

INTRODUCCIÓN

El turismo como fenómeno cultural, social y económico ha ido cambiando y evolucionando junto con el hombre en diferentes épocas experimentando un continuo crecimiento y diversificación. A partir del Grand Tour, en auge en los siglos XVI y XVII, comienza a desarrollarse el turismo en ciudades europeas, en sus inicios, era practicado por la aristocracia para incrementar su vida cultural y profesional y luego más accesible, para las masas, cuando se impusieron los viajes masivos en ferrocarril.

A partir del siglo XX, se comenzó a viajar por ocio, para conocer nuevos lugares, por trabajo, participar en acontecimientos programados, entre otros. La cultura cobró cada vez más importancia a la hora de elegir un destino o un atractivo para visitar y conocer. En ese nuevo entorno, el Turismo Industrial se manifiesta como una expresión emergente del turismo cultural.

En este sentido, la idea de Turismo Industrial surge en las ciudades europeas en la década de 1940, más precisamente en Francia, con visitas bodegas y fábricas de chocolate. A partir de la década de 1960 muchas de las áreas industriales europeas comenzaron una época de declive, debiendo cesar su actividad, tal es el caso de las empresas textiles, acero, carbón e industrias pesadas. Los diversos problemas a los que han tenido que enfrentar, dieron lugar a una nueva tendencia para su reutilización, el Turismo Industrial.

En este contexto, la investigación surge de analizar el desarrollo del Turismo Industrial y la Responsabilidad Social Empresarial en la localidad de Ingeniero White como nuevo recurso turístico cultural a través de la Política de Puertas Abiertas, con la finalidad de generar mayor conocimiento de sus actividades tanto a la población residente como a visitantes en general.

En cuanto a la estructura de la tesina se organiza a partir de cinco capítulos: en el capítulo I se desarrolla el abordaje metodológico de la investigación, el capítulo II, presenta el marco de referencia que sustenta los principales conceptos que se aplican a lo largo de la investigación.

El capítulo III, caracteriza el área de estudio, en el capítulo IV se analizan en primer lugar las características del mercado turístico y, en segundo lugar, se grafican e interpretan los resultados obtenidos y en el capítulo V, se proponen lineamientos para el desarrollo del Turismo Industrial mediante programas y proyectos para potenciar el sector. A modo de cierre, se exponen reflexiones finales como resultado de la investigación realizada.

CAPÍTULO I

ABORDAJE METODOLÓGICO

1. Abordaje metodológico

1.1. Planteamiento del problema

Los cambios tanto en las tendencias y preferencias de los consumidores como en la necesidad de adquirir nuevas experiencias llevan a la aparición de nuevas modalidades de turismo y recreación. Entre ellas, se encuentra el denominado Turismo Industrial, que es un turismo basado en visitas planificadas a instalaciones industriales en actividad tanto con un fin educativo como atractivo turístico.

En la actualidad, no solo se realizan visitas a industrias abandonadas o en desuso, sino que son cada vez más las empresas en actividad que deciden abrir sus puertas para la comunidad y turistas, ellas son las denominadas "industrias vivas". Esta modalidad de visita se está implementando recientemente en Argentina y se da dentro del marco de la Política de Puertas Abiertas como parte de la Responsabilidad Social Empresarial que tiene como objetivo compartir sus procesos productivos y la seguridad con que operan. Ello posibilita generar mayor interés en la industria local, considerando su importancia tanto para el desarrollo económico regional, así como una nueva modalidad dentro del turismo cultural.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Analizar el desarrollo del Turismo Industrial como nuevo recurso turístico cultural a través de la Política de Puertas Abiertas y Responsabilidad Social Empresarial en la localidad de Ingeniero White, con la finalidad de generar mayor conocimiento de sus actividades tanto a la población residente como a visitantes en general.

1.2.2. Objetivos específicos

1. Relevar las industrias del Polo Petroquímico en la localidad de Ingeniero White.
2. Explorar el grado de compromiso, en cuanto, a Responsabilidad Social Empresarial de las industrias de la localidad.

3. Identificar el interés de la población residente y de los visitantes en el desarrollo de la Política de Puertas Abiertas.
4. Diagnosticar el mercado turístico para el desarrollo del Turismo Industrial en la localidad de Ingeniero White.
5. Establecer lineamientos para el desarrollo del Turismo Industrial en la localidad de Ingeniero White.

1.3. Hipótesis

La variada oferta cultural de la ciudad de Bahía Blanca, en la actualidad, no considera la viabilidad para el desarrollo del Turismo Industrial en la localidad de Ingeniero White, a pesar de la existencia de un Polo Petroquímico de importancia nacional.

1.4. Metodología y técnicas

La metodología empleada en la presente investigación se basa en un enfoque cualicuantitativo o mixto. En este sentido, Hernández Sampieri *et al.* (2010), sostienen que todo trabajo de investigación se sustenta en dos enfoques principales: el cuantitativo y el cualitativo, los cuales de manera conjunta forman un tercer enfoque denominado mixto. Los autores plantean que “... la meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (Hernández Sampieri *et al.*, 2010: 544).

La investigación es de carácter exploratorio “...cuyo objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de literatura reveló que tan solo hay guías e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas” (Hernández Sampieri *et al.*, 2010:100).

El proceso de investigación del presente trabajo requiere la búsqueda y recolección de datos de diversas fuentes de información, como los datos primarios y secundarios. Con respecto a las fuentes primarias, se realiza un trabajo de campo mediante la elaboración y aplicación de entrevistas a informantes clave y encuestas a residentes y potenciales visitantes.

En relación con las encuestas se plantea una investigación que considera el universo a estudiar formado por personas residentes en Bahía Blanca e Ingeniero White. Se trata de una muestra no probabilística en base a una muestra representativa de 453 individuos según lo establecido por Vieytes (2004) para un universo de 312.058 habitantes. Las encuestas se aplicaron al público en general en el espacio seleccionado, así como también a aquellos potenciales visitantes. La información necesaria se obtiene a través de un cuestionario implementado vía web con preguntas abiertas, cerradas y de estimación que miden distintos grados de interés.

Con respecto a las entrevistas a informantes clave, se recurre a la técnica de recolección de datos cualitativa mediante entrevistas individuales semiestructuradas a representantes del Polo Petroquímico, en base a una estructura formal con preguntas definidas y establecidas con anterioridad junto a preguntas abiertas.

Por otro lado, se realizó un relevamiento de las industrias más destacadas para el estudio con una breve descripción de sus operaciones y resaltando aquellas actividades que se realizan en relación con la Responsabilidad Social Empresarial. Respecto a las fuentes secundarias, se procede a una exhaustiva revisión de bibliografía general y específica, como así también a trabajos presentados en congresos, tesis, documentos disponibles y sitios web en relación directa con la investigación.

Para finalizar, se realiza un procesamiento de todo el material obtenido, tanto bibliográfico como el trabajo de campo para analizar e interpretar los datos y obtener resultados que permitan realizar un diagnóstico en relación con la potencialidad de un mercado turístico para el desarrollo del Turismo Industrial en la localidad de Ingeniero White.

CAPÍTULO II

MARCO DE REFERENCIA

2. Marco de referencia

En este capítulo se desarrollan los principales conceptos que se utilizan en la investigación. Los mismos constituyen el marco conceptual que sustenta el desarrollo de la problemática bajo estudio.

2.1. Del Turismo Cultural al Turismo Industrial

En las últimas décadas el turismo ha ido evolucionando, el aumento del tiempo libre y la distribución de las vacaciones a lo largo del año hacen que los individuos modifiquen sus preferencias, pasando de un turismo de sol y playa como modelo maduro y consolidado, a nuevas formas de turismo. Estos cambios traen aparejados la necesidad de una constante búsqueda de nuevos productos y la necesidad de ajustarse continuamente, a las nuevas demandas y exigencias de los consumidores. Es así que el turismo cultural fue tomando protagonismo y posicionándose como una actividad con gran potencial.

El patrimonio, es un elemento significativo de la cultura e identidad de una población. Puede ser analizado desde diferentes perspectivas: por un lado, considerado como fortalecimiento de la memoria colectiva, como una construcción social, y por otro lado desde el punto de vista etimológico, como una riqueza colectiva, aquellos elementos tangibles, intangibles y heredados a lo largo del tiempo (Pinassi, 2016). Por su parte en relación con el patrimonio Bertonecello manifiesta, que "... el patrimonio no es algo que tiene origen en el pasado y es meramente recibido en el presente, sino que, por el contrario, es desde el presente que se llevan adelante los procesos de definición del patrimonio" (Bertonecello, 2010:36).

Fernández y Guzmán (2004:116), definen patrimonio cultural como aquel:

"...que está constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidas por las sociedades, resultado de un proceso histórico en donde la reproducción de las ideas y del material se constituyen en factores que identifican y diferencian a ese país o región."

En este sentido, Hernández (2015) sostiene que:

“El concepto de patrimonio cultural, se encuentra en constante evolución debido a las nuevas tendencias en términos de: desarrollo durable, nuevas tecnologías, globalización, entre otras. De esta forma, la reformulación de lo que es considerado como Patrimonio Cultural se traduce en la creación de nuevas categorías propiciando no solamente la extensión del campo de salvaguarda y la protección de los bienes culturales, si no también, la integración de nuevos actores urbanos que favorecen e intensifican una participación ciudadana” (Hernández, 2015:1).

En este marco, Bertonecello (2006) manifiesta que el patrimonio es el atractivo principal del turismo cultural y afirma que, “el vínculo con la identidad y la cultura es una característica distintiva, en la medida que el patrimonio es parte de una cultura y expresaría de modo sintético y paradigmático, los valores identitarios que la sociedad reconoce como propios” (Bertonecello *et al.*, 2006: 103).

