermo, la zona del Planetario y Puerto Madero entre otros lugares son un reflejo que evidencian el aumento significativo del número de corredores.

El fenómeno no es solo local si no que en los últimos años se ha observado un notable crecimiento a nivel mundial. Como dato a mencionar las diez mejores maratones del mundo corresponden a las siguientes ciudades de acuerdo al sitio web: [www.running.es](http://www.running.es) :

- ✓ Nueva York: Nombrada la “Gran Manzana” realizada en 11-02-2014 conto con una participación de dos millones de personas y alrededor de 130 bandas que animan este evento. Comenzó en el año 1970 con 127 corredores que dieron varias vueltas a Central Park. La demanda es tan alta que, si no se acredita una marca exigente (por ejemplo 2.45 en hombres menores de 39 años), hay que entrar en un sorteo. El precio es de 347 dólares.
- ✓ Boston: En esta ciudad se disputa la maratón más antigua del mundo que data del año 1897 con el fin de festejar el Día de los Patriotas (los tercer lunes de cada mes). Cuenta con un recorrido montañoso rodeado de un paisaje atractivo.
- ✓ Berlín: Considerada el festival de maratones la pista más rápida del mundo por resultados de la edición pasada (2013). La inscripción se basa en dos fases pre-inscripción y luego sorteo. En este maratón se han producido numerosos récords del mundo. El mítico Haile Gebrselassie lo ha batido en dos ocasiones (2007 y 2008). Posteriormente en 2011 fue el Keniata Patrick Makau (02.03.38) y en este pasado 2013 Wilson Kipsang.
- ✓ Paris: Maratón que cuenta de hasta con 95 orquestas y animaciones populares, repartidas estratégicamente en todo el recorrido a través de batucadas, danzas tradicionales, samba entre otros. Es un recorrido prácticamente llano, que se inicia en un sitio emblemático en los Campos Elíseos.
- ✓ Londres: Denominada Virgin London Marathon esta prueba surgió en la capital del Reino Unido en un típico pub inglés, donde buena parte de la recaudación del evento se destina a obras benéficas, siendo la última a la lucha contra el cáncer. A través de su recorrido Londres muestra lo mejor de sí mismo con el Palacio de Buckingham, el Parlamento, Tower Bridge, Big Ben, el Támesis, Westminster, muelles de Greenwich, de característica totalmente llano. La particularidad de la maratón es ver a sus atletas disfrazados de cualquier cosa.
- ✓ Tokio: Considerada recientemente uno de los seis mejores integrantes de las World Marathon Majors (WMM) junto con las anteriores se establece un ranking bianual

cuyo ganador sea hombre o mujer recibe la suma de un millón de dólares. La particularidad de esta carrera es un requisito de edad mínima de 19 años mientras en las demás solo es de mínimo 18 años. Se trata de una carrera con seis años de vida en donde te puedes encontrar con atletas vestidos de Power Ranger, Doraemon y en donde ya supera las 35.000 inscripciones y en cuales en los últimos años se obligó a petitionar una “lotería” para que participantes no queden fuera.

- ✓ Chicago: con la característica de ser la maratón más metropolitano, la carrera transita por 29 barrios de esta gran ciudad. De carácter benéfico este evento cuenta con la llegada de más de 45.000 deportistas con la llegada de 115 países.
- ✓ Barcelona: Su recorrido se transita por dentro de la ciudad mostrando sus lugares más emblemáticos y en sus últimos años ha crecido de manera exponencial registrando un aumento del 29 % entre año 2011 y 2012. El Zúrich Maratón de Barcelona discurre por un circuito totalmente urbano y llano que atraviesa los siguientes lugares: Plaza Espanya, Camp Nou, Diagonal, Paseo de Gracia, Sagrada Familia, Torre Agbar, Fórum, Plaza Sant Jaume, Ramblas y Plaza Catalunya. Tras Londres, Berlín, y París es el cuarto maratón más masivo de Europa.
- ✓ Roma: Considerada la “Maratón más Eterna”, no es un evento de multitudinario ni de gran prestigio ni rápido, pero solo de correr por las calles de la “ Ciudad Eterna “es un circuito considerado unos de los bellos y contiene historia .Su recorrido parte desde el Coliseo (esto nos indica de lo que se avecina ), Foro Itálico, Panteón, Circo Massimo, Ara Pacis de Augusto, Villa Borghese, Trastevere y por las calles que nos llevan a la Plaza de España y la Fontana de Trevi Su .
- ✓ Atenas: “Considerada la Maratón más Clásica “.Se realiza esta maratón en honor a Filipides (Héroe de la Antigua Grecia fue una figura central de la historia que inspiro un acontecimiento deportivo moderno). Lo particular de esto evento es su recorrido con sube y bajas constantes y donde la Unesco apoya esta competición como evento deportivo histórico y cultural. MU similar al caso anterior no es de carácter masivo pero se pueden observar correr junto a atletas locales personas disfrazados de hoplita (soldado ateniense) e incluso con espada y un escudo.

# **Capítulo 3**

## **Caracterización del área de estudio**

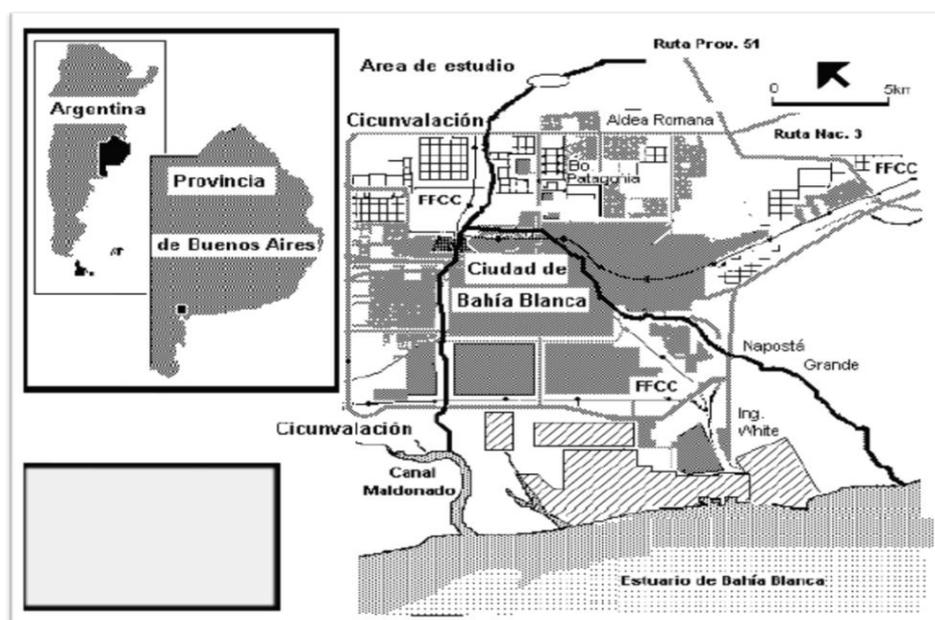
## CAPITULO III: CARACTERIZACION DEL AREA DE ESTUDIO

### 3.1. Localización

La ciudad de Bahía Blanca está localizada a 38° 44' Latitud Sur y 62° 16' Longitud Oeste de Greenwich, al Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires, sobre la costa del océano Atlántico (Fig 2). Bahía Blanca integra uno de los 135 partidos de la provincia de Buenos Aires. Su cabecera es la ciudad Bahía Blanca y abarca las localidades General Daniel Cerri, Ingeniero White, y Cabildo y limita con los distritos de Villarino, Tornquist, Coronel Pringles Coronel Rosales, siendo su superficie de 2.300 Km<sup>2</sup>. Gracias a su ubicación estratégica adquiere una importante relación entre las regiones pampeana y patagónica por medios de múltiples conexiones carreteras entre ellas Rutas Nacionales 33, 35,3 Norte y 3 Sur y Ruta Provincial 51, a través de red ferroviaria y transporte aéreo. En el centro de la ciudad, predominan todas las actividades relacionadas con la actividad financiera y administrativa en torno a la Plaza Rivadavia donde se ubican los principales edificios.

**Figura 2**

Localización geográfica de Bahía Blanca



*Fuente: Pérez y Perillo, 2002*

## 3.2. Caracterización general

### 3.2.1. Aspectos físicos

#### Relieve

Según Brondolo y otros (1994:69) el relieve se caracteriza por:

*“Dos franjas con geoformas diferentes, por un lado se destaca la de relieve aterrizados al noreste y norte, y la de terrenos bajos y anegados al sur, circunscriben a la ciudad y constituyeron durante mucho tiempo las barreras físicas que hoy día han sido superadas casi totalmente.”*

Bahía Blanca se sitúa sobre el límite de la Región Pampeana y Patagónica donde podemos observar ondulaciones de médanos .Las primeras elevaciones alcanzan entre los 200 y 500 m, a excepción de la zona de Sierra de la Ventana, que alcanzan los 1200.

De acuerdo a lo que expresa Zingoni (2000:19), se pueden delimitar tres ambientes claramente definidos en relación entre el relieve y la población de la ciudad:

- “Las ultimas estribaciones del Sistema de Ventania y la llanura ocupan el mayor porcentaje de su superficie y constituye el área de desarrollo agropecuario.
- El valle inferior del arroyo Naposta Grande que se extiende a 70 mts, sobre el nivel del mar, constituye el sector donde se concentra el mayor porcentaje de la mancha urbana bahiense y la mayor densidad de población del partido.
- La planicie costera, a 6 mts sobre el nivel del mar, constituye un ambiente bajo y anegadizo en algunos sectores y es donde se concentran las actividades portuarias e industriales.

#### Clima

El área de Bahía Blanca cuenta con un clima templado de transición, con temperaturas moderadas y alta variabilidad, que incide en la cubierta vegetal y actúa sobre el relieve llano, ya que se halla situada en un área de encuentro de dos masas de aire de orígenes

diferentes, uno caliente y uno frío. Las temperaturas medias que se observan en la ciudad son de 23 grados C y 8 C en invierno.

El promedio anual de las lluvias es de 600 mm sin embargo hay importantes variaciones dentro de la zona. Los meses más lluviosos son febrero, marzo octubre, y noviembre.(Fig.3)

Otro fenómeno que caracteriza el clima bahiense son las heladas tardías que suelen extenderse hasta el mes de noviembre.

Los vientos en su mayoría son moderados y algo fuertes que provienen del Norte y noroeste en verano y del sur y sureste en invierno.

### **Figura 3**

Diagrama ombrotermico de Bahia Blanca

*Fuente: Campos, Capelli, Diaz.El clima del suroeste bonaerense.Uns.2004.*

#### **3.2.2. Aspectos históricos**

Durante la década de 1810 en Buenos Aires aparecen algunos croquis que esquematizan en línea generales a la bahía y que de acuerdo a sus características fue conocida como Bahía Blanca. Ese mismo era un lugar estratégico para fundar un puerto y fortines.

Luego de publicarse dos proyectos en 1823 y 1824 con el principal objetivo de un plan colonizador, sumado a la incorporación del territorio del Sur a la provincia de Buenos Aires tras la avanzada al “desierto” y el afianzamiento del dominio militar ,son algunos de los episodios provocaron la fundación del Fuerte : “Fortaleza Protectora Argentina “.La misma

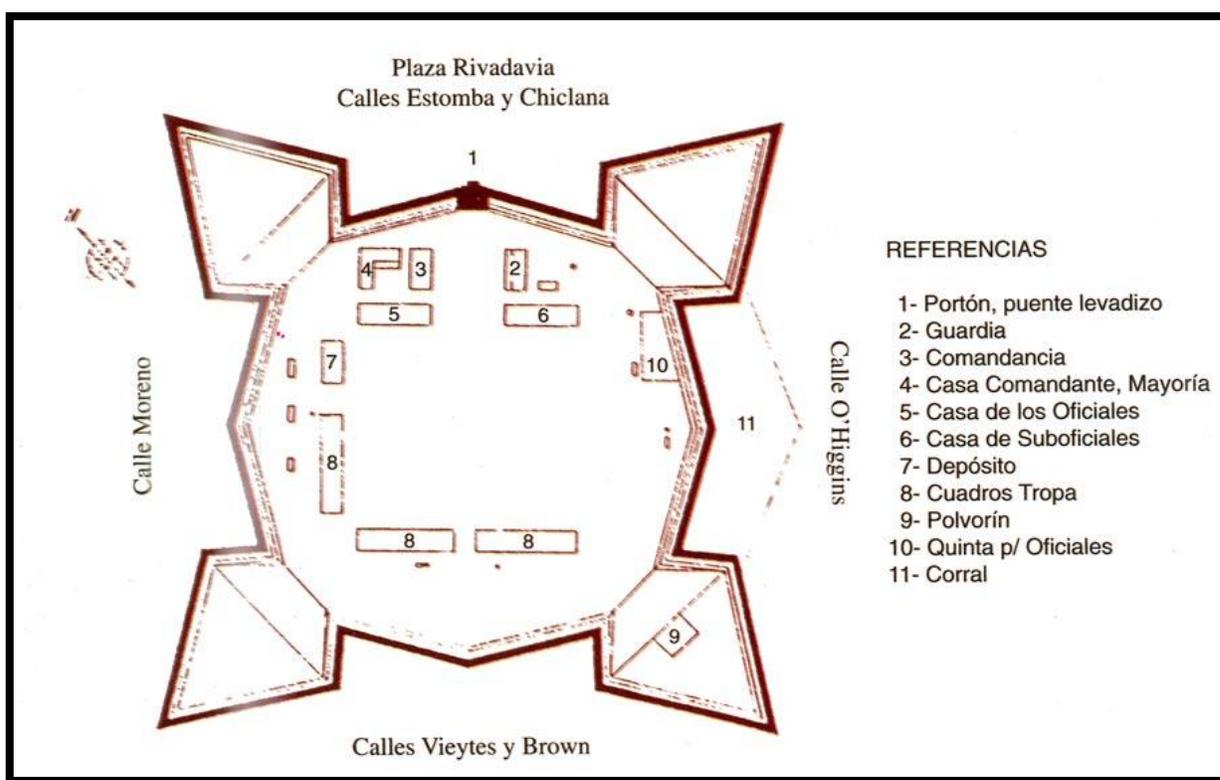
estuvo bajo la planificación del Ingeniero Parchappe , al mando del Coronel Ramón Estomba el 11 de abril de 1828, convirtiéndose en el punto de origen de Bahía Blanca

La constitución del fuerte tenía como fin asentar una línea de avance hacia territorios dominados por los pueblos originarios como resultado de una política de expansión territorial dispuestas por autoridades provinciales, y en donde en un principio las expectativas de desarrollo de la ciudad estaban relacionadas con su condición portuaria.

La fortaleza de forma estrellada, comprendía el cuartel, las caballerizas y un pequeño grupo de viviendas, localizándose en cuatro manzanas en donde en la actualidad comprendes las calles Estomba-Chiclana, Brown-Vieytes, Ohiggins y Moreno. (Fig. 4)

**Figura 4**

Plano de la Fortaleza Protectora Argentina 1859.



Fuente: [www.mhistorico.bahiablanca.gov.ar](http://www.mhistorico.bahiablanca.gov.ar), 2012.

En 1834 se presentó el primer plano de la ciudad, diseñado por Manuel de Molina y el gobierno comenzó a otorgar a los pobladores títulos de propiedad.

Como establece Viñuales y Zingoni (1990:12), es posible que la presencia del Naposta y su aprovechamiento con la “quinta del Estado“, sumado a los árboles frutales plantados en las orillas haya hecho que la población se orientara hacia el Noroeste.

En 1852 la ciudad para ese entonces era un punto aislado, la población solo se ubicaba cerca de la plaza y la fortaleza y la comunicación con el resto del país solo era por vía marítima.

En el año 1856 llega la Legión Agrícola Militar, una colonia Nueva Roma, que fue el primer emplazamiento de un grupo de inmigrantes con sus familias con nuevas modalidades de vida lo cual contribuyo a la consolidación del futuro poblado.

Al año siguiente la ciudad logra el Gobierno Municipal Autónomo y recién en 1865 aparecen los límites de los partidos, conformándose el partido de Bahía Blanca debido a su importante crecimiento.

Los grupos de nacionalidades que se establecieron en una primera instancia fueron en su mayoría italianos superando en algún momento a los argentinos, en segundo lugar se encuentran españoles británicos, irlandeses y franceses.

Zingoni (2000:21) explica el proceso histórico en varias etapas:

Una de las etapas más importantes fue la denominada modernización y expansión, (1880-1928/30) .A partir de 1880 la dinámica de la ciudad giro en torno a un proceso de “modernización”, comenzó a transitar una etapa de acelerada transformación, como consecuencia de la puesta en marcha del modelo agroexportador, así convirtiéndose en un centro de producción y comercialización de características internacionales.

Uno de los acontecimientos más importantes que favoreció el crecimiento de la ciudad fue la llegada del ferrocarril en 1884, como un elemento importante en cuanto a la comunicación. No solo permitió la salida de la producción agropecuaria, sino que provoco una transformación en el espacio urbano, generando una infraestructura particular como las barracas, depósitos, mercados acopiadores, vías, puertos, barrios entre otros.

También se produjeron grandes cambios en la fisonomía de la ciudad con la construcción de importantes edificios, la pavimentación de las calles, alumbrado públicos y el primer muelle comercial de ultramar sobre el Océano Atlántico.

En este contexto, la ciudad comenzó a ocupar un sitio de cabecera y nodo de comunicaciones en el marco de la región definida geográficamente como el sudoeste de la provincia de Buenos Aires.

En los primeros años de 1900 la ciudad comienza una nueva etapa con respecto al ámbito de la educación con la creación de la Escuela Normal Superior y del Colegio Nacional, permitieron la permanencia de los estudiantes en la ciudad. Años más tarde con la constitución del Instituto Tecnológico del Sud y luego la Universidad Nacional del Sur en 1956, impactaron fuertemente en la ciudad.

En el año 1928 en el primer centenario de la ciudad, se inauguran edificios públicos, privados y diferentes monumentos. Se comienza con las instalaciones de puentes, vías, estaciones de pasajeros y de carga y descarga de mercaderías, talleres de reparaciones todo con material traído desde Inglaterra. Años más tarde después de la crisis comienza un proceso acelerado de industrialización en la ciudad con la llegada de diversas empresas como Dow Chemical, YPF, Solvay, Cargil TGS, entre otras.

Actualmente el proceso de ampliación y radicación de nuevas industrias en el complejo petroquímico, inversiones en el sector comercial y de servicios, y las transformaciones jurídico-administrativa del puerto son algunos de los factores que caracterizan el panorama económico del espacio local convirtiendo a la ciudad en un centro industrial a nivel regional .

### **3.2.3. Aspectos socioeconómicos**

Economía

*“Bahía Blanca se presenta como cabecera del sudoeste de la provincia de Buenos Aires. A partir de una base productiva regional eminentemente agrícola-ganadero, la ciudad se consolida como centro urbano proveedor de bienes y servicios de la zona circundante .Su condición geográfica, así como la disponibilidad de materias*

*primas la convierten en asentamiento de importantes empresas agroindustriales y del sector petroquímico.” (Arocena, J; 2007:12)*

Desde sus orígenes Bahía Blanca se ha destacado como uno de los más importantes centros de comercialización de productos agropecuarios del país, generando el desarrollo de mercados de productos primarios, lo cual esto permitió constituirse en referencia para la actividad en todo el país.

La ciudad es un importante centro comercial y de servicios, constituye además un importante nudo de transporte y comunicaciones entre los flujos económicos del sudoeste de la provincia de Buenos Aires y del Valle del Río Negro debido su infraestructura terrestre, marítima y portuaria. Gracias a esto Bahía Blanca se posiciona como foco de atracción en la región provocando un impacto positivo en la economía local. Similar a la actividad comercial, los servicios en la ciudad son de gran importancia y variedad, destacándose los servicios financieros, educativos, salud, entre otros.

El sector industrial de la ciudad está compuesto por la presencia de empresas vinculadas a diferentes actividades como refinerías, petroquímica y agroindustrial lo que lo convierte en el mayor y más importante centro petroquímico del país, ubicado entre ambos puertos.

Los puertos ubicados a lo largo de la bahía son, Puerto Galván para petróleo y químicos, y Puerto Ingeniero White especializado en granos.

El puerto local posee características naturales de profundidad sumado a sus terminales especializadas en carga de cereales, oleaginosa y al muelle con capacidad de operar todo tipo de buque. Todas estas cualidades lo convierten en el puerto de aguas profundas por excelencia.

En los últimos años la ciudad ha recibido un importante flujo de inversiones orientadas al desarrollo de actividades localizadas en el puerto. Las principales oportunidades de crecimiento se relacionan con las actividades de exportación de productos primarios y del sector petroquímico.

Población

La población cuenta con un total de 301.501 (INDEC, 2010), y esta última cifra informada nos permite establecer un crecimiento del 5.5 % respecto al censo realizado en año 2001.

Su actual magnitud poblacional la ubica como el décimo séptimo centro más poblado de la Argentina y el cuarto de la provincia de Buenos Aires, detrás de Gran Buenos Aires, el Gran la Plata y Mar del Plata.

Dentro de la población además del tamaño, es importante mencionar o considerar otros aspectos fundamentales tales como el origen, la estructura y las actividades que desarrolla.

En cuanto al origen de los primeros pobladores estables de Bahía Blanca durante la etapa fundacional fue en su mayoría extranjero en lo que predominaban los italianos. Como consecuencia del fuerte proceso inmigratorio en 1880, llegan a Bahía Blanca inmigrantes de distintas nacionalidades entre ellos españoles, alemanes, judíos, franceses, ingleses que luego con el transcurso de los años se hace notoria.

# **Capitulo IV**

## **Análisis del sistema turístico actual**

## **CAPITULO IV: ANALISIS DEL SISTEMA TURISTICO ACTUAL**

### **4.1. Análisis de la oferta turística**

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1998) define a la oferta turística:

*“Como aquella que está compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística (...).Es un conjunto de productos turísticos y servicios puesto a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”.*

#### **4.1.1. Medios de acceso a la ciudad**

La ciudad de Bahía Blanca se encuentra conectada con el país por varios accesos y medios de transporte lo que le brinda una buena conectividad. (Fig. 5)

- ✓ Automóviles: La ciudad es un centro de enlace entre diferentes puntos del país, cuenta con varias vías de acceso: por Ruta Nacional N° 35. Por Ruta Nacional N ° 33, por Ruta Nacional N° 3 sur o Ruta Nacional N ° 22”; la Ruta Provincial N ° 51 o la antigua Ruta Nacional N° 3 accede al Camino Sesquicentenario para luego ingresar por la calle 14 de Julio o por la Avenida Sarmiento



- ✓ Transporte aéreo: los servicios de transporte aéreo son operados en la Aerostación Civil “Aeropuerto Bahía Blanca”, donde se realizan los vuelos que provienen y van hacia Buenos Aires, Comodoro Rivadavia , Mar del Plata operados por las empresas Sol, y Aerolíneas Argentinas.

#### **4.1.2. Infraestructura**

- ✓ Edes, Empresa de Energía Sur S.A se ocupa de la comercialización y distribuir la electricidad a todos los sectores de la ciudad.
- ✓ Empresa de Aguas Bonaerenses ABSA de abastecer el servicio de agua.
- ✓ Camuzzi, Gas Pampeana, empresa encargada de distribuir el gas natural en la ciudad.
- ✓ Bahía Ambiental Sapem realiza la recolección de residuos.
- ✓ Prestación de servicio público de ómnibus llevada a cabo por la empresa: San Gabriel, Sapem, Rastreador Fournier.

#### **4.1.3. Otros servicios:**

- ✓ Estaciones de servicio a cargo de las empresas YPF, Petrobras, Shell.
- ✓ El servicio de salud está conformado por dos hospitales públicos , Hospital Municipal de Agudos Dr. Leónidas Luceros y Hospital Interzonal General de Agudos Dr. José Penna, complementados con clínicas privadas y salas de primeros auxilios distribuidos en los diferentes barrios de la ciudad.
- ✓ Establecimientos Educativos, públicos y privados en todos los niveles entre ellos a nivel universitario cuenta con dos Universidades públicas: Universidad Nacional del Sur y Universidad Tecnológica Nacional.
- ✓ Seguridad pública
- ✓ Abundante oferta de Bancos como: Santander Río, Finan sur, Francés, Galicia, de la Provincia de Buenos Aires, Banco Industrial, Banco de la Nación Argentina.
- ✓ Correos como Correo Argentino, Oca, correo Patagónico, DHL Correo Internacional-Nacional sumados a locutorios.
- ✓ Grandes y pequeños supermercados, autoservicios, etc.

- ✓ Servicio Turísticos se incluye la oficina central del Municipio sumado a los puestos en la Terminal de ómnibus y en la peatonal sobre Drago y Colon. Se complementa la oferta con más 40 agencias de viajes habilitadas.

#### **4.1.4. Alojamiento**

De acuerdo a la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Bares, confiterías y afines de Bahía Blanca y Región del Sudoeste la ciudad cuenta con un estimado de 2200 plazas hoteleras distribuidas de la siguiente manera: 3 hoteles 4 estrellas 676 plazas; cuatro hoteles 3 estrellas 559 plazas; tres hoteles 2 estrellas 134 plazas; dos hoteles 1 estrellas 92 plazas; un motel de 40 plazas; tres apart-hotel con 132 plazas; y 360 plazas en alojamiento residencial. (Municipalidad de Bahía Blanca).

A esta oferta se debe agregar la extra hotelera conformada por cinco complejos de departamentos de alquiler turístico, que superan las 150 plazas.

Con respecto a la ubicación, la gran mayoría de los hoteles se encuentran en el micro centro de la ciudad, mientras que los hospedajes, departamentos turísticos y dos, de los apart hotel; lo hacen en el macro centro. El restante apart se encuentra a pocos metros de la terminal de ómnibus; y, en los caminos de acceso a la ciudad se localizan un motel y un parador.

#### **4.1.5. Restauración**

La oferta gastronómica es muy variada, cuenta con un amplio número de restaurantes en el centro de la ciudad y en los accesos a la misma. Conforman la oferta parrillas, pizzerías, tenedores libres, resto-bares, casas de comida rápida, casa de comida y por ultimo también contamos en la oferta mini mercados de estaciones de servicio. A su vez la ciudad cuenta con dos paseos de compras que ofrecen patios de comida. Dicha oferta se completa con cantinas y marisquerías distribuidas en la localidad de Ingeniero White.

*“Según datos ofrecidos por la Asociación de Hoteles, restaurantes, Bares, Confiterías y Afines se estima que el número de cubiertos en la ciudad de Bahía Blanca es de 4.500 considerando sólo los restaurantes, bares y cafés. Si a esto se suman lugares de comidas*

*rápidas y demás locales de venta de alimentos se llega a 11.600 cubiertos.”(Larracharte, M.2014; 38).*

#### **4.1.6. Recursos Turísticos**

La ciudad de Bahía Blanca nos ofrece una diversa oferta vinculada a la actividad cultural, a los acontecimientos programados, a los espectáculos tanto de índole deportivo como teatrales y en sus centros comerciales. En los últimos años ha crecido de manera importante y notoria, por lo cual lo nombramos en los siguientes ítems.

La oferta cultural que presenta la ciudad de Bahía Blanca se compone de diversos museos de carácter público y privados que abarcan diversas temáticas entre los que se destacan; la historia, el arte contemporáneo, el puerto, la ciencia, etc. A esta oferta se le suma un importante abanico de salas de exposiciones también de carácter público y privado que por lo general son edificios históricos que atravesaron un proceso de revalorización y refuncionalización como espacios de manifestación cultural.

También podemos adicionar a esta oferta; teatros y los circuitos que ofrece la ciudad. Mencionamos algunos de estos componentes que forman parte de la oferta cultural:

- ✓ Museo de Bellas Artes y Museo de Arte Contemporáneo.
- ✓ Museo y archivo Histórico Municipal: Historia y colecciones.
- ✓ Museo Caldén Rojo: Historia y Colecciones.
- ✓ Museo y Parque Estereoscópico el Histórico": Historia y Colecciones.
- ✓ Museo del Puerto: Historias y Colecciones.
- ✓ Museo Ferro White: Historia y Colecciones.
- ✓ Fortín Cuatrerros: Historia y Colecciones.
- ✓ Museo de Ciencias naturales: ciencias.
- ✓ Museo de Ciencia y Técnica: ciencia.
- ✓ Fundación Ezequiel Martínez Estrada: Historias y Colecciones.
- ✓ Museo del Comando del V Cuerpo de Ejército. Historias y Colecciones.
- ✓ Museo de la Aviación Naval: Historias y Colecciones.

En cuanto a los teatros la ciudad de Bahía Blanca posee una propuesta muy variada de espectáculos de gran nivel a lo largo del año a nivel nacional, local y regional y las salas más importantes se encuentran en:

- ✓ Teatro Municipal
- ✓ Teatro Don Bosco
- ✓ Teatro Rossini
- ✓ Teatro El Tablado

El Área de Turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca ofrece diferentes circuitos que permiten conocer la historia de la ciudad y los lugares más representativos, lo más destacados son:

- ✓ Circuitos: Camino de la Historia
- ✓ Circuito: Camino de los fortines, laneras y frigoríficos.
- ✓ Circuito: Camino de los puertos.
- ✓ Circuito: Caminos de los barrios y parques.
- ✓ Circuito: Camino Bahía capital del Básquet
- ✓ Circuito: Los caminos del riel.
- ✓ Circuito: Camino rural.