El turismo cultural por su parte es aquel destinado a satisfacer las necesidades del individuo, de incrementar su nivel cultural, su interés por conocer los estilos de vida o patrimonio de una comunidad. Así, el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) define al turismo cultural como:

“Aquella modalidad de turismo que tiene por objeto, en otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios en particular. Ejerce un efecto realmente positivo sobre estos, en cuanto contribuye a su mantenimiento y protección. Esta modalidad de turismo justifica los esfuerzos que tal mantenimiento y salvaguarda exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socioculturales y económicos que comporta para toda la población implicada” (ICOMOS, 1976: 2)

En este caso, el turismo cultural se refleja como una visita a monumentos o sitio en particular con gran protección y mantenimiento. Sin embargo, conceptos modernos “incluyen no solo los monumentos y manifestaciones del pasado, sino también lo que llaman patrimonio vivo”, convirtiéndose en una noción muy amplia y en constante actualización, en el cual queda comprendido el patrimonio industrial productivo, el modo de vida de los trabajadores y los procesos de elaboración (Fernández y Guzmán; 2005).

Asimismo, la Organización Mundial del Turismo afirma que “el turismo cultural es el que se interesa también por el estilo de vida y las actividades innovadoras” e incluye al Turismo Industrial (OMT, 2005:296). En el marco de estos cambios de perspectivas surgen diversas y variadas ramas de esta modalidad, en la cual, entre otros, se encuentra inmerso el **Turismo Industrial** “cuyo objetivo principal es difundir el patrimonio industrial (tanto el antiguo como el actual), relacionado íntimamente con la tecnología y el trabajo característico de un lugar” (Fundación para el Desarrollo Socioeconómico del Alto Aragón, 2008:2).

Tal es así que, “actualmente se va imponiendo una visión amplia e integradora del concepto que comprende tanto actividades basadas en elementos pertenecientes a otras épocas, como en organizaciones en actividad” (Makua, 2011:58).

2.2. La industria como recurso turístico

La actividad industrial de cualquier época es de gran importancia para el hombre, ya que al igual que el resto de los procesos económicos, es el resultado de la interacción de las actividades humanas sobre el espacio. En este marco, el turismo puede desempeñar un papel económico importante, reactivar la economía y convertirse en un motor de desarrollo en áreas en declive o potenciar aún más aquellos espacios innovando y aprovechando sus recursos existentes (Fernández y Guzmán; 2005).

El Turismo Industrial se desarrolla como una nueva tendencia en las ciudades europeas en la década de 1940, estuvo asociado a las visitas a bodegas, fábricas de chocolate, de quesos y refinerías. Sin embargo, a partir de la década de 1960 a causa de las repetidas crisis industriales, muchas empresas comenzaron a entrar en declive y como consecuencia debieron cesar su actividad, quedando en desuso. Las modificaciones en los intereses de los turistas por aprender e interiorizarse por el funcionamiento de las industrias, posibilita la reutilización de estos espacios para el turismo. Es así que, aprovecharon su patrimonio, dando a conocer su trabajo, no solo industrial, sino también social.

En un principio, fue reconocido por el desarrollo de las actividades turísticas en edificios y paisajes producto de procesos industriales pasados. Para Pardo (2011), las visitas a este patrimonio industrial:

“Se centran en fábricas abandonadas con reutilización museística o de algún centro artístico o interpretativo. En este turismo industrial el interés es básicamente cultural y toma como reclamo las piezas conservadas. El territorio circundante juega un papel fundamental, ya que aporta uno de los elementos más importantes para la caracterización social y económica de la industrialización. Las formas que adopta este tipo de turismo industrial son las visitas a los museos industriales, ecomuseos y centros de interpretación” (Pardo, 2011: 20).

Por otra parte, según el Grupo de Investigación de estrategias de innovación y desarrollo en la Industria Turística (GEIDETUR):

“...el **turismo industrial**, entendido como forma de turismo cultural, tiene como objetivo principal difundir el patrimonio industrial -tanto el antiguo como el actual, relacionado íntimamente con la tecnología y el trabajo, que representa uno de los rasgos que más han caracterizado nuestra manera de ser, nuestra historia y nuestra cultura” (GEIDETUR, 2008: s/n).

Promover este fenómeno, puede representar una alternativa para el desarrollo turístico del territorio y así dinamizar económicamente la zona. Al mismo tiempo que, se logra dar valor al espacio donde se ubica, los diferentes actores involucrados y se unifican el patrimonio industrial y cultural. De esta manera, se consigue que la sociedad se sienta parte de una comunidad y de conocer su patrimonio.

Al igual que la sociedad, el Turismo Industrial también ha ido evolucionando. En sus inicios fue conocido como una forma de hacer turismo, donde se realizaban visitas a industrias abandonadas, que eran atractivas por su historia y pasado, como así también estaciones de ferrocarriles en desuso, o inclusive aquellas edificaciones atractivas por su monumentalidad. En la actualidad, si bien aún existen esas prácticas, se comenzó a innovar enriqueciendo la experiencia con la visita a una industria en actividad.

En este sentido, Capel (1996) indica que no solo los establecimientos industriales antiguos son objeto de atracción y visita, sino que las grandes instalaciones industriales y establecimientos científicos también realizan actividades que resultan de gran interés para su visita.

En resumen, se debe considerar según el Plan Nacional del Patrimonio Industrial (2000), que este incluye:

“... al conjunto de elementos de explotación industrial, generado por las actividades económicas de cada sociedad. Este patrimonio responde a un determinado proceso de producción, a un concreto sistema tecnológico, caracterizado por la mecanización, dentro de una manifestación de relación social capitalista” (Plan Nacional del Patrimonio Industrial, 2000: s/n).

Cabe mencionar, que este tipo de patrimonio se encuentra en Áreas Industriales establecidas en la periferia de una ciudad, las cuales son definidas como:

“... aquellos predios destinados a la localización planificada de industrias cuyo espacio físico se define de antemano y cuenta con obras de infraestructura y servicio básicos que garanticen e incentiven el desarrollo de industrias nuevas y la relocalización y/o ampliación de aquellas instaladas en el ejido urbano, que provocan inconvenientes o perturbaciones ambientales y no tienen posibilidades de expansión” (Dirección de Parques y Áreas industriales, 2013:1).

En conclusión, el Turismo Industrial puede tener dos tipologías: el Turismo Industrial en actividad y el Turismo Industrial patrimonial. En este trabajo se analiza el caso del Turismo Industrial en actividad que consiste en:

“...la visita a las industrias aún en activo en donde se muestran las instalaciones de la empresa y la fabricación de un determinado producto. El interés es básicamente técnico y en estas visitas la maquinaria en uso se convierte en un motivo de especial atracción. Las formas que adopta este turismo fabril o productivo abarcan las jornadas de puertas abiertas, las visitas de empresa y los circuitos de turismo industrial” (Pardo, 2011: 18).

Estas visitas tienen, como objetivo principal:

“Difundir el patrimonio industrial de las localidades, este patrimonio puede incluir tanto fábricas antiguas como industrias modernas. Esta actividad permite conocer a las empresas y sus procesos tecnológicos de producción. En diferentes partes del mundo el turismo industrial está siendo utilizado no sólo para atraer visitantes interesados en conocer in situ los procesos de producción de diversos sectores de la industria, sino también como una herramienta para estrechar la comunicación y mejorar la imagen de las empresas con sus clientes reales y potenciales” (Silva *et al.*, 2015:71).

2.3. La Política de Puertas Abiertas en industrias en actividad como una arista de la Responsabilidad Social Empresarial: su potencial turístico

2.3.1. La Política de Puertas Abiertas

A raíz de los cambios que experimenta la sociedad, surge un innovador concepto de ocio que incluye al turismo basado en visitas planificadas a instalaciones industriales en actividad. Esta innovación, con incipiente impulso en Argentina, corresponde a las denominadas "industrias vivas" que, por su singularidad, despiertan la curiosidad y el interés de la gente, tanto con fines educativos o como un atractivo turístico en sí mismo. Así, esta nueva actividad se suma al turismo basado en la exposición del patrimonio histórico.

En este nuevo escenario, son cada vez más las empresas que aplican la **Política de Puertas Abiertas** para vincularse tanto con la población local como con los visitantes, así como dar a conocer los procesos productivos y la seguridad con la que operan. En esta dinámica de una permanente búsqueda de nuevas experiencias y vivencias, la visita a las industrias se convierte en una alternativa turística emergente, la cual permite materializar el deseo del individuo postmoderno por conocer los lugares productivos (Pardo, 2011). De esta manera la Política de Puertas Abiertas se complementa con el Turismo Industrial.

En esta nueva dinámica es importante destacar el cambio de rol del visitante que deja de ser un observador pasivo para convertirse en el protagonista. Este protagonismo fomenta un turismo responsable y un acercamiento del visitante a la población local, posibilitado un enriquecimiento colectivo.

2.3.2. Responsabilidad Social Empresarial

Asociada a la Política de Puertas Abiertas se encuentra el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). El Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS) lo define como "...el compromiso de la empresa de contribuir al desarrollo sostenible, con la participación de sus grupos de interés, a fin de mejorar la calidad de vida de la sociedad en su conjunto" (CEADS, 2003: s/n).

Antes de la década de los ´60 el único objetivo de las empresas era obtener ganancias, sin embargo,

“...el cambio fundamental en los valores y el costo social provocado por el desarrollo económico, logran la reacción del público al considerar que las empresas no se preocupan suficientemente por los problemas que enfrenta la sociedad...Las situaciones planteadas hacen que la sociedad se dirija a las empresas a fin de solicitar su colaboración en la resolución de los grandes problemas sociales” (Genovese, 2008: 80).

Otra definición es la brindada por el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa que denomina RSE a:

“...la forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medio ambiente, y sobre la sociedad en general” (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, 2009:5).

Este concepto se ha ido construyendo desde los años ´90, cuando las empresas comenzaron a gestionar sus operaciones en forma sustentable del modo más económico, social y ambientalmente posible, considerando tanto los beneficios a la comunidad como los propios.

En muchas industrias la RSE constituye un tema central para elevar la calidad de vida de la comunidad en la que desarrollan sus operaciones, para ello tienen la responsabilidad de conocer el entorno en el que opera. Esto implica una participación voluntaria, donde las empresas adoptan una postura activa y responsable en torno al impacto de sus operaciones así logran ser más competitivas y sostenibles a través del manejo del riesgo, la innovación y la creación de valor.

En conclusión, teniendo en cuenta lo expuesto, se puede apreciar que la Responsabilidad Social Empresarial, que llevan a cabo las industrias mediante la Política de Puertas Abiertas, facilita el contacto de la industria con la comunidad local y amplía la oferta cultural existente con un recurso competitivo, importante y original como es el Turismo Industrial o la visita a industrias vivas.

CAPÍTULO III

CARACTERIZACIÓN DEL

ÁREA DE ESTUDIO

3. Caracterización del área de estudio

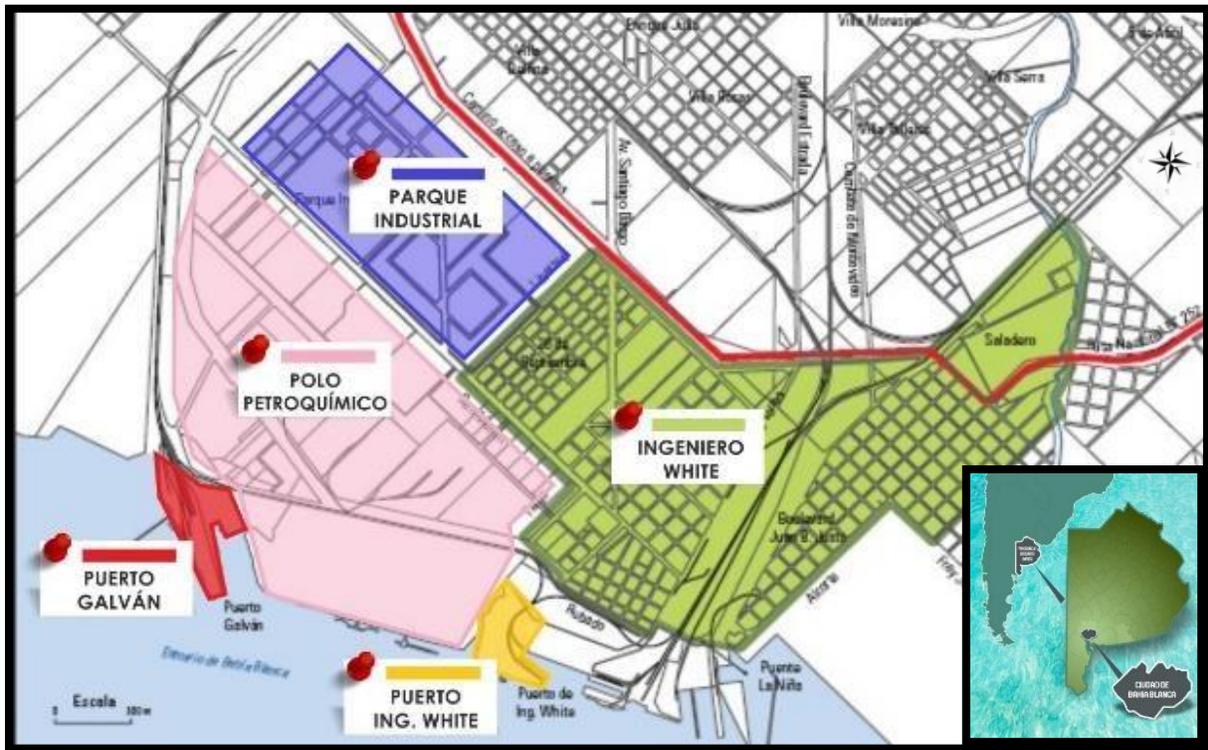
3.1. Localización e importancia del área de estudio

El área de estudio comprende las empresas del Polo Petroquímico que se encuentra ubicado en el área costera. Zona conocida como Sector de Cangrejales, entre el Puerto de Ingeniero White y Puerto Galván. Se caracteriza por ser uno de los más grandes del país, con producción a nivel provincial y nacional. La proximidad del Polo Industrial con el Complejo Petroquímico, el Puerto y la Zona Franca Bahía Blanca – Coronel Rosales determina una localización estratégica para el desarrollo industrial.

El Polo Petroquímico de Bahía Blanca se ubica en la localidad portuaria de Ingeniero White, a 5 km al Sur de la ciudad, sobre la costa baja y anegadiza de la bahía. En cuanto a la conectividad terrestre, se puede llegar a la ciudad a través de las Rutas Nacionales N° 33, 35, 3 Norte, 3 Sur, y 22, y Ruta Provincial N° 51. Por la Ruta N° 3 Sur de acceso sudoeste a puertos, se accede al sector industrial (Figura 1).

La escala de producción del Polo Petroquímico y los proyectos emplazados en el área portuaria, han permitido que la ciudad adquiriera un rol destacado dentro del escenario industrial nacional potenciando su proyección internacional. Además, es un destacado nodo de transportes y comunicaciones entre el Norte de la Patagonia (zona del Valle de Río Negro), la Pampa y el Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires. Su infraestructura terrestre, marítima y aeroportuaria posibilitan la relación con otras economías regionales y con los mercados internacionales (Municipio de Bahía Blanca, 2016).

Figura 1

Localización del área de estudio

Fuente: Fazi S., 2019, sobre la base de La Nueva Provincia, 1994.

Los factores de localización de la industria surgen no solo para complementar la economía patagónica, sino que allí confluyen los tres gasoductos troncales provenientes de los principales yacimientos gasíferos de la Patagonia. Otros factores que complementaron la idea inicial fueron la posibilidad de extraer cloruro de sodio por la presencia de salinas, el importante nodo de red vial y ferroviaria, la variada oferta educativa y la disponibilidad de mano de obra calificada. La gran infraestructura portuaria de importante calado, con muelles para operar todo tipo de buques y mercaderías, fue otro de los factores determinantes.

3.2. Evolución histórica del área bajo análisis

Argentina no estuvo ajena a las grandes fluctuaciones económicas globales, a partir de 1880 con el auge del proceso agroexportador, se produjeron grandes reestructuraciones en torno a la explotación de la tierra y al capital extranjero. Este último trajo inversiones y la instalación de ferrocarriles, frigoríficos y con ello la inmigración.

Luego con la crisis económica mundial de 1930, se produjo el reordenamiento de las relaciones económicas internacionales, el tradicional modelo agroexportador comienza a dar signos de agotamiento. Por ello, el Estado argentino favorece el desarrollo de un proceso de industrialización limitado a sustituir algunos bienes industriales, lo que originó la expansión de la industria nacional y el surgimiento de una nueva clase obrera.

En este contexto, Bahía Blanca como punto de conectividad con el sur del país y por su importante puerto como centro de exportación, recibió inversiones extranjeras que se tradujeron en grandes instalaciones en el sector portuario (Unión Industrial de Bahía Blanca, s/f). En un comienzo, es la compañía Dow Chemical quien señala a la ciudad como potencial territorio de instalación por su marcado perfil comercial. Fue así que a fines de la década de 1960 la empresa estadounidense anunció oficialmente un proyecto con la intención de emplazar un nuevo complejo de sistemas productivos. Sin embargo, "...a pesar de haber recibido la autorización para iniciar la construcción en 1969 mediante el decreto 6908, se retiró de la iniciativa y no la llevó a cabo" (Odisio, 2008: 6).

El inicio del desarrollo del Polo Petroquímico de Bahía Blanca se produce, luego de atravesar diferentes dificultades para la instalación del complejo productivo, cuando el Estado Nacional lo concreta en la década de 1970. En 1971 la empresa Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF), la Dirección General de Fabricaciones Militares (DGFM) y Gas del Estado (GE) conforman la planta madre de Petroquímica Bahía Blanca (PBB). PBB utiliza el etano como materia prima abastecida por GE y a partir de ella se nuclean el resto de las empresas como una cadena concentrada de producción. Es así que comienza la producción de etileno y propileno que luego serán utilizados por el resto de las plantas como insumos para fabricar polietileno de alta y baja densidad, cloruro y policloruro de vinilo, entre otros.

En su entorno se crean otras plantas, en 1981 se instala Polisur SM y luego de cinco años surge Induclor SM, Petropol SM y Monómeros Vinílicos SA, todas de origen estadounidense e Indupa SA de origen nacional.

En 1995 se produce la privatización del complejo lo que trajo aparejado nuevos proyectos y ampliación en la capacidad de producción. Años más tarde, en el 2001 llega la firma Profertil SA, planta de urea y fertilizantes y MEGA (compuesta por YPF, DOW Argentina y Petrobras), fraccionadora de gases licuados. La última industria que se instaló en Bahía Blanca fue Louis DREYFUS Commodities (LDC) en el año 2014, empresa exportadora de productos agrícolas.

En este sentido Diez (2013) sostiene que:

“En la historia del complejo, pueden reconocerse tres grandes etapas que marcan su desempeño: i) la década de los ‘80: período de nacimiento y despegue del sector; ii) la década de los ‘90: etapa de privatización del complejo; iii) la etapa actual de expansión y consolidación del perfil productivo” (Diez, 2013: 100).

Estas etapas atravesadas por el complejo productivo a lo largo de la historia permitieron conformar el mayor Polo Petroquímico a nivel nacional, el cual resulta estratégico para el desarrollo productivo y consolida el sector como uno de los pilares tecnológicos y económicos del país. A todo este conglomerado industrial se le suma el Parque Industrial que ofrece servicios de apoyo logístico y administrativo complementando el sector.

3.3. Origen e importancia del puerto y la localidad de Ingeniero White

El desarrollo y progreso de esta localidad se da a fines del siglo XIX, con la llegada de inmigrantes, mayoritariamente europeos, que se instalaron en el incipiente pueblo y el puerto. Es por ello, que el mayor porcentaje de la población se dedicó a la pesca, carga y descarga de buques y a la actividad ferroviaria.

El 26 de septiembre de 1885 nace la localidad El Puerto con la llegada del Ferrocarril Sud (capitales británicos), donde se habilitó el primer muelle de hierro origen del actual puerto de Ingeniero White. Es el único puerto argentino de aguas profundas y fue modificando su perfil a través de continuas expansiones y diversificando sus actividades.