En cuanto los espacios de exposición:

- ✓ Asociación de Artistas Plásticos y Foto Club Bahía Blanca.
- ✓ Casa Escopica.
- ✓ Casa de la Cultura.
- ✓ Centro Cultural y de Gestión Islas Malvinas.
- ✓ Estación Rosario Plataforma de Acción Cultural.

Entre los acontecimientos programados de mayor relevancia local encontramos: la Fiesta de San Silverio y Fiesta Nacional del Camarón y el Langostino, en White (de alcance y jerarquía Nacional) Maratón de reyes; Feria de la producción, el Trabajo, el Comercio y los Servicios del Sur Argentino; Feria Nacional del Artesano; Fiesta Nacional del Básquet; carrera solidaria Manu Ginóbili, entre otras.

Con respecto a los sectores parquizados de la ciudad, Bahía Blanca presenta una oferta diversa en espacios verdes dedicados a actividades de esparcimiento entre los cuales mencionamos entre ellos parques de alta calidad paisajística:

- ✓ Parque de Mayo

- ✓ Paseo de las Esculturas
- ✓ Arroyo Naposta
- ✓ Parque Independencia
- ✓ Barrio Parque Patagonia y Palihue
- ✓ Balneario Municipal Complejo Recreativo Maldonado.

En referencia a la oferta deportiva, Bahía Blanca es un destino que se ha consolidado principalmente como uno de los más importantes centros deportivos del país, ya que nos brinda la posibilidad de realizar diversas actividades deportivas, recreativas y de esparcimiento a los distintos sectores de la ciudad.

Respecto a los eventos deportivos que tienen lugar en la localidad se destaca la participación de representantes locales en diversos campeonatos ligas, torneos de primer nivel como el caso : El club Olimpo participa tanto en el torneo argentino de futbol, máximo nivel del país, como también en la Liga Argentina de Vóley (equipo Masculino y Femenino); Bahía Básquet lo hace en la elite del básquet argentino (Liga Nacional de Básquet);y a su vez, la ciudad es sede, en el Autódromo de Aldea Romana, de las cuatro categorías más importantes del automovilismo argentino: El Turismo Carretera, el TC 2000, el Top Race y el Turismo Nacional , y por último y actualmente con la participación de las bahienses de Roller Dreams campeonas en el Mundial de Patín de España Reus 2014.

#### **4.1.7. Oferta de Running en bahía Blanca**

El Running en la ciudad, presenta el fuerte crecimiento en cuanto a cantidad y variedad de carreras que ocurren en Bahía Blanca, sean de organización privada, publica como también mixta, además se encuentra diversos grupos de personas que practican de manera permanente este deporte.

La Municipalidad de la Ciudad de Bahía Blanca promociona al Runing a través de un grupo denominado Bahía Blanca Runing Team, formado por personas que realizan el entrenamiento de todos los niveles guiados por profesionales y donde se invita a todos lo que quieran realizar esta experiencia de correr .

También se encuentra disponible en la web la página oficial de atletismo bahiense, Bahía Corre que nos informa acerca de las carreras que se realizan en la ciudad y en los distintos

puntos del país durante todo el año, además se observan los resultados, el tiempo y el puesto de los participantes de cada carrera realizada en la ciudad.

A continuación se mencionan los grupos más relevantes:

- ✓ **Atletismo Bahiense (Asociación Alumni):** nace por parte de Pablo Díaz Director, programador y Carlos Remadora coordinador, ambos atletas y que han participado en diferentes competiciones. Así en el año 2004 crean una página web (*www.atletismobahiense.com.ar*) que permitía tener un lugar de encuentro, de resultados y de noticias de eventos en los cuales se viera reflejada la participación de los atletas de Bahía Blanca y de la zona. En un principio les resultó difícil en cuanto a su difusión. Sin embargo con el tiempo fue creciendo de tal manera que en la actualidad trabaja de manera conjunta con gente de Deporte y Turismo de Púan, Jacinto Arauz y incorporando videos, fotografías, cartillas con información variada acerca de calendarios y eventos a nivel local Provincial, Nacional e internacional en su sitio oficial “El sitio de los corredores”.
- ✓ **Running Team Bahía Blanca:** ofrece entrenamientos gratuitos para la comunidad en la pista de salud de Parque de Mayo, es una actividad que propone la Subsecretaría de Deporte de la Municipalidad de Bahía Blanca y consta de planes de preparación coordinados por entrenadores profesionales con el objetivo de satisfacer las necesidades de aquellas personas que se encuentran interesadas en las carreras de calles o que solo su finalidad sea el bienestar de su salud.
- ✓ **Grupos en redes sociales:** a través de las redes sociales como Facebook podemos visitar variados grupos en modalidad running como son los siguientes: Endurance Running Team, Bahía Running, Sinergia Bahía Running, Bahía corre, entre otros.

Además de los grupos mencionados, la Universidad Nacional del Sur en su área de deportes, ofrece un grupo de entrenamiento para la práctica en running, a cargo de la Profesora Patricia Nadal. En la entrevista realizada (Anexo 1), menciona que los encuentros se realizan tres veces por semana donde concurre gente de todo tipo de edad, desde 18 años hasta 60 años, como también de varios lugares de la zona.

Cada carrera que se promociona se ejecuta a través de un eslogan que identifica a la misma, asimismo podemos notar que cada carrera tiene como objetivos o finalidad diferentes, como son de solidaridad, festejo, conmemoración, o simplemente deportivo o entretenimiento.

**TABLA N° I**

Calendario Running 2014 en Bahía Blanca

<b>MES</b>	<b>DIA</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DISTANCIA</b>
<b>ENERO</b>	<b>5</b>	<b>Circuitos de Reyes</b>	<b>8.572 mts</b>
<b>FEBRERO</b>		<b>No hay datos registrados</b>	
<b>MARZO</b>	<b>16</b> <b>29</b>	<b>Día Internacional Síndrome de Down II Edición Integrar Dow (solo para empleados )</b>	<b>8.5km</b> <b>6 km</b>
<b>ABRIL</b>	<b>13</b>	<b>Aniversario de la ciudad</b>	<b>10 km</b>
<b>MAYO</b>	<b>25</b>	<b>Barlovento</b>	<b>21km y 7 km</b>
<b>JUNIO</b>	<b>28</b>	<b>Atléticos Evitos</b>	<b>8 km</b>
<b>JULIO</b>		<b>No hay datos registrados</b>	
<b>AGOSTO</b>	<b>17</b> <b>31</b>	<b>Universidad Tecnológica Maratón de Bahía Blanca</b>	<b>8 km</b>
<b>SEPTIEMBRE</b>		<b>No hay datos registrados</b>	
<b>OCTUBRE</b>	<b>25</b>	<b>Atléticos Evita</b>	<b>8 km</b>
<b>NOVIEMBRE</b>	<b>29</b>	<b>Atléticos Evita</b>	<b>8km</b>
<b>DICIEMBRE</b>		<b>No hay datos registrados</b>	

Cuadro: elaboración propia sobre la base de: [www.bahiacorre.com.ar](http://www.bahiacorre.com.ar)

**TABLA N° II: Carreras en Bahía Blanca 2014**

<b>FECHA</b>	<b>CIRCUITO</b>	<b>ORGANIZACION</b>	<b>CANT. DE PARTICIPANTES</b>	<b>DISTANCIA</b>	<b>CUPOS</b>	<b>PRECIO</b>
05-01	<i>Carreras de Reyes</i>	<i>Asociación Alumni</i>	2676	8.572 km extensión	<i>ilimitado</i>	\$ 80 hasta el 25-12 luego \$100
16-03	<i>Día Internacional Síndrome de Down</i>	<i>Integrar (Asociación de padres de personas con síndrome de Down de B.Bca )</i>	814	8.5 km extensión	<i>No hay suministro de información</i>	\$60
29-03	<i>Dow</i>	<i>Solo para empleados</i>	175	6 km		
13-04	<i>Aniversario de la ciudad</i>	<i>Gobierno de Bahía Blanca</i>	577	10km		\$100
25-05	<i>Barlovento</i>	<i>Barlovento Natatorio</i>	308	21 km	400	\$185
28-06	<i>Atléticos Evita</i>	<i>Asociación Alumni</i>		8 km		
27-07	<i>Atléticos Evita</i>	<i>Asociación Alumni</i>		8km		
24-08	<i>Maratón Tecnológica</i>	<i>Universidad Tecnológica</i>	375	8.3km	<i>ilimitado</i>	\$100
25-10	<i>Atléticos Evita</i>	<i>Asociación Alumni</i>		8.5km	<i>ilimitado</i>	

Cuadro: elaboración propia sobre la base de: [www.bahiacorre.com.ar](http://www.bahiacorre.com.ar)

A continuación se analizan los principales circuitos Running 2014 en Bahía Blanca:

### 1) Circuito de Reyes 2014

La tradicional competencia pedestre Carrera de Reyes en la ciudad es la de mayor envergadura a nivel local, ya que es la que mayor cantidad de participantes reúne y la que más antigüedad tiene en Bahía Blanca siendo su 56 Edición en 2014.

El recorrido comprende la partida en Alsina 65 (Municipalidad de Bahía Blanca) hasta Avenida Alem, luego Pero (Charlone), Don Bosco, Avenida Colon, Ángel Brunel y O'Higgins, para finalizar nuevamente en la Plaza Rivadavia. (Fig.6).

El evento se destaca por promover el espíritu deportivo, acercando a corredores, amigos y familiares de Bahía Blanca y la zona. Otra particularidad del circuito citado es que forma parte de la tradición bahiense en la Festividad de Reyes y ser el Evento Atlético con más historia en la República Argentina. Estas son algunas de los motivos por medio del cual el Honorable Concejo Deliberante ha declarado en el año 2012 una competencia de Interés Municipal.

En la última edición, por primera vez el evento permitió la inscripción de voluntariados de forma gratuita con el objetivo de colaborar con la entrega de remeras y la organización.

El festival que se realiza año a año también convoca a una integración con atletas no convencionales (minusválidos motores y mentales) que realizan un recorrido paralelo al de la competencia pero con una extensión de 60 metros al igual que los promocionales que son los niños de aproximadamente de 9 a 16 años que recorren la misma distancia.

**Figura 6**

Circuito de Reyes 2014



*Fuente: [www.friení.com/event/2031/circuito-de-reyes](http://www.friení.com/event/2031/circuito-de-reyes).*

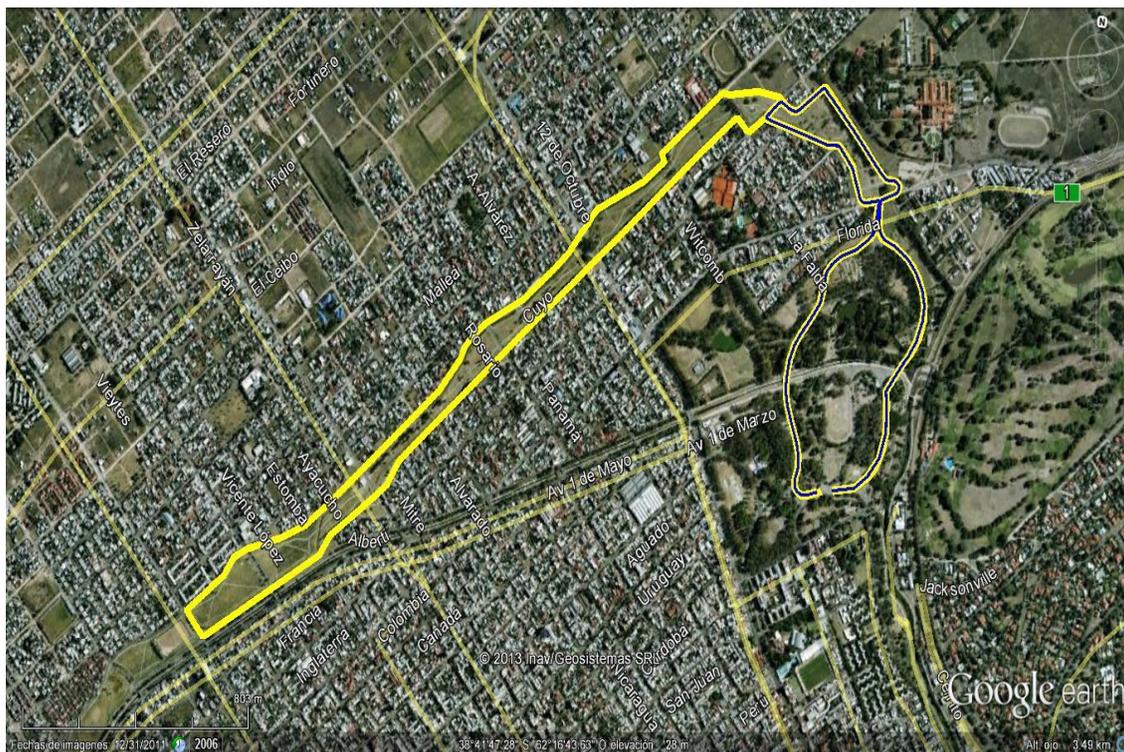
## 2) Circuito “Maratón Día Internacional del Síndrome de Down”

La Maratón del Circuito mencionado (Fig.7) es realizada con el objetivo de organizar un encuentro solidario donde su eslogan se denomina “Todos por la Inclusión” a beneficio de Integrar, Asociación de padres de personas con Síndrome de Down de Bahía Blanca.

Si bien la cantidad de participantes fue menor en relación a la competencia del punto anterior, alrededor de 2.500 personas se acercaron al lugar de salida con el solo el objetivo de colaborar con este evento de carácter solidario. Participaron personas importantes del mundo del deporte como Juan Ignacio "Pepe" Sánchez y el Puma Alejandro Montecchia, también se encontraron presentes instituciones de bien público como Incudi e Inbare, la Comisión Municipal del Discapacitado entre otros.

**Figura 7**

Circuito “Maratón Día Internacional del Síndrome de Down”



Fuente: [www.asociacionintegrar.org.ar](http://www.asociacionintegrar.org.ar)

### 3) Circuito aniversario de Bahía Blanca

Con el objetivo de conmemorar el 186 Aniversario de Bahía Blanca se lleva a cabo la Competencia organizada por el Gobierno de la Ciudad. La finalidad del evento tiene como meta final destinar la recaudación a la Asociación Bahiense de Atletismo para el mejoramiento de espacio de Atletismo ubicado en la ex pista Estudiantes (en el interior del Parque de Mayo).