El pueblo surgió espontáneamente a la vera de las vías y para evitar la expansión desordenada se diseñó el plano de la localidad. El mismo estuvo a cargo del ingeniero Guillermo White con el nombre de Nueva Liverpool (1886), de manera que el desarrollo del pueblo quedó definido por el vínculo del conjunto ferroviario y el núcleo poblacional. La ciudad progresaba a pasos agigantados por la gran cantidad de exportaciones y por los movimientos internos de los muelles, lo que significó la ejecución de nuevas instalaciones, posibilitando mayor movimiento portuario. Es decir, que tuvo dos grandes ejes organizadores del espacio: primeramente, el puerto y luego el ferrocarril, el cual conformó un nuevo asentamiento permitiendo congregarse a su alrededor de los obreros y estar en relación directa con la llegada de provisiones y mantener la cercanía a su fuente de trabajo. Puede decirse que el puerto le dio al pueblo su razón de ser, pero el ferrocarril contribuyó a su fisonomía urbana (Consortio de Gestión del Puerto de Bahía Blanca, s/f).

A principios de la década de 1900 se realizaron nuevas obras en el puerto permitiendo conformar su núcleo inicial. Durante esta década el área portuaria siguió creciendo exponencialmente, en manos de empresas privadas.

En la década de 1940, a raíz del fin del modelo agroexportador, se nacionalizan la infraestructura portuaria y los ferrocarriles. Sin embargo, los vaivenes políticos y económicos del país impidieron sostener a lo largo del tiempo el desarrollo de los puertos nacionales.

Es así que, en 1956, el Estado crea la Administración General de Puertos poniendo bajo su responsabilidad la explotación y administración del sistema portuario nacional. Gracias a ello, en la década de 1960 se produjo un trascendental desarrollo portuario. Aun así, se necesitó un régimen legal que le diera estabilidad política, es por ello que en el año 1992 se dictó la Ley Nacional de Actividades Portuarias, la cual se complementó con la creación del Consorcio de Gestión del Puerto de Bahía Blanca.

A raíz de los avances en la legislación de la zona portuaria, se constituye a fines de 1993 el Puerto Autónomo de Bahía Blanca, primero en el país. A partir de entonces, comenzó un proceso de territorialización y una reorganización geográfica de la costa conformando un subsistema territorial, dotándolo de infraestructura y servicios (La Nueva Provincia, 2009).

En el año 1995 se aprobó el “Plan Director del Puerto” el cual permitió...

“expandir las tierras; la continuidad de la capacitación a trabajadores, empleados y terceros; la detección de posibles ejes de expansión; el crecimiento armónico y ordenado, la mejora de las vías de comunicación; el incremento de cargas generales, convencionales y contenedores; y un proyecto de zonificación del área portuaria. Otras ventajas llegaron con las políticas de promoción a la radicación de industrias, establecidas para la provincia de Buenos Aires por la ley N° 10547 y reglamentada por el decreto 1904/90; y en el nivel municipal por la Ordenanza 7454 de 1993, que otorga exenciones impositivas y otros beneficios” (Consorcio de Gestión del Puerto de Bahía Blanca, año: s/f).

Por su parte Zingoni (2011), en el diario “La Nueva” destacó la ubicación estratégica del puerto para el desarrollo de la región y la ciudad. Además, sostuvo que:

“Ingeniero White ha adquirido un lugar privilegiado en importancia por la vinculación de Bahía Blanca con los mercados externos y hoy es la puerta natural de salida de los bienes agropecuarios de toda la región. La existencia del puerto motivó, además a la radicación de industrias en la zona, conformando uno de los polos petroquímicos más importantes de la Argentina. Es en este contexto, que Ingeniero White es una localidad clave para el desarrollo potencial de la región" (Zingoni, 2011:2).

Próximo al área portuaria se encuentra el Polo Petroquímico conformado por un conjunto de empresas pertenecientes a diversos sectores denominados *clusters*. Ubicados en una zona geográfica delimitada e interrelacionada con núcleos dinámicos del sector industrial, formando una cadena productiva integrada. Estos son un modelo de gestión de agrupamientos industriales que, por su disposición, potencian las economías regionales, incrementan su poder de negociación y fomentan la interacción entre actores (Cincunegui, 2010)

El área está compuesta por tres tipos de industrias: la petrolera, la petroquímica y la química. Las firmas más importantes que lo integran son Dow Argentina, Compañía Mega, Profertil SA y Unípar (Figura 2).

Figura 2

Principales firmas que integran el Polo Petroquímico



Fuente: Fazi S., sobre la base de Google Maps, 2017.

El Centro Regional de Estudios Económicos de Bahía Blanca (CREEBBA) realiza análisis regulares del sector y destaca el significativo aporte que realiza el Polo Petroquímico a la economía de Bahía Blanca y la región. Es el sector que más contribuye al Producto Bruto Interno (25%). El mismo informe afirma que el periodo 1998-2002 fue el de mayor auge, años en los cuales se duplicó la capacidad productiva del complejo a raíz de la gran inversión de las empresas MEGA y Profertil SA (CREEBBA, 2016).

En conclusión, el complejo petroquímico aporta significativos ingresos a la economía de Bahía Blanca en relación con la demanda de servicios complementarios a la actividad industrial que dinamizan el desarrollo regional con fuerte impacto en el empleo directo e indirecto (Unión Industrial Bahía Blanca, 2017).

3.4. Responsabilidad Social Empresarial en las industrias del Polo Petroquímico

Las industrias del Polo Petroquímico están asociadas al Departamento de Responsabilidad Social Empresaria de la Unión Industrial Bahía Blanca (UIBB). La UIBB es un...

“ámbito para fomentar las buenas prácticas de RSE a través de la participación en acciones y programas destinados a fomentar el desarrollo social y la industria socialmente responsable. A través de la creación de alianzas y programas de cooperación con la sociedad civil se apunta a transformar el entorno social, apostando a una sociedad más inclusiva, equitativa y sustentable” (UIBB, s/f)

Las industrias realizan acciones que buscan mejorar la calidad de vida de las comunidades cercanas y contribuyan a su desarrollo sustentable. La posibilidad de llevar a cabo estas acciones de RSE genera un importante beneficio y valor añadido que mejora la imagen de las empresas, valorizando las actividades que realizan. Las acciones que efectúan con respecto a la comunidad les permiten un mayor acercamiento, conocer sus problemas, dudas y conflictos.

Las acciones referidas a RSE se pueden agrupar en tres ejes:

- Educación y capacitación: programas específicos, ciclos culturales, talleres y visitas a planta. Ejemplos de estas acciones son: concursos, certificaciones de capacitaciones laborales, padrinazgo en escuelas, bibliotecas y/o jardines
- Medio ambiente, seguridad y salud: cuentan con diferentes certificaciones y permisos que permiten trabajar los materiales de manera eficiente y eficaz para minimizar el impacto ambiental y tener condiciones de trabajo seguras. Ejemplo de estas acciones son contribuir con hospitales e implementar programas de separación de residuos.
- Comunicación y difusión de la actividad industrial a través de diferentes canales de comunicación: promoción en programas televisivos, radios, páginas institucionales, redes sociales, entre otros.

CAPÍTULO IV

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Y

ANÁLISIS DE RESULTADOS

4. Características del mercado y análisis de la Oferta

En este capítulo se realiza un análisis de la oferta mediante un relevamiento de las industrias, sus procesos productivos, el grado de compromiso y participación de las mismas mediante entrevistas a informantes clave. Por otro lado, se analiza la demanda del sector a través de entrevistas y encuestas para obtener el perfil del visitante actual y potencial.

4.1. Análisis de la oferta

Para conocer las características del mercado se investiga el grado de compromiso y participación de las industrias del Polo Petroquímico con respecto a la Política de Puertas Abiertas (PPA) como una de las aristas de la Responsabilidad Social Empresarial. Para ello, se realiza un relevamiento a través de trabajo de campo por medio de entrevistas a informantes clave complementado con información obtenida de sitios web, tales como páginas institucionales y artículos periodísticos online.

4.1.1. Relevamiento de industrias en relación con la Política de Puertas Abiertas

El área relevada corresponde al Polo Petroquímico, uno de los más importantes del país, dado que cuenta con complejos procesos productivos, los cuales despierta interés e incentivan a su visita. Su puesta en valor es una alternativa para diversificar la oferta turística actual de la ciudad.

A fin de conocer las empresas que tienen PPA y que realizan acciones de RSE se realiza un relevamiento en el Polo Petroquímico indagando a cerca de: su origen, los productos que elaboran y comercializan, como así también las acciones que realizan respecto a la RSE (política de puertas abiertas, medio ambiente/sustentabilidad y cultural/ formación) (Tabla I).

Tabla I

Características de las empresas que conforman el Polo Petroquímico

<i>Empresa</i>	<i>Origen</i>	<i>Proceso productivo/ Productos</i>	<i>Acciones con respecto a RSE</i>		
			<i>Política de Puertas Abiertas</i>	<i>Medio Ambiente/Sustentabilidad</i>	<i>Cultural/ Formación</i>
<i>DREYFUS</i>	Empresa francesa, ubicada en un predio de 20 ha., sobre la margen norte del estuario. Opera en Bahía Blanca desde 2008.	Procesa y comercializa soja, maíz, trigo, girasol, sorgo, aceite crudo de soja, harina, soja, biodiesel, algodón, leche, arroz y fertilizantes.	-No aplican estas políticas.	-Posee licencias ambientales aprobadas. -Autoevaluación de impacto. -Medidas de monitoreo y gestión. -Manejo de desechos. -Aval de la Norma de Combustibles Bajos en Carbono del Estado de California (LCFS). -Compromiso con la sostenibilidad a través de la firma el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.	- “Graduate Program”. -Programa Futuros Egresados. -Programas para ayudar a niños con capacidades diferentes. -Colaboración en la construcción de viviendas destinadas a familias carenciadas.
<i>CARGILL</i>	Empresa estadounidense. Opera en Bahía Blanca desde 1993.	Elabora aceites y malta cervecera. También se dedica al embarque de granos de soja y girasol.	-No aplican estas políticas.	- Posee normativas de nutrición y seguridad alimentaria con el objetivo de brindar a los productores herramientas necesarias para incrementar la productividad y satisfacer la demanda de alimentos del mañana. - Políticas y plan de acción para la protección de bosques, fomento de una agricultura sostenible, disminución de impacto ambiental, conservación y mejoramiento del recurso agua.	-Capacitación para productores agrícolas. -Programas de pasantías y capacitación para estudiantes. -Proyectos comunitarios. -Apoyo a entidades sin fines de lucro y organismos no gubernamentales. -Voluntariados de Cargill: la empresa incentiva a sus empleados a ofrecer tiempo y conocimientos de forma voluntaria para mejorar la nutrición, aumentar las oportunidades educativas y proteger los recursos naturales.
<i>BUNGE</i>	Empresa estadounidense que opera en el país desde 1884.	Almacena y comercializa a productores agropecuarios fertilizantes y granos. Industrializa oleaginosas y produce harinas y aceites vegetales,	-No aplican estas políticas.	-Programa Árboles Nativos. -Programa de Reciclado de Aceites Vegetales.	-Programa Produciendo Talentos. -Educación rural: Programa Sembrador. -Programa de Inclusión Laboral. -Gestiona diferentes programas locales reeducando para mejorar la alimentación.

		destinados principalmente al mercado externo. Particularmente en Bahía Blanca posee una terminal donde se embarcan distintos cereales.			
ADM AGRO, Ex Toepfer	Empresa alemana y estadounidense, ubicada en el muelle de Ing. White. En el año 2014 ADM Agro compró las acciones a Toepfer.	Dedicada al comercio de granos.	S/D	S/D	S/D
PROFERTIL S. A	Empresa canadiense-argentina instalada en el 2001. La planta está ubicada en un predio de 64 has. de extensión.	Produce y comercializa amoníaco y urea granulada.	-Implementa visitas a plantas desde el 2001.	-Cuenta con el aval de normas y certificaciones para la protección del medio ambiente. -Posee sistemas integrados de gestión.	- Hasta el año 2017 funcionaron los programas de AIQBB (educación y salud, comunicación, calidad de vida e impacto social). -Programas de pasantías y capacitación para estudiantes. -Programa de reconocimiento al empleado. -Programas de buen trabajo. -Programas de huertas. -Círculos culturales. -Talleres de arte. -Voluntariado corporativo. -Programa creciendo en comunidad.
DOW ARGENTINA	Empresa estadounidense, ocupa una superficie de 120 has. en el puerto de Ingeniero White, opera desde 1995.	Produce polietileno de baja densidad (LDPE), alta densidad (HDPE) y lineales (LLDPE y EPE).	-Implementa visitas a planta desde 1996.	-Proyectos y redes de sustentabilidad a través de metas y objetivos para: valorar la naturaleza, liberar el potencial de las personas y la ciencia, construir alianzas transformadoras (transición hacia una sociedad sostenible). -Compromiso vinculado a la	- Hasta el año 2017 funcionaron los programas de AIQBB (educación y salud, comunicación, calidad de vida e impacto social). -Programas de pasantías y capacitación para estudiantes. -Iniciativas WIN (política de diversidad e igualdad de oportunidades)

				<p>reducción de impacto ambiental de sus operaciones y uso eficiente de los recursos.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Certificaciones ambientales. -Programa ejecutivo para el desarrollo sostenible de empresas familiares. -Miembros de ECOPLAS: Programa "Polietileno Reciclable - La Manito. 	<p>-Iniciativas DEN (reclutamiento y desarrollo de los mejores talentos. Inserción de personas con discapacidad, proporcionando oportunidades laborales, a través de proyectos de inclusión).</p> <p>-Capacitación en planta "Escuelas de polietileno" (entrenamiento exclusivo para clientes).</p>
COMPAÑIA MEGA	Sociedad integrada por YPF (38%), Petrobras (34%) y DOW (28%), opera desde principios del año 2001.	Produce etano, propano, butano y gasolina.	-Implementa visitas a planta según demanda.	<ul style="list-style-type: none"> - Políticas y acciones de desarrollo ecoeficiente. -Implementa sistemas de gestión ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> -Programas de becas "ayudando a crecer". -Programas de pasantías para estudiantes de la Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca y la Universidad Nacional del Comahue, Neuquén. - Programas AIQBB (Educación y Salud, comunicación, calidad de vida, impacto social), la cual funcionó hasta diciembre de 2017. -Participación en instituciones (vínculo con otros organismos). -Programa UNISOL (fines solidarios).
UNIPAR (Ex Solvay Indupa)	Opera desde 1986. En el año 2016 pasa a integrar el grupo brasilero denominado Unipar Carbocloro, que en Argentina se denomina Unipar. La planta está ubicada en un predio de 101 ha. de extensión en el Polo petroquímico de Bahía Blanca.	Sus principales productos son PVC (Policloruro de Vinilo), soda caustica, cloro e hipoclorito de sodio.	-Implementa visitas a planta desde el año 2002.	<ul style="list-style-type: none"> -Certificaciones y permisos para trabajar materiales de manera eficiente y eficaz. -Desarrolla acciones para minimizar el impacto ambiental -Normas ISO. - Adhesión al Programa Cuidado Responsable de la Industria Química. - Programas de Separación de Residuos. -Proyecto "Plantando árboles" - Participación Proceso APELL 	<ul style="list-style-type: none"> - Hasta el año 2017 funcionaron los programas de AIQBB (educación y salud, comunicación, calidad de vida e impacto social). -Programas con instituciones educativas (padrinazgos, pasantías, dictado de cursos, donaciones). -Programas de buen trabajo. -Certificación de aptitud laboral "Superate" (su objetivo es alcanzar certificaciones de calidad y especialización).

Fuente: Fazi, S., 2018, sobre la base de entrevistas y consulta de páginas web institucionales.

Teniendo los resultados obtenidos (tabla I), se decide centrar el estudio en las empresas Profertil S.A, MEGA, Unipar y Dow Argentina (Figura 3) las cuales evidencian experiencia e interés en realizar acciones para llevar adelante la RSE y Política de Puertas Abiertas. Se destaca la preocupación de estas empresas por el cuidado del medio ambiente, que se manifiesta en proyectos de sustentabilidad y compromiso social a través de programas enfocados a formar jóvenes mediante talleres, capacitaciones, padrinazgos en diferentes instituciones, entre otros. Sin embargo, las actividades y sobre todo la promoción relacionada a la Política de Puertas Abiertas son menores. Por ello, la presente investigación propone fortalecer la comunicación entre la industria y la población local a través del Turismo Industrial.

Desde el 2001 hasta diciembre de 2017, se encontraba en la ciudad la Asociación Industrial Química Bahía Blanca (AIQBB), creada como resultado de los conflictos surgidos en la relación industria-sociedad a partir de la ampliación y construcción de nuevas plantas. Su objetivo era promover y fortalecer la integración de la industria con la comunidad y contribuir a la mejora de la calidad de vida de la sociedad. Trabajaban para establecer canales de comunicación fluidos y constantes con los distintos grupos de interés con los que la industria se relaciona, como así también acciones conjuntas con respecto a la Responsabilidad Social. Realizaban acciones y programas que se agrupaban en tres ejes: educación y capacitación, concientización y profundización del compromiso de la comunidad con aspectos fundamentales de la vida cotidiana, así como la difusión de la actividad industrial petroquímica a través de distintos canales de comunicación con el fin de acercarla y hacerla familiar a la comunidad. La asociación nucleaba a Compañía Mega, Dow Argentina, Indupa y Profertil SA. (Castro G., Coordinadora de relaciones con la comunidad de AIQBB, 2017).

Figura 3

Localización de las empresas seleccionadas



Fuente: AIQBB, 2004.

4.1.2. Procesos productivos de las empresas seleccionadas

A continuación, se realiza una breve descripción de los procesos productivos que llevan a cabo las empresas seleccionadas, los cuales resultan atractivos para la implementación de la Política de Puertas Abiertas.

❖ PROFERTIL S.A:

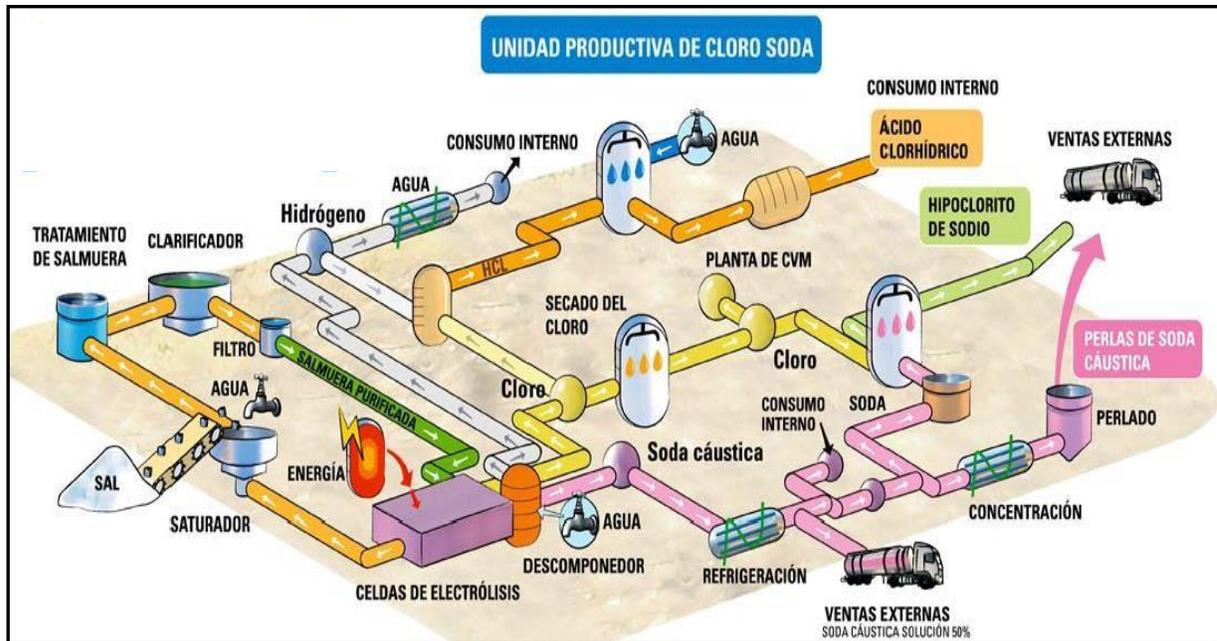
La empresa Profertil (Figura 4) está integrada por dos plantas que producen amoníaco y urea granulada para su posterior comercialización. El proceso comienza con el reformado en la planta de amoníaco del gas natural proveniente de un gasoducto externo y de vapor de agua generado en una caldera. En una primera etapa el gas natural y el vapor pasan por un equipo denominado horno de reformado (o reformador primario) donde las moléculas de gas (CH_4) y agua (H_2O) son disociados dejando libre los carbonos, hidrógeno y oxígeno. En una segunda etapa, a este producto se le inyecta aire a presión con la finalidad de aportar más oxígeno y nitrógeno. A partir de aquí la corriente de gas es denominada gas de síntesis y está compuesta de carbonos/hidrógeno/oxígeno y nitrógeno. En etapas subsiguientes es modificado para convertirse en dióxido de carbono (CO_2), hidrogeno, monóxido de carbono y otros gases que luego atraviesan columnas de remoción de dióxido de carbono para separar el CO_2 del resto de los gases que se derivan a un reactor donde se combina el hidrógeno y nitrógeno formando el amoníaco (NH_3).