El punto de encuentro se realizó en el Bahía Blanca Plaza Shopping y su recorrido transita las calles Fragata Sarmiento continuando por avenida Cabrera, Pilmaiquen, Tres Sargento, avenida Jorge Newbery, Mañque, 14 de Julio, nuevamente Pilmaiquen, Sivori, Las Heras y finaliza su tramo en Fragata Sarmiento.(Fig.8). Con el eslogan Bahía Late la maratón conto con la participación de 577 personas que disfrutaron del evento y como premio a los cinco primeros recibieron indumentaria deportiva entre otras recompensas.

**Figura 8**

Circuito “Aniversario de Bahía Blanca”



Fuente: [www.volantesdecarreras.blogspot.com.ar](http://www.volantesdecarreras.blogspot.com.ar)

#### 4) Circuito Barlovento

El recorrido de la competencia de Barlovento consta de 21 km competitivos con una distancia certificada que parte desde la puerta del natatorio (corenfeld 900) , hasta La Falda, Cuyo , Alfonsina Storni , rotonda de Florida , La Carrindanga hasta retome (tranquera de La Julia) , vuelta por La Carrindanga hasta rotonda de Florida a la derecha por Guido Spano (calle lateral del Comando ,entre eucaliptos ) , Plazoleta de las Malvinas , Espeche , Alem , Cuyo-Corenfeld.(Fig. 9).

El evento contó con un total de 400 cupos y su costo es el más elevado, la modalidad de la misma es denominada carrera de calle urbana individual. Cómo premio de finalización se entregó al primer puesto medalla.

**Figura 9**

Circuito: “Barlovento”



Fuente: *www.guiamaraton.com*

## 4.2. Análisis de la demanda turística

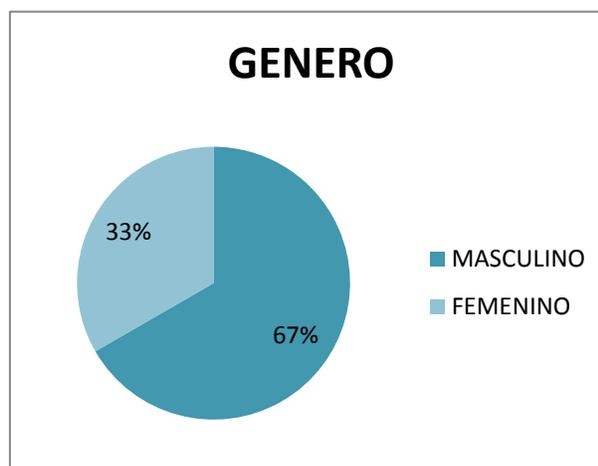
De acuerdo a la OMT (1991) la demanda turística esta “formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos” .El objetivo del siguiente estudio es analizar el perfil de los competidores que participaron de las carreras realizados en el año en curso 2014.

La información expuesta corresponde a datos recabados a partir de encuestas 2014 (anexo 2) en los siguientes eventos: Circuito de Reyes 2014, Circuito “Maratón Día Internacional del Síndrome de Down”, Circuito Aniversario de Bahía Blanca y Circuito Barlovento obteniendo los resultados que se muestran a continuación:

**Figura 10**

Análisis de la variable genero de participantes

Masculino	60	67%
Femenino	30	33%
TOTAL	90	100%



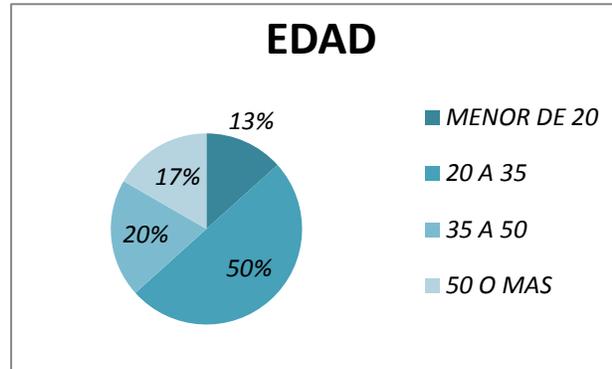
Fuente: elaboración propia sobre la base de trabajo de campo, 2014

En cuanto al género se revela que el 60 % de los corredores son hombres.

**Figura 11**

Análisis de la variable edad de participantes locales y visitantes

MENOR DE 20	12	13%
20 A 35	45	50%
35 A 50	18	20%
50 O MAS	15	17%
TOTAL	90	100%



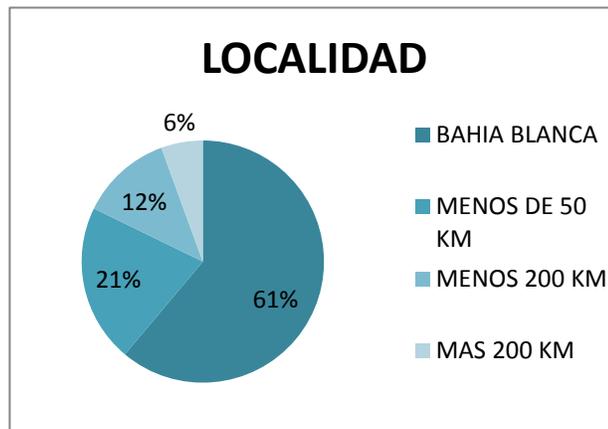
Fuente: elaboración propia sobre la base de trabajo de campo, 2014

Respecto a la edad de los encuestados observamos un mayor porcentaje en personas con promedio de 20 a 35 años

**Figura 12**

Lugar de origen de los participantes

BAHIA BLANCA	55	61%
MENOS DE 50 KM	19	21%
MENOS 200 KM	11	12%
MAS 200 KM	5	6%
TOTAL	90	100%



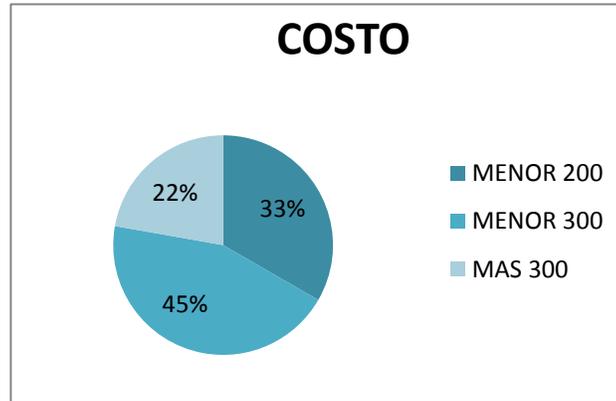
Fuente: elaboración propia sobre la base de trabajo de campo, 2014

Los corredores que participaron de la muestra en su mayoría son de Bahía Blanca con un porcentaje del 61 %, incluyendo gente que proviene de Ingeniero White y de General Daniel Cerri. Con un menor porcentaje llegaron a la ciudad participantes de la zona como: Saliquelo, Pedro Luro, Dorrego, Pigue, Jacinto Arauz, Tandil, Choele Choel, Neuquén.

**Figura 13**

Análisis del variable costo total de los participantes

MENOR 200	30	33%
MENOR 300	40	44%
MAS 300	20	22%
TOTAL	90	100%



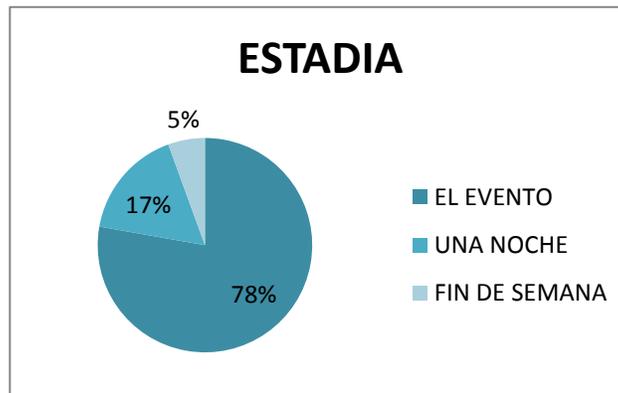
Fuente: elaboración propia sobre la base de trabajo de campo, 2014

Respecto a los costos que insume la participación a estos eventos comentaron que no es elevado ya que su estadía es menor a una noche, es decir que no pernoctan en la ciudad.

**Figura 14**

Análisis de la variable estadía

La carrera	70	78%
UNA NOCHE	15	17%
FIN DE SEMANA	5	6%
TOTAL	90	100%



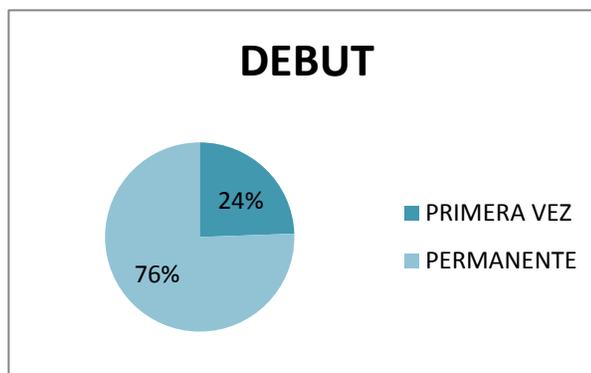
Fuente: elaboración propia sobre la base de trabajo de campo, 2014

Relacionado al punto anterior la mayoría de los participantes concurren durante el día a la ciudad por el evento, siendo un mínimo porcentaje (5%) los que visitan el fin de semana en la ciudad para realizar compras y paseos.

**Figura 15**

Análisis de la variable debut de los participantes

PRIMERA VEZ	22	24%
PERMANENTE	68	76%
TOTAL	90	100%



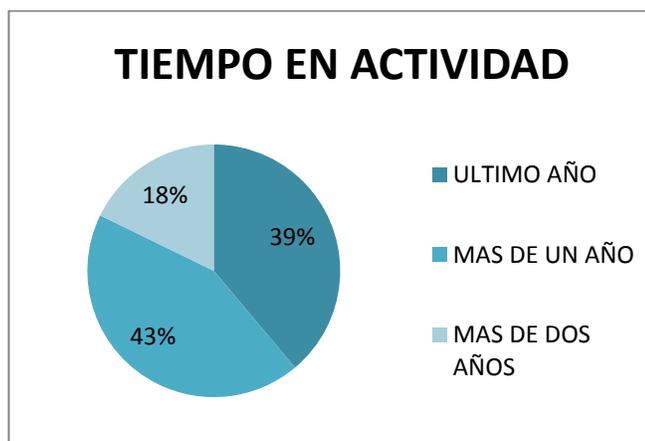
Fuente: elaboración propia sobre la base de trabajo de campo, 2014

La práctica de maratones o carreras tiene un alto nivel de participación de deportistas que practican el running de manera permanente y que han participado en todas las carreras de la ciudad en los últimos 3 o 4 años.

**Figura 16**

Análisis de variable tiempo en actividad

ULTIMO AÑO	35	39%
MAS DE UN AÑO	39	43%
MAS DE DOS AÑOS	16	18%
TOTAL	90	100%

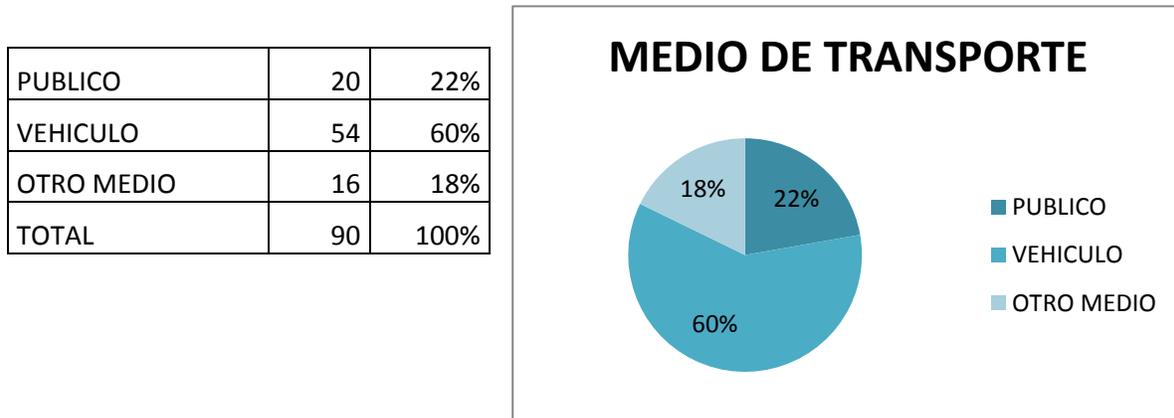


Fuente: elaboración propia sobre la base de trabajo de campo, 2014

La mayoría (43 %) de los corredores se entrenan por más de dos años ya que esto es un factor importante para la participación de las competencias.

**Figura 17**

Análisis de la variable medios de transporte de aproximación

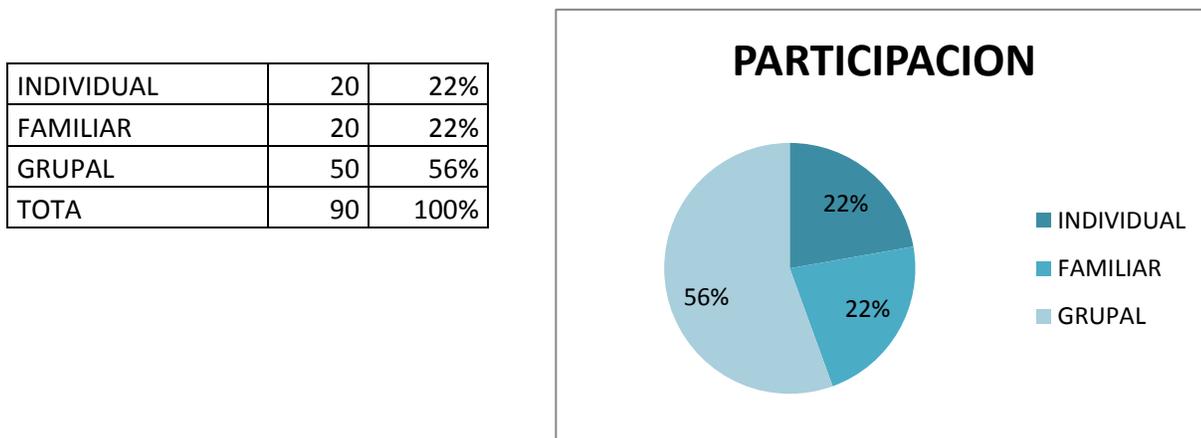


Fuente: elaboración propia sobre la base de trabajo de campo, 2014.

Respecto al medio de transporte en 60% de los participantes llegan a la ciudad en vehículo, ya que ahorran tiempo y costo.

**Figura 18**

Análisis de la variable participación



Fuente: elaboración propia sobre la base de trabajo de campo, 2014.