El 89% de este producto es utilizado para la elaboración de urea y solo el 11% se destina a almacenaje y ventas. El NH_3 y el CO_2 se trasladan a la planta de producción de urea para ser inyectados en un reactor de síntesis, donde son convertidos a urea líquida para ser enviada luego a los granuladores donde finalmente se convierte en granos sólidos (de 2 a 4 mm de diámetro).

La urea granulada es enviada a los silos donde se almacenan para su posterior distribución. Dicho proceso podrá verse ilustrado en la Figura 4. Las etapas 1, 2, 3 y 4 son los procesos pertenecientes a la planta productora de amoníaco, mientras que las etapas 5, 6, 7 y 8 corresponden a la planta de urea granulada.

Figura 5

Unidad productiva de soda cáustica

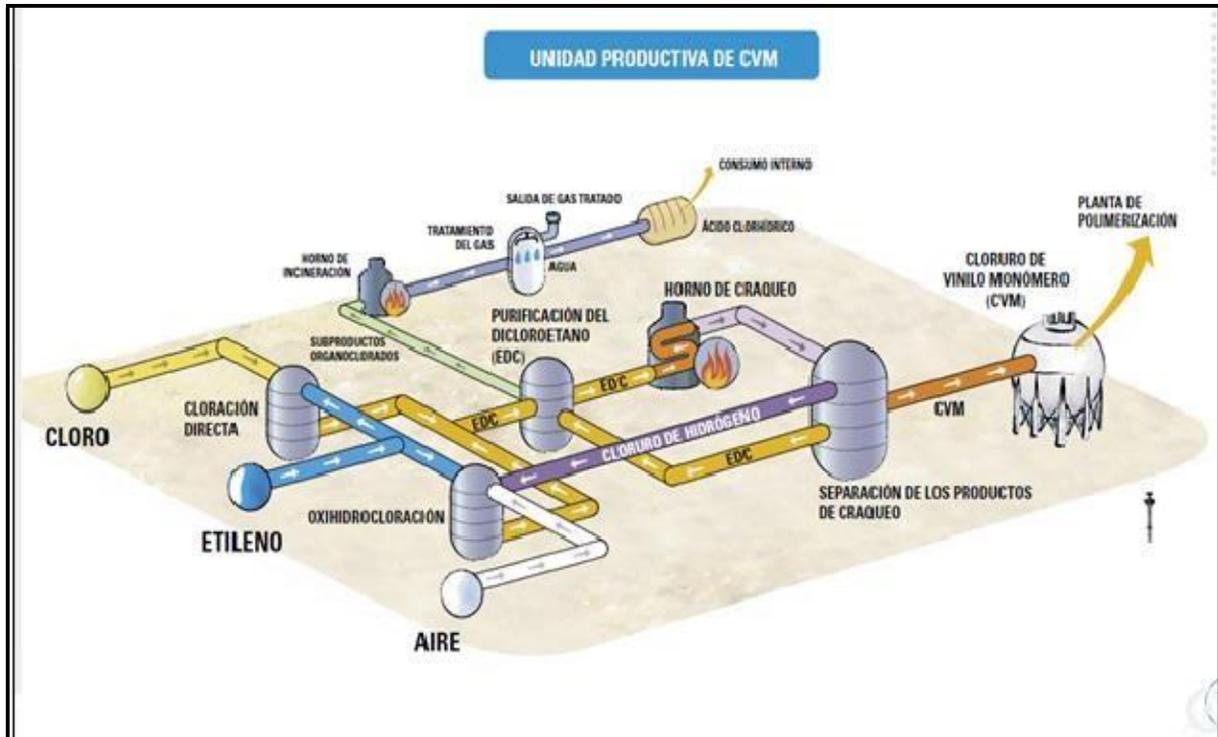


Fuente: AIQBB, 2004.

El cloro obtenido anteriormente reacciona con el etileno proveniente de DOW Argentina (Ex PBB Polisur) para producir dicloroetano (EDC) el cual es sometido a procesos de craqueo térmico para generar CVM. Una vez generado, es purificado y secado para almacenarlo en esferas como un gas licuado (Figura 6).

Figura 6

Unidad productiva de cloruro de vinilo monómero

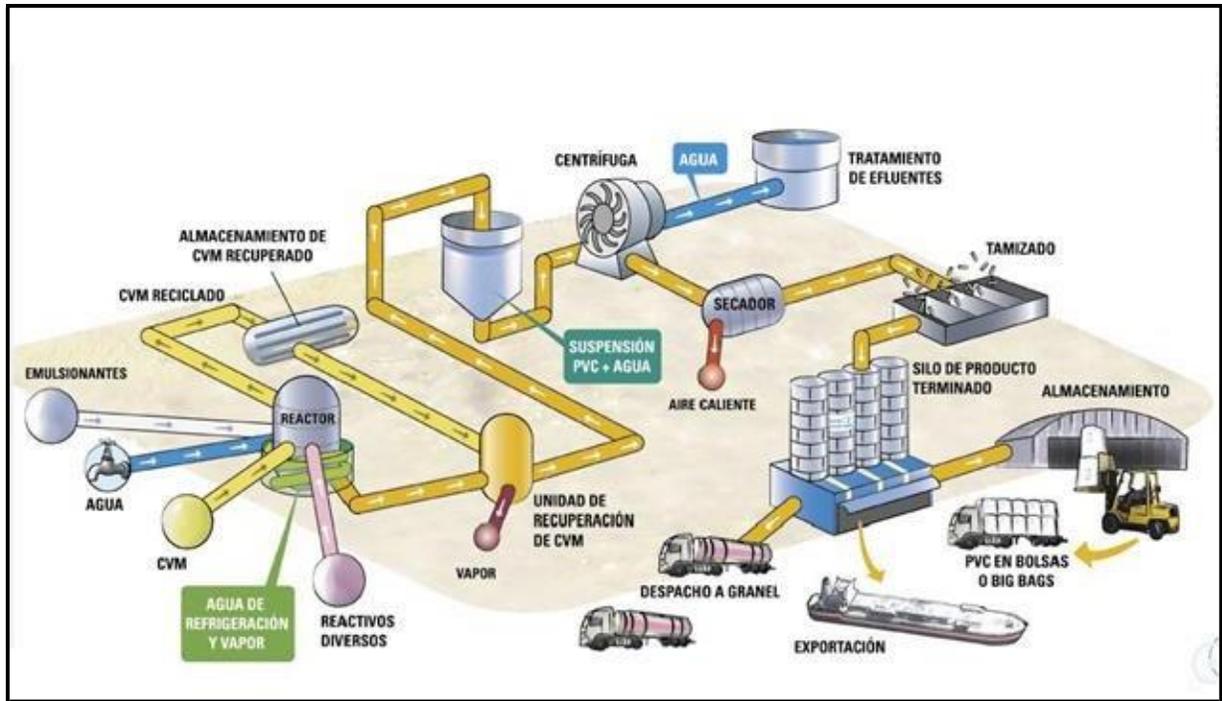


Fuente: AIQBB, 2004.

La última fase del proceso productivo se lleva a cabo en la tercera unidad, que es la productora de PVC. Allí el CVM es cargado en reactores junto con agua, coloides e iniciadores, los mismos se mezclan y calientan hasta alcanzar la temperatura adecuada para la reacción de los componentes. Luego se obtiene una solución acuosa de PVC, mediante un proceso llamado polimerización. Dicha solución es secada con aire a 140°C para obtener el producto final que luego será almacenado para su despacho (Figura 7).

Figura 7

Unidad productiva de Policloruro de vinilo (PVC)