En su mayor porcentaje (+50 %) los participantes concurren en forma grupal acompañados de amigos, seguido en menor porcentaje en familias y de manera individual

**Figura 19**

Análisis de la variable calificación

EXCELENTE	5	5%
MUY BUENO	35	37%
BUENO	39	41%
REGULAR	16	17%
TOTAL	90	100%



Fuente: elaboración propia sobre la base de trabajo de campo, 2014.

Los participantes calificaron entre buena y muy buena con un total del 78 % del total de participantes, señalaron como aspectos negativos, la falta de hidratación, recorridos de los circuitos, el costo de inscripción y la indumentaria.

Conviene destacar que el perfil predominante es el siguiente: hombre de edad de 25 a 45 años, clase media o alta y residentes en ciudades de gran tamaño.

Podemos decir que a nivel nacional el running se ha convertido en los últimos años en un deporte que cada día tiene más adeptos y que desean salir a correr en algunos casos para estar en forma y participar de maratones, mientras que otros los practican como hábito saludable sin intenciones de competir, simplemente en busca de reducir el estrés, relajarse o dormir mejor.

# Capítulo V

## Diagnostico

## CAPITULO V: DIAGNOSTICO

### 5. Diagnostico

#### 5.1. Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

El análisis DAFO también conocido como análisis foda es una metodología de estudio de la situación de una empresa, un proyecto, un producto o un individuo, donde se analizan sus características internas y situaciones externas,

En el proceso de análisis foda se considera factores económicos, políticos, culturales, y sociales que representan las influencias del ámbito externo a la organización y que inciden sobre sus cuestiones internas

Como objetivo fundamental esta herramienta nos permite obtener las conclusiones y políticas en las que nuestro objeto de estudio permita cambiar o atacar las debilidades y convertirlas en oportunidades, como también otro de los objetivos consta que tiene la finalidad de visualizar panoramas de cualquier ámbito de la empresa.

**Fortalezas:** se refiere a los recursos positivos y capacidades especiales con que cuentan la organización y que le permite posicionarla en una situación adecuada y de privilegio frente a la competencia. Las fortalezas están relacionadas con las actividades, habilidades y capacidades que posee, y con recursos que se controlan.

**Oportunidades:** corresponden a los factores positivos favorables, explotables (tanto a nivel regional nacional o internacional) que influyen de manera indirecta y positiva en los aspectos internos y que permiten obtener ventajas competitivas reduciendo la incertidumbre en futuras decisiones.

**Debilidades:** pertenecen todos los elementos negativos sean recursos, habilidades u actividades que se desempeñan de manera perjudicial y que como resultado posicionan a la organización en una situación desfavorable frente a la empresa.

**Amenazas:** son aquellas situaciones y factores socioeconómicos que proviene del contexto sea nacional o internacional actuando de manera indirecta y que pueden llegar a atentar con la organización.

Importancia de la Matriz Foda: La toma de decisiones es un proceso cotidiano mediante la cual se realiza una elección entre diferentes alternativas a los efectos de resolver los más variadas situaciones en diferentes niveles sea laboral, familiar, sentimental, empresarial, es decir en todo momento se deben tomar decisiones.

Para realizar una adecuada toma de decisión sobre un tema de particular es necesario conocerlo, comprenderlo y analizarlo para brindar un solución, pero también es importante recordar que “sin problema por supuesto no hay solución “.

La importancia de esta herramienta radica en que es un proceso que nos permite buscar y analizar de manera proactiva y sistemáticas todas las variables que intervienen en el negocio con el fin de obtener más y mejor información al momento de tomar las decisiones.

Si bien la herramienta estratégica ideal para plasmar la misión, la visión, las metas, los objetivos y las estrategias de una empresa es el Plan de Negocios, realizando correctamente el análisis FODA se pueden establecer las estrategias Ofensivas, Defensivas, de Supervivencia y de Reordenamiento necesarias para cumplir con los objetivos empresariales planteados.

## **1) Foda Bahía Blanca**

### **Fortalezas**

- ✓ Bahía Blanca considerada como puerta de entrada a la Patagonia.
- ✓ Principal estación marítima de aguas profundas del país ,
- ✓ Gran actividad económica vinculada al puerto y polo petroquímico.
- ✓ Ciudad proveedora de servicios de una amplia región.
- ✓ Importante centro urbano con adecuado sistema de salud y de seguridad.
- ✓ Amplia oferta educativa en todos los niveles, entre ellas cuenta con dos universidades nacionales y varios institutos del Conicet.
- ✓ Reconocimiento a nivel nacional e internacional de figuras deportivas nativas de la ciudad es el caso de Manuel Ginobili, Rodrigo Palacio entre otros.
- ✓ Gran variedad de clubes y disciplinas deportivas.

- ✓ Excelente accesibilidad vial, portuaria, ferroviaria y aérea lo que provoca gran conexión con sus alrededores y con centros urbanos.
- ✓ Sede de encuentros culturales, educativos y eventos deportivos durante todo el año.
- ✓ Importante oferta cultural a través de museos públicos y privados de gran calidad.
- ✓ Presencia de profesionales en la actividad que potencian los recursos humanos de la ciudad.
- ✓ Presencia de la Reserva Natural de Usos Múltiples Bahía Blanca, Bahía Falsa, Bahía Verde.
- ✓ Posicionamiento de la ciudad a nivel regional como centro de compras y Recreación.
- ✓ Oferta hotelera y servicios de gastronomía de variedad y calidad.
- ✓ Espectáculos a nivel nacional e internacional.
- ✓ Importantes eventos programados de gran tradición en la ciudad.
- ✓ Circuitos turísticos que reflejan la historia de la ciudad.

### **Oportunidades**

- ✓ Ley Nacional de Turismo.
- ✓ Nuevas tecnologías de información y comunicación.
- ✓ Tendencia al fraccionamiento de las vacaciones y aumento de los viajes de fin de semana y mini-turismo por feriados planificados.
- ✓ Crecimiento de turismo interno.
- ✓ El aumento de las rutas de cruceros al Sur del país, posiciona a Bahía Blanca como posible puerto alternativo para el amarre de cruceros.
- ✓ Demanda creciente de actividades relacionadas al deporte y recreación.

### **Debilidades**

- ✓ La totalidad de plazas hoteleras es insuficiente.
- ✓ Pérdida de conexiones aéreas con puntos del interior del país.
- ✓ Falta de espacios adecuados para conferencias y actividades al mismo tiempo (centro de convenciones).

## **Amenazas**

- ✓ Déficit de inversiones públicas en infraestructura, en especial en caminos, accesos y señalización.
- ✓ Fuertes competencia con Buenos Aires, Córdoba y Rosario.

## **2) Foda Running**

### **Fortalezas**

- ✓ Participación de competidores a nivel local, regional y nacional.
- ✓ Bahía Blanca cuenta con la carrera de Reyes la más importante del sur Argentino.
- ✓ Numerosos grupos de entrenamientos en la modalidad de running en Bahía Blanca.
- ✓ Variados y considerables espacios aptos para la realización de circuitos en la práctica de running en Bahía Blanca.
- ✓ Día y horario en que se concretan permiten mayor participación.
- ✓ Intenso calendario de circuitos programados.
- ✓ Apoyo de organismo públicos y privados a los eventos,
- ✓ Presencia de diversos acontecimientos deportivos durante el año en Bahía Blanca.

### **Oportunidades**

- ✓ Aceptación de la práctica deportiva por beneficios sociales
- ✓ difusión y promoción de las carreras a través de las redes sociales
- ✓ Inclusión de profesionales a la actividad.
- ✓ Genera numerosos beneficios fisiológicos y psicológicos..
- ✓ Las” maratones urbanas” son consideradas como un fenómeno en pleno auge en las grandes ciudades de todo el mundo.
- ✓ No requiere de infraestructura para su realización.
- ✓ Crecimiento de turismo deportivo

### **Debilidades**

- ✓ Las distancias del recorrido son aproximadas, en su mayoría no son homologadas por ninguna federación, ni por medidores oficiales.

- ✓ Costo de inscripción.
- ✓ Falta de voluntarios que colaboren en la organización, como por ejemplo: en la toma de inscripciones.
- ✓ Dificultad de encontrar sponsors.
- ✓ Limitación en la difusión de las carreras, solo se emite por redes sociales.
- ✓ Elevado costo en los insumos para la carrera. (chips e inflables).
- ✓ Los circuitos de las carreras en la ciudad son similares.

### **Amenazas**

- ✓ Ausencia de control y apto médico para la participación.
- ✓ Presencia de competidores en la zona. (Sierra de la Ventana, Monte hermoso).
- ✓ No hay ningún organismo oficial que regule la actividad a nivel nacional.
- ✓ Falta de reconocimiento de la actividad por parte de agencias de viajes.
- ✓ Falta de política turística-deportiva.
- ✓ Bahía Blanca considerada como “ciudad de paso” hacia otros destinos.

### **5.2. Ponderación Foda**

Las matrices son herramientas metodológicas que se utilizan para el análisis relación de información compleja para luego realizar un diagnóstico profundo y así nos permite identificar los problemas más importantes y las capacidades más potentes para solucionar los problemas. A continuación se demuestran las siguientes matrices:

La **MATRIZ C x C** (conflicto por conflicto), es una matriz de doble entrada que permite identificar de manera preliminar cual es el aspecto negativo, el conjunto de aspectos negativos más relevantes de los cuales se empiezan a delinear los principales a resolver.

Como resultado de la ponderación los más relevantes son: falta de política turística-deportiva, presencia de competidores en la zona (Monte Hermoso, Sierra de la Ventana), costo de inscripción, entre otros.

La **MATRIZ P x P** (potencialidad por potencialidad), permite identificar cuáles son las potencialidades más importantes o más afectantes (o que más afectan a otras potenciales),

entre ellas crecimiento de turismo deportivo, intenso calendario de circuitos programados, numerosos grupos de entrenamiento en la modalidad de running en Bahía Blanca, entre otras.

La **MATRIZ C x P** (conflicto por potencialidades), determina los conflictos que más afectan a las potencialidades, entre los cuales los más relevantes son: falta de política turística-deportiva, falta de organismo oficial que regule la actividad a nivel nacional, las distancias en su mayoría no son homologadas.

La **MATRIZ P x C** (potencialidad por conflicto) acá se determina que potencialidad afectan más a los conflictos. Las más importantes son: Intenso calendario de circuitos programados, Maratones urbanas consideradas como un fenómeno en pleno auge, Crecimiento de turismo deportivo.

**Tabla N° III**

Ponderación de Conflictos por conflictos

<b>Conflictos</b>		
10	Falta de política turística –deportiva.	0.91
12	Presencia de competidores en la zona (Monte hermoso, Sierra de la Ventana).	0.83
9	Costo de inscripción.	0.66
2	Las distancias del recorrido son aproximadas, en su mayoría no son homologadas por ninguna federación, ni por medidores oficiales.	0.66
1	Ausencia de control y apto médico para su participación	0.58
8	Los circuitos en su mayoría son similares	0.41
7	Dificultad en encontrar sponsors	0.41
4	Elevado costo en los insumos para la carrera. (Chips e inflables).	0.25
6	Falta de reconocimiento por parte de las agencias de viaje	0.25
11	Limitación en difusión de carreras solo se emite por redes sociales	0.16

Fuente: Elaboración Propia.

**Tabla N° IV**

Ponderación de Potencialidad por potencialidad

<b>Potencialidades</b>		
15	Crecimiento de turismo deportivo	1.35
6	Intenso calendario de circuitos programados	1.35
14	Maratones urbanas consideradas como fenómeno en pleno auge	1.14
3	Numerosos grupos de entrenamiento en la modalidad de running en Bahía Blanca.	1.07
4	Variados y considerables espacios aptos para la realización de circuitos	0.85
12	Genera beneficios fisiológicos y psicológicos	0.78
10	Difusión y promoción a través de redes sociales	0.71
2	Bahía Blanca cuenta con la carrera más importantes del Sur Argentino	0.71
11	Inclusión de profesionales a la actividad	0.57

Fuente: Elaboración Propia.

**Tabla N° V**

Ponderación de potencialidad por conflictos

<b>Potencialidades</b>		
6	Intenso calendario de circuitos programados	2.16
14	Maratones urbanas consideradas como un fenómeno en pleno auge	1.93
15	Crecimiento de turismo deportivo	1.75
3	Numerosos grupos de entrenamiento en la modalidad de running	0.85
2	Bahía Blanca cuenta con la carrera más importante del Sur Argentino	0.63
4	Variados y considerables espacios aptos para la realización de circuitos en running	0.51
11	Inclusión de profesionales a la actividad	0.51

10	Difusión y promoción a través de redes sociales	0.42
12	Genera beneficios fisiológicos y psicológicos	0.23

Fuente: Elaboración Propia.

### Tabla N° VI

#### Ponderación de conflictos por potencialidad

<b>Conflictos</b>		
12	Falta de política turística-deportiva	0.91
11	Falta de organismo oficial que regule la actividad a nivel nacional	0.70
1	Las distancias en su mayoría no son homologadas	0.31
9	Presencia de competencia en la zona (Sierra de la Ventana, Monte Hermoso).	0.29
8	Ausencia de control y apto médico.	0.18
11	Falta de reconocimiento por parte de agencias de viajes.	0.16
7	Los circuitos en su mayoría son similares	0.13
6	Elevado costo en insumos (chips e inflables).	0.13
4	Dificultad en encontrar sponsors	0.11
2	Costo de inscripción	0

Fuente: Elaboración Propia

# Capítulo VI

## Propuestas

## **CAPITULO VI: PROPUESTAS**

### **PROGRAMAS Y PROYECTOS**

Los programas y proyectos turístico-recreativos surgen con el objetivo de optimizar e incrementar al Running como una oferta turística en la localidad de Bahía Blanca.

Luego del análisis FODA donde se identificaron las principales amenazas y debilidades se elaboraron las siguientes propuestas:

#### **PROGRAMA 1: GESTION DE PRODUCTOS TURISTICO-DEPORTIVOS**

La siguiente propuesta prevé la creación de nuevas competencias “callejeras “y la consolidación de las mismas. En este sentido se propone a la ciudad la realización de circuitos con una temática específica que sea apto para corredores que buscan nuevos retos, y de esta manera generar nuevas experiencias deportivas entre el espectador y los participantes de la competencia. De manera trimestral se diseñaran diferentes circuitos temáticos con el objetivo de diversificar la oferta deportiva en la modalidad de running. Entre ellas se propone establecer dos circuitos: uno de carácter competitivo como es la creación de una maratón de 42 Km y otro de carácter temático, que tiene como objetivo, un fin solidario.

##### **Proyecto N°1: Creación de una carrera 42 k en la ciudad**

Con el objetivo de instalar una carrera de 42 k por primera vez en la ciudad se pretende aumentar y potenciar el running en Bahía Blanca, así lograr que los participantes de la zona pernecten. La maratón de 42 k se elabora través de un circuito que incluya diversos sectores de la ciudad con los objetivos de dar a conocer otros lugares o sitios verdes menos concurridos y la inclusión de los distintos barrios de la ciudad, diferenciándose de las carreras tradicionales de Bahía Blanca y así poder aumentar la competencia entre los destinos Sierra de la Ventana y Monte Hermoso.

Teniendo en cuenta el calendario, en el mes noviembre que solamente hay una sola carrera, es una fecha apta para ofrecer un evento de gran envergadura que identifique a la ciudad.

## “42 K BAHIA BLANCA”

### CRONOGRAMA



**Día de la carrera:** 22 de Noviembre; 22: 00 hs, caminata 20hs.



**Largada y llegada:** Municipalidad de Bahía Blanca



**Distancias:** Maratón competitiva (42km), Integrativa (8km)

Modalidad: carrera de calle individual de carácter competitivo.

Kit: Incluye camiseta oficial de la prueba, numero del corredor, chip.

Servicio médico: Se recomienda a todos los participantes someterse a un reconocimiento médico previo a la prueba, a los efectos de determinar su aptitud para la realización de la misma, siendo de exclusiva y excluyente responsabilidad de cada atleta la preservación de su salud antes, durante y con posterioridad a la prueba.

Hidratación: a partir de los 5 km del circuito se encontrara puestos de hidratación

Toma de Tiempo: La toma de tiempo se realizara mediante el sistema de chips descartables. La clasificación será realizada a través del “tiempo oficial “de carrera desde el inicio de la competencia hasta que el corredor cruza el arco de llegada. Se ofrecerá como información complementaria el tiempo neto de modo que cada corredor pueda conocer el tiempo exacto entre que paso por la largada y cruzo la línea de llegada. Es importante que cada participante verifique que su número de chip coincida con su número dorsal que le ha sido entregado para evitar cualquier imperfección en los resultados.

Baños y guardarropas: Se dispondrá de baños químicos y guardarropas para que los competidores guarden sus pertenencias, solo se permite dos prendas por persona, está prohibido elementos de valor ya que se no responsabiliza el organizador de la perdida de la misma.

Recorrido: Se incluye las principales calles de la ciudad.

## **Proyecto N° 2: Creación de una carrera temática. “COLOR EN MOVIMIENTO”**

La dinámica es sencilla, el circuito consta de un recorrido de 8 km, donde cada participante tiene que atravesar nuevos desafíos. El corredor debe transitar la carrera donde en cada kilómetro los participantes son rociados por diferentes colores. Lo más importante a la hora de organizar un circuito es la seguridad de los participantes por eso durante el recorrido, se encontraran espacios que son destinados a stand con personas que estén dedicados a asesorar al participante ante cualquier duda. Como requisito a seguir deben comenzar todos vestidos de blanco.

Distancia: 8 km .La distancia es certificada.

Modalidad: es una carrera de participación individual y de carácter solidario ya que el monto recaudado es destinado a distintos comedores. No es competitiva ni posee tiempos oficiales.

Inscripción: Valor 100 pesos, incluye indumentaria e hidratación.

Fecha y horario: 6 de diciembre; 19 hs.

Recorrido: Largada desde la entrada del Parque de Mayo (Córdoba y Alem).no se suspende por lluvia.

Números del corredor: El numero con el que cada participante competirá estará impreso y será entregado junto el kit “8km de “que consta de una remera.

Hidratación: Habrá puesto de hidratación a los 4 km del recorrido y en la línea de llegada.

Seguridad: Durante la carrera habrá un servicio de ambulancia con médico, encargados de atender cualquier hecho de emergencias durante el periodo que dure la carrera hasta el cierre de la misma. El alcance de la cobertura será hasta el ingreso al hospital de la zona de la carrera, luego la atención médica posterior estará a cargo del participante.

Baños y guardarropas: Se dispondrá de baños químicos y guardarropas para que los competidores guarden sus pertenencias, solo se permite dos prendas por persona, está prohibido elementos de valor ya que se no responsabiliza el organizador de la pérdida de la misma.

Destinatarios: visitantes y residentes.

Duración: no se toman tiempo ya que el fin de la competencia es solidario, no competitivo.

## **PROGRAMA 2: CONCIENTIZACION DE LOS BENEFICIOS DEL RUNNING**

### **Proyecto N° 1: Educación y capacitación en niveles primarios y secundarios**

La educación es una herramienta estratégica para promover la conciencia turística y la modalidad de running. En este sentido, se considera importante la integración de contenidos turísticos-deportivos dentro del material curricular educativo en la enseñanza de los distintos ciclos primarios, secundarios con el objetivo de cubrir los aspectos a los cuidados y beneficios vinculados a la salud y al deporte.

Para desarrollar dicha labor, se considera necesario capacitar a los docentes y contar con especialistas en salud, nutrición, y en deporte ya que serán los encargados de impartir los conocimientos a los alumnos, sea a través de charlas informativas, de prácticas, de juegos u exposiciones. Entre los temas abordar: nutrición deportiva, planes de entrenamiento, salud.

### **Proyecto N2: Charlas informativas para residentes y visitantes**

Al mismo tiempo se realizara un plan de información turístico-deportivo a través de charlas informativas complementado con juegos didácticos en espacios abiertos, como por ejemplo en la Plaza Rivadavia dirigido a todo la comunidad local con el objetivo de reflexionar sobre la importancia que reviste el turismo deportivo en nuestra ciudad, sus beneficios a la economía local, dar a conocer las diferentes modalidades y atractivos turísticos que ofrece la misma.

Duración: charlas mensuales durante todo el año, tercer sábado de cada mes, entrada gratuita.

## **PROGRAMA N 3: REGULACION DE LA ACTIVIDAD RUNNING EN BAHIA BLANCA**

### **Proyecto N 1: Elaboración de un marco legal que sustente la actividad**

Debido a la falta de un organismo nacional que regule la actividad lo que se propone es la creación del mismo u normas que regulen y controlen las competencias a nivel local.

Una de las tareas a realizar es el de diseñar los circuitos y luego homologarlos, esto se realizara de la siguiente manera:

Se prepara un plan detallado con indicaciones precisas como ruto metro, puntos kilométricos para luego asignarlos a los jueces. La tarea de certificación se concretara los momentos previo a la carreras generalmente en su mayoría son domingos a la mañana bien temprano para no encontrar demasiado tráfico. Otra de las tareas es supervisar que los circuitos respeten la cantidad de puestos de hidratación, ya que esto era unos de los puntos negativos que manifestaron los corredores en las encuestas.

### **Proyecto N 2: Regular y controlar la salud de los competidores**

Asegurar la presencia de un profesional de la medicina previamente a la realización de cada carrera, con el objetivo de que todos los participantes estén en condiciones de enfrentar el esfuerzo físico que la misma demanda. Se realizaran estudios necesarios de manera rápida y sencilla.

Destinatarios: A todos los participantes de la carrera sin costo adicional, con una duración de aproximadamente 5 minutos por persona.

### **Proyecto 3: Declarar el running de interés municipal**

Generalmente albergar grandes eventos deportivos es una oportunidad potencial para re posicionar la imagen de la ciudad, aumentar el turismo y del desarrollo económico

Por eso la siguiente propuesta tiene que ver con identificar y declarar de interés municipal las principales competencias que se realizan de manera anual.

Es de importancia, dado que esto le otorgaría un marco de protección legal, ayudas económicas para su realización y una gran jerarquía permitiendo diferenciarse de las realizadas en otras localidades.

Teniendo en cuenta la relevancia del deporte en la ciudad, considerada la capital del Básquet, son factores que motivan seguir impulsando y lograr un mayor posicionamiento del running a nivel municipal y nacional.

## **PROGRAMA N 4: DIFUSION DE LA ACTIVIDAD RUNNING EN BAHIA BLANCA**

### **Proyecto 1: Promoción y difusión de la actividad en la ciudad**

Debido a la escasa promoción de la actividad unos de los objetivos que se plantea es diversificar y aumentar los canales de comercialización y promoción a través de las siguientes acciones:

- Creación de una campaña de promoción y difusión de la actividad, a través de medios de comunicación, como televisión, radio, medios gráficos, folleterías en diferentes gimnasios acerca de los beneficios y los cuidados del entrenamiento del running, y sobre todo a través de internet y las redes sociales, las cuales son el punto de partida para viralizar este tipo de información acerca de las competencias.
- Involucrar y fomentar la inversión de sponsor, colaborando no solo con la organización, indumentaria, hidratación, sino también con la publicidad, los premios y los inflables, los cuales son costosos para la organización.
- Lograr un acuerdo de promoción con los servicios de alojamiento ofreciendo como opción la oferta de turismo deportivo en Bahía Blanca.
- Crear folletería específica que promocioe la actividad y asegurar que los puestos de informes turísticos tenga el calendario completo de las carreras a realizar.

### **Proyecto 2: Comercialización y difusión en agencias de viajes**

Unos de los conflictos que se observó en el trabajo fue la falta de interés por parte de las agencias de viajes minoristas en promocionar no solo a la ciudad de Bahía Blanca si no también como un destino deportivo. Para disminuir este conflicto se propone lo siguiente:

Promocionar y comercializar a Bahía Blanca a través de paquetes turísticos en conjunto con el running, captando al público de otras localidades con el objetivo que el visitante pernocte en la ciudad al menos una noche, a través de paquetes turísticos.

Destinatarios: Publico en general y seguidores del Running.

# **Capítulo VII**

## **Reflexiones Finales**

## CAPITULO VII: REFLEXIONES FINALES

La localidad de Bahía Blanca es una de las ciudades portuarias más importantes de la Argentina, además de un nodo ferroviario y carretero, también se caracteriza por ser un centro comercial, de salud y educacional. En la actualidad se encuentra fuertemente marcada por el deporte esto se manifiesta en la modalidad de básquet, futbol, hockey, automovilismo, entre otros.

A partir de la siguiente investigación, lo que se busca complementar la oferta deportiva de la ciudad con la modalidad elegida en este caso: el Running, con el objetivo de atraer un mayor número de visitantes. Este nuevo concepto deportivo que se encuentra en la actualidad en pleno auge a nivel mundial, hace énfasis a un deporte sencillo, que se convirtió en una gran opción para ponerse en forma, compuesta de circuitos de carrera a pie que a diferencia del atletismo, sus participantes no necesariamente deben ser profesionales. El Running en la actualidad se ha impuesto como la mejor opción para hacer ejercicio, su gran objetivo es el encuentro de personas para disfrutar de una carrera al aire libre, y una de sus principales características que es apto para todo público y muchas veces se complementa con caminatas para personas mayores o para aquellas que no disfrutaban del correr.

Bahía Blanca es a lo largo del año sede de diferentes eventos de Running, esto nos da lugar a pensar en esta actividad como una gran oportunidad de diversificar la oferta turística en Bahía Blanca y toda la zona.

Ante esto se está en condiciones de afirmar la hipótesis planteada al inicio del trabajo de investigación: *“El desarrollo de la actividad del Running en Bahía Blanca permite diversificar la oferta turística - recreativa de la ciudad.”*

A través de este trabajo se realizaron diferentes encuestas y entrevistas a informantes clave, lo que permitió aclarar conceptos y obtener una mayor información sobre esta novedosa y creciente actividad. De acuerdo a la entrevista a Francisco Viignau (Anexo 1) se pudo obtener una información más clara y precisa acerca de la organización y los requisitos que

se requieren a la hora de organizar un circuito, como también ventajas y desventajas del Running.

De acuerdo al diagnóstico realizado, la matriz FODA y su ponderación dieron como resultado una serie de debilidades y conflictos existentes en la ciudad y fundamentalmente en el Running. Entre los cuales los conflictos más relevantes son: la falta de una política turística-deportiva, presencia de competidores en la zona (Monte Hermoso- Sierra de la Ventana). Por otro lado las potencialidades más importantes son: el crecimiento de turismo deportivo, el aumento de circuitos programados en la ciudad, inclusión de profesionales en la actividad, entre otros.

Por lo cual se realizaron una serie de propuestas para atenuar los conflictos más relevantes.

Podemos mencionar que una de las propuestas es la creación de una carrera de 42 k en la ciudad acompañada de un circuito temático.

Es importante aclarar que esto se debe complementar con la creación de un marco legal que regule la actividad, una mayor información y difusión de dicha modalidad para concientizar a la población sobre la importancia del Running y del turismo deportivo.

En definitiva vale mencionar que el trabajo constituye un punto de partida para diversificar la oferta local deportiva y ubicar a la misma en un producto turístico, esto se logra con el trabajo en conjunto entre actores públicos y privados, acompañados por profesionales en Turismo

# Capítulo VII

## Bibliografía

## CAPITULO VIII: BIBLIOGRAFIA

- ✓ AROCENA, JULIA. (2007). *Gestión estratégica de un destino turístico: caso de estudio Bahía Blanca*. Tesis Master Gestión Turística para el desarrollo local y regional. Universidad de Barcelona. Inédito.
- ✓ ARGELY. 1996. *The social Psychology of Leisure*. En Masia-Montero. Ocio, Deporte y Turismo .Situación actual y líneas de negocio. España 2011.
- ✓ BOSH, José Luis. “La recreación como componente de la calidad de vida del hombre”. En SUAREZ, Silvina y Merli, Ma.Carolina (comp) .*Reflexiones y experiencias acerca del tiempo libre, el ocio y la recreación*. Neuquén. Universidad del Comahue, 2009, pp 25-35.
- ✓ BOULLON, R., MOLINA, S. Y RODRÍGUEZ WOOG, M. (1984) "*Un nuevo Tiempo libre. Tres enfoques teorico-prácticos*". Trillas, México
- ✓ BRONDOLO, Margarita y otros. "*Geografía de Bahía Blanca* ".Departamento de Geografía. Universidad Nacional del Sur. Ediciones Encestando S.R.L.Bahía Blanca.1994.
- ✓ CAMPO DE FERRERAS, Alicia; CAPELLI DE STEFFNS, Alicia y DIEZ, Paula. "*El clima del suroeste bonaerense* ".Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca 2004.
- ✓ Carta Europea del Deporte (1992).En MARTOS, P. (2002).*El sistema turístico-deportivo de las estaciones de esquí y montaña españolas*. Granada: Editorial Universidad de Granada.
- ✓ CUENCA, M. 2004.*Pedagogía del ocio: modelos y manifestaciones actuales del ocio*. En MASIA, J y MONTERO, D. Ocio, Deporte y Turismo .Situación actual y líneas de negocio. España 2011.
- ✓ FUENTES, PATRICIA. (2009). “Turismo de Salud como producto turístico en auge: Análisis del caso de la Provincias de Buenos Aires”. Monografía de Graduación. Universidad Nacional de Mar del Plata. Inédito.
- ✓ GAMMON, S y T.ROBINSON (1997), “*Sport and tourism: a conceptual framework*”, journal of sport Tourism, vol.4 n3.
- ✓ GOMEZ, MORA. (2003).*Fundamentos biológicos del ejercicio físico*.En