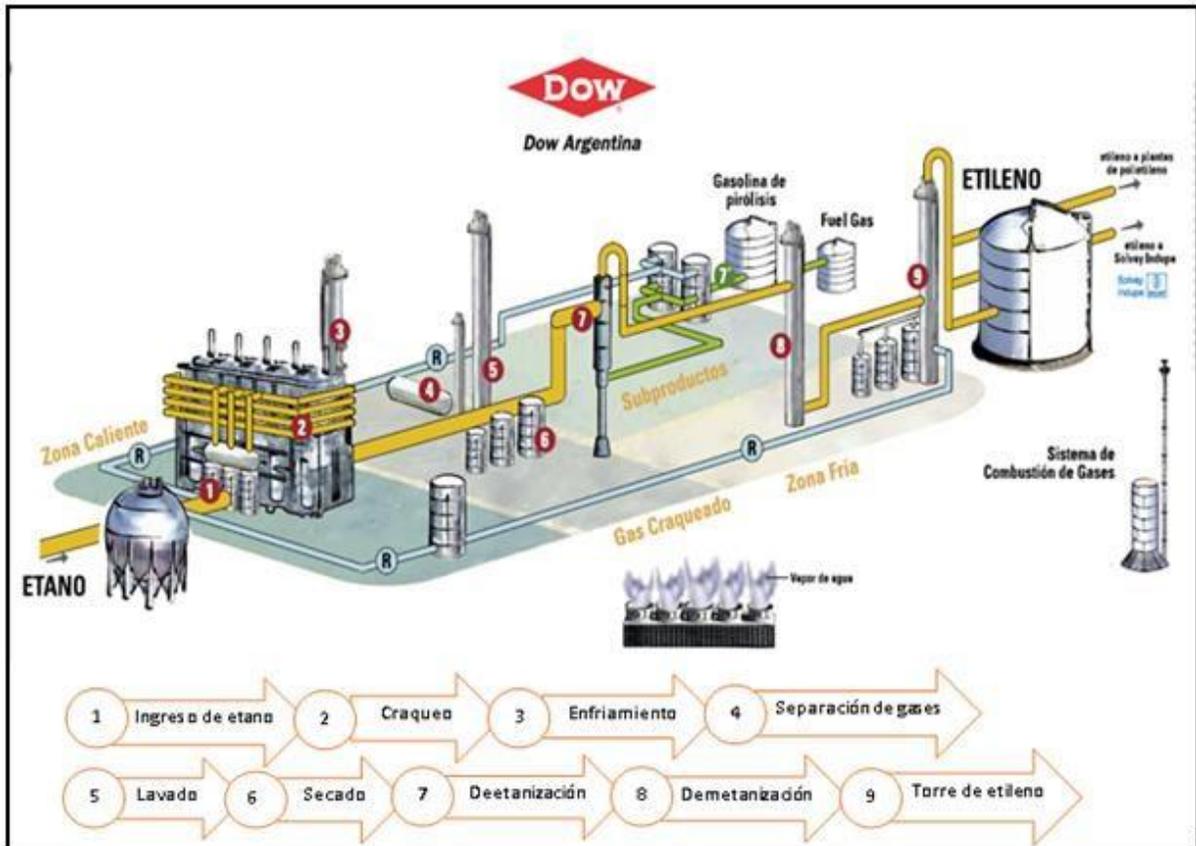
Fuente: AIQBB, 2004.

❖ DOW ARGENTINA:

La empresa DOW controla el complejo productivo de PBB Polisur, la misma posee 4 plantas de polietileno y 2 plantas de etileno. El proceso productivo se lleva a cabo en dos etapas: la primera consiste en la elaboración de etileno y en la segunda se produce polietileno.

El proceso comienza con la elaboración de etileno (Figura 8). El gas necesario para su producción proviene de la planta Transportadora de Gas del Sur localizada en Gral. Cerri, que también lo suministra a los hornos de Austral y MEGA, luego se exponen a sistemas de craqueo, enfriamiento, separación de gases, lavado y secado, permitiendo separar y purificar el etileno. Mientras que el gas que no es convertido se recicla para su reutilización.

Figura 8

Primera fase: elaboración de etileno

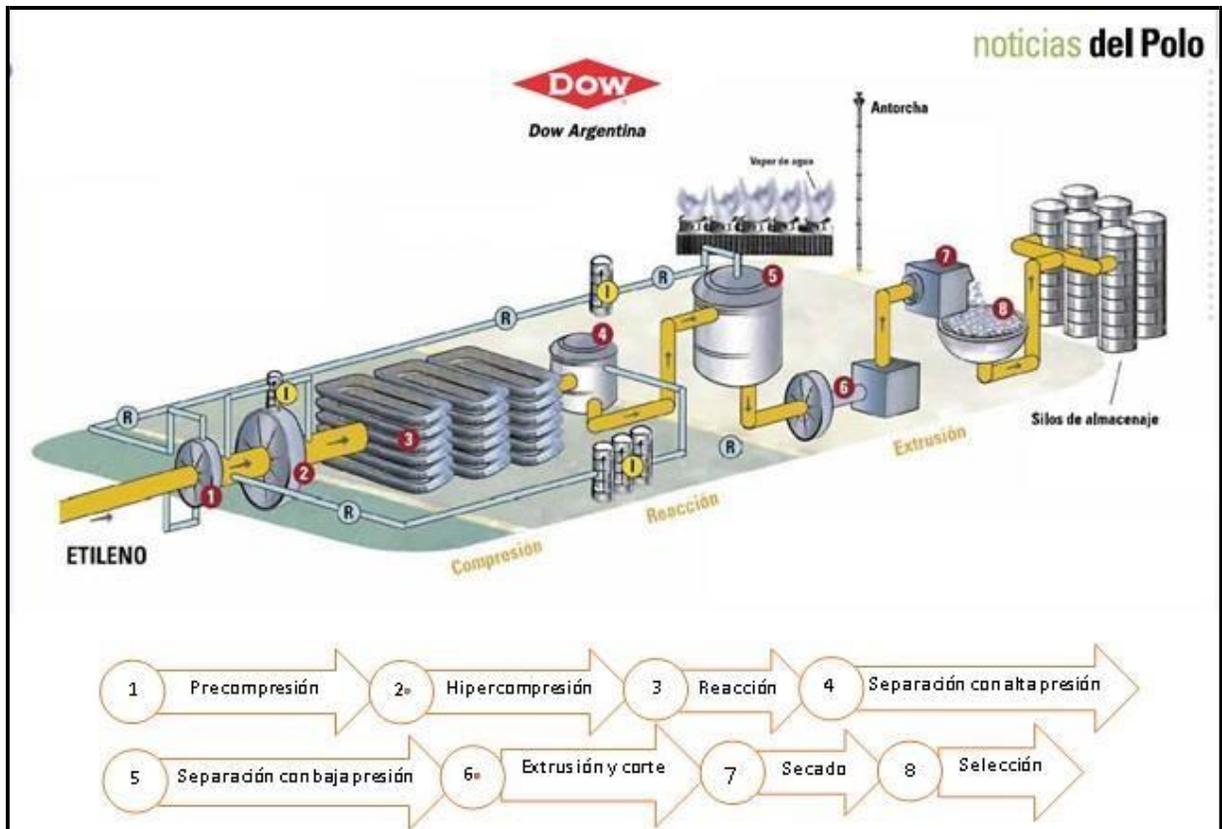
Fuente: Fazi S., 2019, sobre la base de Noticias del Polo, 2004.

En la siguiente fase (Figura 9), se llevan a cabo diferentes procesos para transformar el etileno en polietileno fundido mediante catalizadores. Estos gases comprimidos y el etileno no convertido son separados y el etileno vuelve a ingresar a procesos de hipercompresión atravesando intercambiadores que bajan la temperatura.

El polietileno pasa por una cortadora bajo agua donde se obtienen pequeñas porciones aglomeradas de aproximadamente 3 mm, los cuales son embolsados para su posterior distribución.

Figura 9

Segunda fase: elaboración de polietileno



Fuente: Fazi S., 2019, sobre la base de Noticias del Polo, 2004.

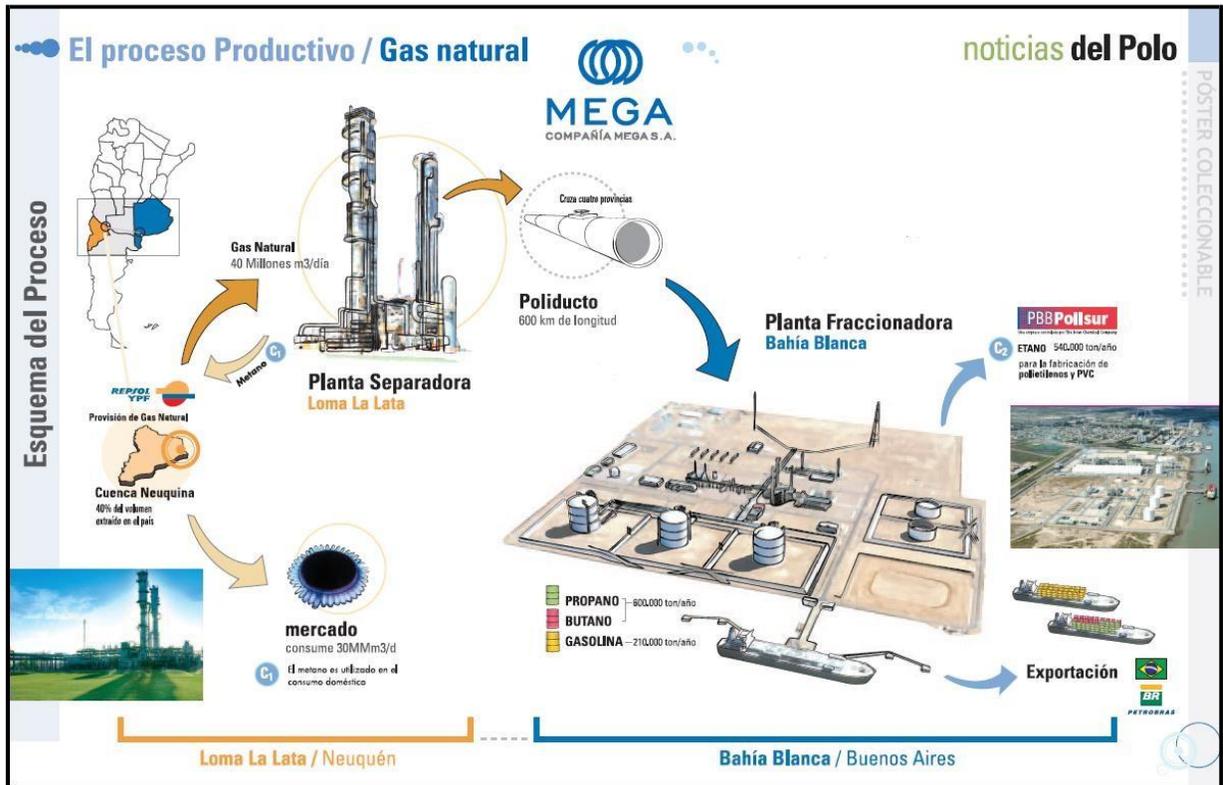
❖ COMPAÑÍA MEGA:

La compañía MEGA se encarga de agregar valor al gas natural proveniente de Loma de La Lata en Neuquén, al fraccionarlo y separarlo mediante procesos de destilación, del cual se obtiene etano, butano, gasolina y propano (Figura 10).