- ✓ HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto, et al. (2003). Metodología de la Investigación. México.
- ✓ LATIESA, MARGARITA y PANIZA, JOSÉ LUIS. “TURISTAS DEPORTIVOS: Una perspectiva de análisis. *SPORTS TOURISTS*. (En línea). España: Universidad de Granada, Mayo-Agosto 2006, vol. LXIV, N° 44.
- ✓ LARRACHARTE, MARTIN. (2013). “Turismo deportivo: hacia un dimensionamiento de los alcances turísticos y económicos de la Liga Nacional de Básquet en la ciudad de Bahía Blanca”. Tesina de grado Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Inédito.
- ✓ LEY NACIONAL N° 25.997. Ley Nacional de Turismo. Buenos Aires, Argentina. 2004.
- ✓ MADARIAGA ORTUZAR, A. (2009) “Ocio y Discapacidad: el reto de la Inclusión”. *Dinamia 09*, Concejalía Juventud Ayuntamiento Elche. [En línea]:[<http://www.joveselx.com/dinamia/archivos/documentosdinamia09/texto.>] [Agosto 2014].
- ✓ MARCHEMNA GOMEZ, MANUEL (1998). Patrimonio y ciudad: nuevos escenarios de promoción y gestión del turismo urbano europeo. [En línea] [<http://www.cervantesvirtual.com/downloadPdf/patrimonio-y-ciudad--nuevos-escenarios-de-promocin-y-gestin-del-turismo-urbano-europeo-0/>] [Junio 2014]
- ✓ MASIA, Joaquín y MONTERO, Daniel. “Ocio, Deporte y Turismo. Situación actual y líneas de negocio”.2011.
- ✓ MARTOS FERNANDEZ, P. (2003). *Aproximación al deporte en la sociedad actual*. En MASIA, J y MONTERO, D. Ocio, Deporte y Turismo .Situación actual y líneas de negocio. España 2011.
- ✓ MERINO, A.1998: “*Planteamiento y orientación del encuentro de estudio sobre Turismo de Andalucía*”. En LISBONA, M. “El turismo deportivo: visiones críticas sobre posibilidades de desarrollo local en España y México.
- ✓ MOLINA, SERGIO. “*Fundamentos del Nuevo Turismo*”. Centro de Emprendimientos e innovación.Mexico.2004
- ✓ NOVA CASTILLO, GUILLERMO.” Análisis y precisiones en torno al concepto de turismo Urbano”.2006.Disponible en pdf:

[http://www.ceyd.org/ambitos/actores/proyectos/bancodeestudio/pdfs/investigacion\\_nova2.pdf](http://www.ceyd.org/ambitos/actores/proyectos/bancodeestudio/pdfs/investigacion_nova2.pdf)

- ✓ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO.1998.”Introcccion al turismo .Ed. Egraf, Madrid. (España)
- ✓ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. En Guía Metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable.2009.
- ✓ Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 (PFETS).Buenos Aires, Argentina.2007.Disponible en. [En línea]:[<http://www.turismo.gov.ar/esp/institucional/plan%20federal/PRESENTACION%20D3N.pdf>] [Junio 2014].
- ✓ PEREZ, Daniel Enrique y PERILLO, Gerardo Miguel Eduardo. Transporte de sedimentos del Arroyo Naposta Grande, Bahía Blanca, provincia de Buenos Aires.Rev. Asoc .Argent. Sedimentol. [online].2002, vol.9, n.2, pp.189-199.ISSN 1853-6360.
- ✓ QUINTERO REINA, Maximiliano. “La recreación como campo. Aproximaciones a una posible realidad”. Disponible en : <http://aprendenenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/educacionfisicaydeporte/articulo/viewe/11175/10247>
- ✓ REYES, GUILLERMO. “*La paradoja del Turismo Accesible .El caso de San Martín de los Andes, Provincia de Neuquén, en la Patagonia Argentina. Análisis de las percepciones de la comunidad local sobre la discapacidad y el turismo accesible*”. Tesina de grado Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén, Argentina. Inédito.2008.
- ✓ RODRÍGUEZ VAQUERO, Jesús. “*Turismo urbano y sistema territorial. Almería, modelo emergente*”. Universidad de Almería. pp. 171-181.2009. [En línea]:[<http://www.eumed.net/rev/turydes/13/focalidad-urbana-bahia-blanca-argentina.pdf>] [Junio 2014].
- ✓ SALGUERO, ANTONIO. *El deporte como elemento educativo indispensable en el área de educación física. Revista digital de Educación Física*. España. Junio 2010,

n °4, pp 4. [En línea]  
[[http://emasf.webcindario.com/El\\_Deporte\\_como\\_elemento\\_educativo\\_en\\_EF.pdf](http://emasf.webcindario.com/El_Deporte_como_elemento_educativo_en_EF.pdf)].

- ✓ SANTOS PITA, M. P.; Millán Vázquez de la Torre, G.; Agudo Gutiérrez, E. (2007). “*Turismo accesible. Por un turismo para todos*”. En IX Reunión de Economía Mundial. Madrid. España.
- ✓ VERA, FERNANDO J. “Análisis territorial del turismo”. Barcelona: Ariel Geografía. ISBN 84-344-3455-5.1997.
- ✓ VIÑUALES, Graciela y ZINGONI, José, María. “*Patrimonio urbano y arquitectónico de Bahía Blanca*: La Nueva Provincia.1990.
- ✓ WLRA (Asociación Internacional de Ocio y Recreo). En MASIA, J y MONTERO, D. Ocio, Deporte y Turismo .Situación actual y líneas de negocio. España 2011.
- ✓ ZINGONI, José María et al. *Plan estratégico de Bahía Blanca*. Bahía Blanca: 2000, pp19-21.

#### **Sitios web de consultados:**

- ✓ Municipalidad de Bahía Blanca: <http://www.mhistorico.bahiablanca.gov.ar> (2014)
- ✓ Secretaria de Turismo: <http://www.turismo.gov.ar/indexfs.html>
- ✓ <http://www.training-planet.com/historia-del-running/> (Mayo2014)
- ✓ [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-63602002000200006](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-63602002000200006)
- ✓ <http://www.censo2010.indec.gov.ar/>
- ✓ [www.bahiacorre.com.ar](http://www.bahiacorre.com.ar)
- ✓ [www.asociacionintegrar.org.ar](http://www.asociacionintegrar.org.ar)
- ✓ Santana Manuel Ángel: <http://sociologos.com/2014/03/05/las-nuevas-tendencias-del-turismo-en-las-sociedades-del-siglo-xxi-running-y-cicloturismo>.
- ✓ [http://aimsworldrunning.org/articulos\\_de\\_asociacion.htm](http://aimsworldrunning.org/articulos_de_asociacion.htm) (Junio,2014)
- ✓ <http://www.atletismoenmexico.com/2014/07/13/el-crecimiento-de-las-carreras-callejeras-o-running> (Julio 2014)
- ✓ <http://running.es/competici%C3%B3n/los-diez-mejores-maratones-del-mundo#.U5xji5R5MR8r> (Julio2014)

- ✓ <http://www.lacapital.com.ar/informacion-gral/El-boom-del-running-en-Argentina-suma-adeptos-de-toda-edad-20131209-0012.html> (Agosto 2014)
- ✓ <http://www.matrizfoda.com/> (Junio 2014)
- ✓ <http://www.atletas.info/corrida-de-rua/materia/historia-a-50-anos-del-nacimiento-del-running/> (Agosto 2014)
- ✓ <http://www.ingym.es/es/blog/las-7-carreras-tematicas-mas-increibles-20130306> (Septiembre 2014)
- ✓ <http://hcdbahia blanca.gov.ar/index.php/concejales/proyectos/proyecto/3325/%2001-2014-06> (Agosto2014)
- ✓ <http://www.bahiablanca.gov.ar/nueva-edicion-de-la-carrera-aniversario-10k/#.VH6CudKG9IV> (Abril 2014)
- ✓ <http://running.es/competici%C3%B3n/los-diez-mejores-maratones-del-mundo#.VH9ImdKG9IU> (Agosto 2014).
- ✓ <http://www.censo2010.indec.gov.ar/> (Abril 2014)
- ✓ [www.guiamaraton.com](http://www.guiamaraton.com) (Mayo 2014)
- ✓ [www.volantesdecarreras.blogspot.com.ar](http://www.volantesdecarreras.blogspot.com.ar) (Mayo 2014)

**Bibliotecas consultadas:**

- ✓ Biblioteca del Departamento de Geografía y Turismo.

# Anexos

## **ANEXOS**

### **Anexo N°1: Entrevistas a informantes claves**

**Entrevista a Patricia Nadal, Bahía Blanca.**

**Fecha: 6/08/2014, hs18:30.**

Edad: 47 años

Profesión: Profesora de Educación Física y Atletismo.

#### **1).Porque te involucraste con esta actividad?**

Me involucre en esta actividad hace 11 años, una vez recibida de profesora me fui a España a estudiar la licenciatura y a mi regreso me especialice en el atletismo, y desde ahí continúe hasta el día de hoy en esta actividad. En la actualidad estoy dando clases de entrenamientos tres veces por semana en el grupo de la Uns.

#### **2) Desde cuando se realizan las carreras?**

Las carreras de running se realizan hace desde aproximadamente 8 años, y donde en los últimos 3 años ha aumentado de manera notable.

#### **3) Cuantos participantes generalmente concurren, edad promedio y participan gente de la zona?**

Nosotros realizamos entrenamientos tres veces por semana, donde nuestro lugar de encuentro es en el comedor de las Uns. (Universidad Nacional de Sur),el recorrido consiste partiendo desde el playón de la uns, y donde cada año participan alrededor de 3000 personas, en el mes de octubre, participan gente de toda edad desde 18 hasta 60 años. Las personas que participan vienen de la zona de varios lugares, eso es uno de los puntos que también quiero destacar ya que es buena la difusión.

Se cobra un arancel mínimo de aprox. 100 pesos (dentro de ese precio se abastece al corredor con agua y remeras) y donde los fondos juntados son destinados a beneficios sociales destinados a fundación u organización sin fines de lucro.

#### **4) Cada cuanto organizan una carrera?**

Ante todo organizar una carrera requiere de mucho tiempo y dedicación, esfuerzo, el tiempo que se requiere es de casi un año.

**5) Que criterios se tiene en cuenta a la hora de seleccionar el lugar para desarrollar la carrera?**

A la hora de organizar una carrera o circuito se debe cumplir con varios requisitos (mencionados en el punto 6) pero específicamente en el circuito a la hora de realizar un circuito, debemos tener en cuenta el estado de las calles, el día del evento para no dificultar el tránsito, más que nada la hora, por eso se realizan los domingos a la mañana.

**6) Debe cumplirse con algún requisito específico a la hora de planificar un circuito**

Si ante todo pedir permiso al municipio, reunir con todas las instalaciones necesarias en cuanto baño, ambulancia, gente de control como es el caso de gente de guardia urbana, policías, puesto de hidratación.

**7) Porque cree que esta actividad creció de manera notable en los últimos años meses**

Por todos los beneficios que tiene, más que nada por que está de moda, y generar más allá de un bienestar de salud el más importante para mi criterio es que genera vínculos sociales, eso me pasa con mi grupo de entrenamientos, somos aproximadamente entre 30 y 50 personas.

**8) cuales son las dificultades para organizar una carrera, ventajas y desventajas**

La única dificultad siempre son los vecinos ponerse de acuerdo, en cuanto a beneficios son numerosos entre ellos un bienestar psicológico, físico, como ya dijimos el social.

**Entrevista a Francisco Viignau**

**Fecha: 13/08/2014, hs: 10:00**

Edad: 30 años

Profesión: Licenciado en Educación Física

**1) Porque te involucraste con esta actividad?**

Me involucre en la actividad allá por el año 2002, si bien yo venía entrenando desde más chico a partir de ese año participé en la organización de la carrera de la UNS.

**2) Desde cuando se realiza esta carrera de Reyes?**

La carrera de reyes lleva realizada 56 ediciones, si mal no recuerdo se viene realizando desde el año 1956, solo en dos años no se pudo realizar.

**3) Cuantos participantes generalmente concurren, edad promedio y de donde provienen?**

Alrededor de 2200 personas entre hombres y mujeres han participado de la última edición. Las edades van desde los 17 hasta más de 70 años. La franja de 17 a 24 años es la categoría donde más personas se anotan.

Concorre gente de diversos lugares del país y la zona. Por ejemplo la edición del 2013 fue ganada por Ulises Sanguinetti el campeón nacional de 10000 metros de ese año. En años anteriores hay participado atletas Keniatas los hermanos Rotich. Por concurrencia y por el nivel de los participantes, en mi opinión es la carrera más importante del sur argentino

**4) Quienes son los participantes en la organización de una carrera, con qué fuente de financiamiento se concreta? ( cuenta con sponsor )**

Si es fundamental el apoyo de empresas privadas para poder llevar a cabo, mientras más sponsors o ayuda se tenga es mejor ya que hará que el participante abone menos dinero para poder participar.

**5) ¿Qué criterios se tiene en cuenta a la hora de seleccionar el lugar para desarrollar la maratón?**

Primeramente por la cantidad de concurrentes, es necesario elegir calles anchas, para evitar embotellamientos y que los atletas se demoren. Segundo, como es la carrera que representa a nuestra ciudad, debe pasar por las puertas de nuestra municipalidad. Y tercero, al ser una carrera de calle, se debe elegir un circuito con pocas dificultades en el trazado ya que no es una carrera de campo travesía sino una carrera de calle que sirve para el ranking nacional de la distancia.

## **6) Debe cumplirse con algún requisito específico a la hora de planificar un circuito?**

Si uno quiere que la carrera sirva para el ranking nacional, la distancia debe homologarse. Si no existen diversas carreras en nuestra ciudad que no han sido homologadas pero de todas maneras las distancias son aproximadas y todos los atletas las conocen.

Por otro lugar a la hora de organizar una carrera, se debe molestar o alterar lo menos posible el tránsito y la libre circulación de los ciudadanos. Por este motivo muchas carreras se realizan en el Parque de Mayo, o por ejemplo la carrera de la UNS se realiza cortando solo un carril de Alem. Por este motivo también se decidió hacer el circuito de reyes en horario nocturno, horario en donde menos se molesta el tránsito ya que se deben cortar varias calles.

## **7) ¿Por qué crees que esta actividad creció de manera notable en los últimos años /meses?**

En primer lugar porque hay una mayor conciencia en el cuidado del cuerpo tanto de jóvenes pero principalmente en la gente mayor a los 35 años, en donde la gente se concientiza más en el cuidado de las enfermedades cardiovasculares. En segundo lugar porque es un deporte económico, solo se debe contar con un par de zapatillas. En tercer lugar, el estrés y la vorágine en la que se vive lleva a la gente a desconectarse un poco y el running es una actividad por excelencia. Y por último se masificó mucho mediante la formación de grupos de running, esto ayuda muchísimo ya que hay mucha camaradería entre sus integrantes, además de entrenar también se ha vuelto una cuestión social donde uno puede conocer gente y además siempre es mejor encarar la actividad en grupo que hacerlo solo.

## **8) ¿Cuáles son las dificultades para organizar una carrera?**

Fundamentalmente la mayor dificultad es encontrar ayuda o sponsors para poder llevarla a cabo, ya que si esto no sucede el participante tendrá que abonar mayor precio de inscripción. Si se realiza en la calle se debe contar con una autorización municipal y el CUIM para su señalización y los cortes pertinentes. En líneas generales no conlleva demasiadas dificultades si se cuenta con la financiación de sponsors.

## **9) ¿Puede mencionar las ventajas y desventajas de la actividad?**

Ventajas: económico, ayuda a cuidar el aparato cardiovascular, permite la interacción social, si permite conocer nuevos lugares si se corre en otras partes del país, ayuda bajar los niveles de stress.

Desventajas: Si el deporte es realizado de manera adecuada no encuentro desventajas, las que voy a mencionar son desventajas solo si el deporte se realiza de manera inadecuada. Problemas articulares (tobillo, rodilla, cadera) si se posee una mala técnica de carrera. Deshidratación, problemas cardiovasculares.

Por eso es fundamental contar con un apto médico para la realización de esta actividad

Otras de las dificultades a la hora de organizar la carrera es: Poca oferta en los insumos para la carrera (chips e inflables) que lleva a que te cobres cifras irrisorias. Después que se cuenta con pocos voluntarios que colaboren en la organización, por ejemplo en la toma de inscripciones.

**Entrevista a Pedro García**

**Fecha: 13/08/2014, hs: 10:00**

Edad: 32

Profesión: Profesor de Educación Física

### **1) ¿Porque te involucraste con esta actividad?**

Siempre me gusto la actividad física, comencé a jugar al futbol hace unos años atrás y luego me enfoque a la actividad running.

### **2) ¿Desde cuándo se realizan las carreras?**

Las carreras de Barlovento se realizan ya hace 4 años, la diferencia a las de más carreras que las de acá son todas de 21 k.

**3) ¿Quiénes son los participantes en la organización de una carrera, con qué fuente de financiamiento se concreta? (cuenta con sponsor)**

La carrera originalmente la organiza el dueño del Natatorio, luego la organización quedo a cargo ADN (Empresa que se encarga de eventos deportivos) que se encargan de todo lo requerido. También cuenta con bastantes sponsor. La carrera en realidad tiene carácter privado en lo que respecta su organización.

**4) ¿Cuántos participantes generalmente concurren, edad promedio y de donde provienen?**

El número de participantes es reducido, en la última edición el cupo limitado fue de 400 corredores, que igualmente se incrementó respecto de los años anteriores. La competencia del año 2012 el cupo establecido fue de 300 competidores lo cual se completó con el de participantes y atletas provenientes de diferentes puntos de la zona entre ellos de Cabildo, Medamos, Laprida, Monte Hermoso, Pedro Luro. Con respecto a la edad participan gente de todo tipo de edad en su mayoría jóvenes entre 21 y 30 años.

**5) ¿Qué criterios se tiene en cuenta a la hora de seleccionar el lugar para desarrollar la maratón?**

Primero y ante todo es la cantidad de participantes que por lo general es reducido, luego el circuito de la carrera que se transite sobre espacios verdes como por ejemplo el Paseo de la Mujer, por la carrindanga. Otro requisito que la llegada sea cómoda para el corredor es decir que no se incluya calles estrechas.

**6) ¿Debe cumplirse con algún requisito específico a la hora de planificar un circuito?**

La organización de una carrera nos lleva varios meses .Primeramente debemos contar con la colaboración y aprobación del municipio, en cuanto a la disposición de la guardia urbana cortar las calles, que hay que destacar que nunca tuvimos ningún problema .También se requiere de servicios de emergencias, ambulancia, puestos de hidratación.

**7) ¿Puede mencionar las ventajas y desventajas de la actividad?**

En cuanto a ventajas esta carrera nos permite no cortar muchas arterias (es decir calles), los espacios son abiertos por lo tanto no permiten que la gente realice embotellamiento, es bastante cómodo el circuito.

Lo que destaco también es que lo vecinos de acá del natatorio nunca se quejaron de los cortes de calles o del ruido.

Unas de las desventajas de la carrera de Barlovento es su recorrido de 21 k, no cualquiera está preparado físicamente para realizarla, se necesita un entrenamiento previo.

Otra desventaja que perjudico este año fue la carrera de Sierra de la Ventana, lo que hizo que no concurra mucha gente.

## **Anexo N°2: Encuesta de relevamiento de datos**

### **1). Sexo**

Femenino: .... Masculino: ....

### **2). Edad:**

Menor de 20 años: .... 20 a 35años: .... 35 a 50 años: .... mayor de 50 años: .....

### **3) Lugar de origen:**

Bahía Blanca: .... Otro Lugar: ....

### **4) Período de estadía:**

1 noche: .... De 2 a 3 noches: ..... No pernocta en la ciudad: .....

### **5) ¿Cuál es el gasto promedio que realiza?**

Menos de \$50: .... Entre \$50 y \$150: .... Entre \$150 y \$250: .... Más de \$250: ....

### **6) ¿Es la primera vez que asiste?**

Sí: .... No: ....

### **7) ¿Con qué período de frecuencia asiste?**

Una vez: .... De 2 a 5 veces: .... Entre 5 y 10 veces: .... Siempre: ....

### **8) ¿Mediante qué medio de transporte llega al predio?**

Colectivo: .... Vehículo: ..... Otro medio: .....

### **9) Concurre con:**

Familiares: .... Amigos: ..... Solo: .....

### **10.) (En caso de no ser la primera vez que asiste) ¿Cómo calificaría usted el espectáculo que se brinda?**

Excelente: .... Muy Bueno: ..... Bueno: ..... Regular: .... Malo: .....

**Anexo N°3: Ponderación Foda**

**MATRIZ C X C (conflictos por conflictos)**

<i>¿En cuánto afecta o incide el conflicto «x» al conflicto «y»?</i>	Las distancias en su mayoría no son homologadas	Costo de inscripción	Falta de voluntarios en cuanto a la organización	Dificultad en encontrar sponsors	Limitación en difusión de carreras solo se emite por redes sociales	Elevado costo en insumos para las carreras (chips e inflables).	Los circuitos en su mayoría son similares	Ausencia de control y apto médico para la participación	Presencia de competidores en la zona (Sierra de la Cruz, M. de la Cruz)	Falta de organismo oficial que regule la actividad a nivel nacional.	Falta de reconocimiento por parte de agencias de viajes	Falta de política turística-deportiva	Bahía Blanca considerada ciudad de “paso” hacia otros destinos		
1-Las distancias en su mayoría no son homologadas		0	1	0	0	0	2	1	1	1	0	1	0	7	0.58
2-Costo de inscripción	0		1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	3	0.25
3-Falta de voluntarios en cuanto a la organización	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4-Dificultad en encontrar sponsors	0	2	1		1	1	0	0	0	0	0	0	0	5	0.41
5-Limitación en difusión de carreras solo se emite por redes sociales	0	0	1	1		0	0	0	0	0	0	0	0	2	0.16
6-Elevado costo en insumos para las carreras (chips e inflables).	0	2	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0.16
7-Los circuitos en su mayoría son similares	0	0	0	0	0	0		0	1	0	0	0	0	1	0.08

9-Ausencia de control y apto médico para la participación	0	0	1	0	0	0	0		0	0	0	0	0	1	0.08
10-Presencia de competidores en la zona (Sierra de la ventana, Monte hermoso)	0	1	0	1	0	0	0	0		0	1	0	1	4	0.33
11-Falta de organismo oficial que regule la actividad a nivel nacional.	2	1	0	0	0	1	2	2	0		1	2	0	11	0.91
12-Falta de reconocimiento por parte de agencias de viajes	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0		0	0	2	0.16
13-Falta de política turística-deportiva	1	1	0	0	1	1	1	2	1	2	0		0	10	0.83
14-Bahía Blanca considerada ciudad de "paso" hacia otros destinos	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0		3	0.25
	3	8	5	3	2	3	5	5	8	3	2	3	1		
	0.25	0.66	0.41	0.25	0.16	0.25	0.41	0.41	0.66	0.25	0.16	0.25	0.08		

Puntaje obtenido: Conflictos más alterados



Presencia de diversos acontecimientos deportivos durante el año en Bahía Blanca	1	0	0	0	0	1	0		1	0	0	0	0	0	3	6	0.42
Aceptación de la práctica deportiva por beneficios sociales	1	0	0	0	0	0	1	1		1	0	0	0	0	0	4	0.28
Difusión y promoción de las carreras a través de las redes sociales	1	0	2	0	0	1	1	0	1		1	1	0	1	1	10	0.71
Inclusión de profesionales a la actividad	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0		1	0	0	0	3	0.21
Genera beneficios fisiológicos y psicológicos	1	0	2	0	0	2	0	0	0	0	2		0	2	2	11	0.78
No requiere de infraestructura para su realización	0	0	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0		0	0	4	0.28
Maratones urbanos consideradas como un fenómeno en pleno auge en las grandes ciudades	2	0	2	2	1	2	2	0	0	0	1	2	0		3	16	1.14
Crecimiento de turismo deportivo	2	1	2	2	2	2	1	2	0	0	1	2	0	2		19	1.35
	17	4	15	12	7	19	6	6	6	3	8	7	1	12	16		
	1.2	0.28	1.07	0.85	0.5	1.35	0.42	0.42	0.21	0.21	0.57	0.5	0.07	0.85	1.14		

**MATRIZ C X P (conflictos por potencialidades)**

<p><i>¿En cuánto el conflicto «x» disminuye la fuerza de la potencialidad «a»?</i></p>	<p><b>Potencialidades</b></p>	<p>15-Crecimiento de turismo deportivo</p>	<p>6-Intenso calendario de circuitos programados</p>	<p>14-Maratonés urbanas consideradas como fenómeno en pleno auge.</p>	<p>3-Numeroso grupos de entrenamiento en Running</p>	<p>4-Variados y considerable Espacios aptos para la realización de circuitos.</p>	<p>12-Genera beneficios psicológicos y fisiológicos</p>	<p>10-Difusion y promoción en redes sociales</p>	<p>2-Bahia Blanca cuenta con la carrera más importante del Sur Argentino.</p>	<p>11-Inclusion del profesionales a la actividad</p>			
<p><b>Conflictos</b></p>		1.35	1.35	1.14	1.07	0.85	0.78	0.71	0.71	0.57			
<p>11-Falta de organismo oficial que regule la actividad</p>	0.91	2	2	1	0	0	0	0	0	2	7	0.77	0.70
<p>12-Falta de política turística-deportiva</p>	0.83	2	2	1	0	0	0	1	1	2	9	1	0.91
<p>9-Presencia de competencia en Sierra dela Ventana , Monte Hermoso</p>	0.66	0	2	0	0	0	0	0	0	0	4	0.44	0.29
<p>2-Costo de inscripción</p>	0.66	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<p>1-Las distancias en su mayoría no son homologadas</p>	0.58	0	2	0	0	2	0	0	1	0	5	0.55	0.31
<p>8-Ausencia de control y apto medico</p>	0.41	0	1	0	0	0	0	0	1	2	4	0.44	0.18

7-Los circuito en su mayoría son similares	0.41	0	2	0	0	1	0	0	0	0	3	0.33	0.13
4-Dificultad en encontrar sponsors	0.25	0	2	0	0	0	0	2	0	0	4	0.44	0.11
16-Elevado costo en insumo (chips e inflables)	0.25	0	3	0	1	0	0	1	0	0	5	0.55	0.13
11-Falta de reconocimiento por parte de agencias de viajes	0.16	2	1	1	0	0	0	2	1	2	9	1	0.16
		6	17	3	1	3	0	6	4	8			
		0.6	1.7	0.3	0.1	0.3	0	0.6	0.4	0.8			
		1.83	2.29	0.34	0.10	0.25	0	0.42	0.28	0.45			

**MATRIZ P x C (potencialidades por conflictos)**

<i>¿En cuánto la potencialidad «x» sirve para solucionar el conflicto «x»?</i>	<i>Conflictos</i>	11-Falta de organismo oficial que regule la actividad	12-Falta de política turística-deportiva	9-Prsencia de competencia en Sierra de la Ventana-Monter Hermoso.	2-Costo de inscripción	1-Las distancias en su mayoría no son homologadas	8-Ausencia de control y apto medico	7-Circuitos en su mayoría son similares	4-Dificultad de encontrar sponsors	6-Elevado costo en insumos (chips e inflables)	11-Falta de reconocimiento por parte de agencias de viajes			
<i>Potencialidades</i>		0.91	0.83	0.66	0.66	0.58	0.41	0.41	0.25	0.25	0.16			
15-Crecimiento de turismo deportivo	1.35	3	3	2	0	0	1	0	2	0	2	13	1.3	1.75
6-Intenso calendario de circuitos programados	1.35	2	1	3	0	2	1	2	2	1	2	16	1.6	2.16
14-Marartones urbanas consideradas como fenómeno en pleno auge.	1.14	2	3	2	1	2	1	1	3	0	2	17	1.7	1.93
3-Numeroso grupos de entrenamiento en Runiing	1.07	1	0	2	0	0	1	2	2	0	0	8	0.85	0.85
4-Variados y considerable Espacios aptos para la realización de circuitos.	0.85	0	0	2	0	1	0	3	0	0	0	6	0.6	0.51
12-Genera beneficios psicológicos y fisiológicos	0.78	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0.3	0.23

10-Difusion y promoción a través de redes sociales	0.71	0	1	2	0	1	1	0	2	0	1	6	0.6	0.42
2-B.Bca cuenta con la carrera más importante del Sur Argentino.	0.71	0	1	2	0	1	1	0	2	0	2	9	0.9	0.63
11-Inclusion del profesionales a la actividad	0.57	2	2	1	0	1	2	0	0	0	0	1	0.9	0.51
		12	11	17	1	7	7	8	13	1	10			
		1.3	1.22	1.88	0.11	0.77	0.77	0.88	1.44	0.11	1.11			
		1.21	1.01	1.24	0.07	0.44	0.31	0.36	0.36	0.02	0.17			