El butano, propano (destinados al abastecimiento de los centros de consumo) y la gasolina natural (materia prima en la industria petroquímica para la producción de etileno, propileno y butadieno) se envía por vía marítima a Petrobras (Figura 11). El etano, por su parte, constituye la materia prima básica, a partir del cual se obtiene etileno para elaboración de polietilenos y PVC.

Figura 10

Proceso productivo de Compañía MEGA



Fuente: AIQBB, 2004.

Figura 11

Esquema de transporte de la materia prima desde la zona de extracción hasta su comercialización por vía marítima



Fuente: AIQBB, 2004.

Como se mencionó anteriormente, estas industrias por sus dimensiones y la magnitud de sus procesos productivos despiertan gran interés en la sociedad. Dicho interés se puede canalizar a través de las acciones de Política de Puertas Abiertas a fin de vincular el sector productivo con la comunidad. Es en este contexto donde se llevan a cabo las visitas guiadas.

4.1.3. Diagnóstico de la oferta: Grado de compromiso y participación de las industrias

El diagnóstico de la oferta se realizó a partir de cuatro entrevistas realizadas a informantes clave, ellas son: las coordinadoras de Relaciones con la Comunidad de Profertil y AIQBB, la responsable de comunicación en Argentina de Unipar, así como a las responsables de asuntos corporativos y responsable de visitas de DOW Argentina.

De las entrevistas se desprende que las industrias elegidas y abordadas en este trabajo, Profertil S.A, Dow Argentina y Unípar, cuentan con la infraestructura y el equipamiento necesario para llevar a cabo actividades recreativas en el sector, con personal capacitado y abocado exclusivamente para recibir visitantes.

Dentro de la cartera de proyectos de las empresas mencionadas, el relacionado a la presente investigación, son los programas de Política de Puertas Abiertas. Estas políticas, si bien, se encuentran dirigidas al público en general, la mayoría de sus visitantes en la actualidad son grupos integrados por alumnos de escuelas primarias, secundarias (tanto de la ciudad como de la región) y de las universidades. Otro segmento está representado por los centros de jubilados y sociedades de fomento.

Las entrevistadas manifestaron que, a través de las visitas, se genera un cambio positivo en la imagen del visitante con respecto a la industria, en particular en los niños se puede generar una imagen favorable a partir del conocimiento de las actividades que se realizan en las plantas. Además, las empresas apuestan al incremento del número de visitantes, así como el interés en la participación de la Dirección municipal de turismo en la oferta de circuitos que incluyan al Turismo Industrial como una nueva alternativa de turismo cultural en la ciudad.

A continuación, a partir del relevamiento y las entrevistas realizadas se detallan las actividades relacionadas con la Política de Puertas Abiertas de las empresas seleccionadas.

Profertil cuenta con un programa organizado para realizar las visitas a planta durante todo el año. Inició esta política en el año 2001 desde entonces ha recibido más 39.000 visitantes durante los últimos 17 años. La empresa lleva un registro del programa que permite caracterizar el perfil del visitante (Figura 12). Del registro se desprende que del total de visitas el 76% procede de la ciudad de Bahía Blanca (29.858 visitantes), de las zonas de influencia represen-

tan el 11 % (4.419 visitantes), mientras que los 4893 restantes proceden de otras localidades (Gancedo, G. Coordinadora de relaciones con la comunidad de Profertil SA, 2017).

Figura 12

Registro de visitas a planta en Profertil S.A



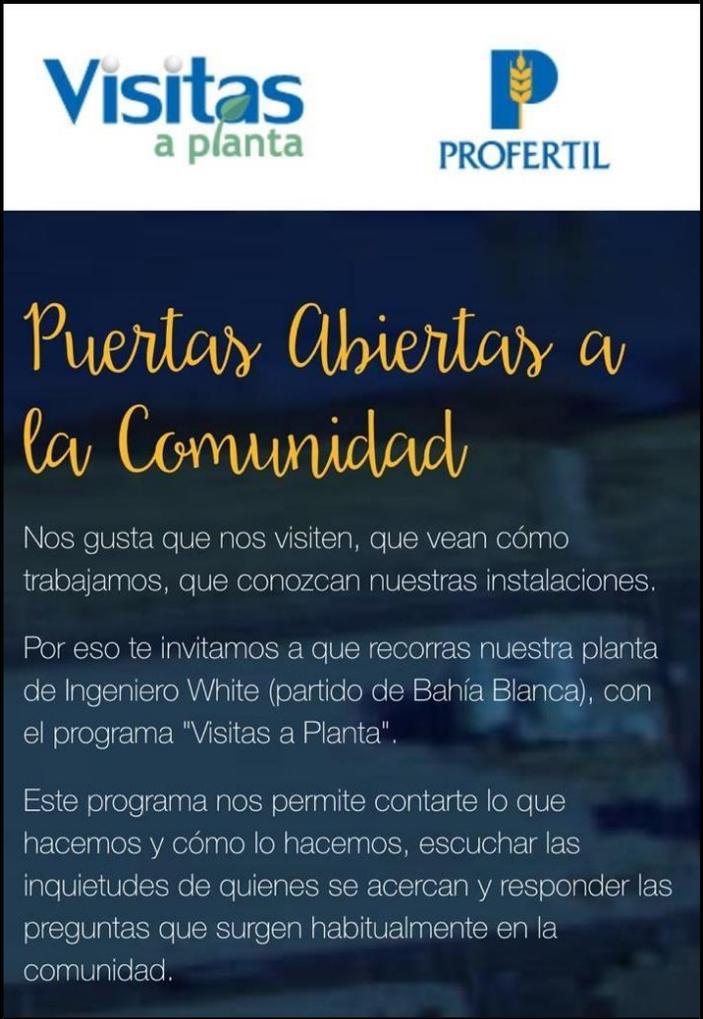
Fuente: Profertil Institucional, 2017.

La entrevistada, enfatiza que la gran cantidad de visitantes que realizaron las visitas da cuenta del éxito de la implementación del programa. Incluso, destaca el cambio en la imagen o preconcepción que tiene el ciudadano respecto a la industria, hacia un cambio positivo a raíz de la imagen percibida post visita.

La difusión de las visitas comenzó tanto a través de folletos como en espacios publicitarios televisivos. Actualmente, se realiza la promoción por medio de la página institucional (Figura 13) y Fan page en la red social Facebook (Figura 14), donde se anuncia el inicio de la temporada de visitas (marzo a diciembre). Además, posee una línea telefónica y un correo electrónico destinadas a la organización de visitas.

Figura 13

Promoción de visitas a planta institucional Profertil S.A



Visitas a planta

PROFERTIL

Puertas Abiertas a la Comunidad

Nos gusta que nos visiten, que vean cómo trabajamos, que conozcan nuestras instalaciones.

Por eso te invitamos a que recorras nuestra planta de Ingeniero White (partido de Bahía Blanca), con el programa "Visitas a Planta".

Este programa nos permite contarte lo que hacemos y cómo lo hacemos, escuchar las inquietudes de quienes se acercan y responder las preguntas que surgen habitualmente en la comunidad.

Fuente: Profertil Institucional, 2019.

Figura 14

Promoción de visitas a planta vía Fan Page Profertil S.A



Fuente: Profertil Fan Page, 2019.

Las visitas constan de un recorrido en colectivo con capacidad para 39 personas cuya duración es de 120 minutos aproximadamente, dependiendo del interés del grupo. En el recorrido se presentan las instalaciones más importantes informando y explicando su función, qué producen, quienes son sus accionistas. Realizan paradas en puntos predeterminados tales como, el muelle y el sitio de urea granulada. Poseen numerosas normativas de protección y seguridad para el visitante.

Unipar si bien no cuenta con canales de difusión, durante el 2017 recibieron más de 700 alumnos de diferentes escuelas y universidades, tanto de la ciudad como de la región. Los mismos accedían llamando a la planta y a partir de allí se coordinaba la visita, es decir que se realizaban en función del interés de la demanda. Sin embargo, con la llegada de Unipar Brasil, se redefinieron los programas de visitas y a partir de julio de 2018 comenzó el programa “Fábrica abierta”, pudiendo visitarla los 365 días del año (Figura 15).

Figura 15

Promoción de visitas a planta “Fábrica abierta” Unipar



Fuente: Unipar institucional, 2019.

Este programa se difunde a través de campañas de prensa, y está destinada tanto a instituciones educativas como al público en general. Además, se comenzó a utilizar un sitio web específico para las visitas, con la información necesaria para los interesados. Son coordinadas por el área de comunicación y pueden acceder a ellas personas a partir de los 16 años sin problemas de movilidad. Las mismas son realizadas por ex empleados (jubilados de la empresa) con amplia experiencia acompañados por profesionales que actualmente trabajan y explican cuestiones técnicas.

El recorrido dura aproximadamente 3 horas con charlas informativas y un recorrido peatonal por la planta con grupos de hasta 30 personas. Los empleados y los visitantes están cubiertos por leyes y normativas vigentes para la protección y seguridad.

En el caso de **Dow Argentina**, las visitas comenzaron a realizarse en 1996 y continúan en la actualidad. Los objetivos son, por un lado, mostrar la transparencia de sus operaciones, el cuidado con el entorno y la seguridad con la que trabajan. Por otro, incentivar a los jóvenes a estudiar ciencias y concientizar sobre la importancia de aprender otras lenguas para el mundo laboral. Las visitas están a cargo de una persona idónea en turismo.

La difusión se realiza a través de e-mails, redes sociales e invitaciones personales (Figura 16). Además, los interesados pueden contactarse vía telefónica con la empresa y acordar una cita para el recorrido. Una vez pactada se procede a proveer toda la documentación necesaria a completar para el ingreso a planta.

Figura 16

Promoción de visitas a planta vía Fan Page DOW Argentina



Fuente: DOW Argentina, 2019.

Las visitas constan de tres etapas con una duración estimada de una hora y media y con un máximo de 32 personas, se realizan solo dos días a la semana por la mañana y la empresa se encarga del traslado de los visitantes desde su lugar de origen hasta la planta y viceversa. La visita inicia con un break de bienvenida donde se realiza una introducción de lo que verán durante el recorrido con un video y una presentación institucional.

En la segunda etapa comienza el recorrido por las calles internas del complejo, explicando procedimientos y teniendo la posibilidad de descender en determinados sectores. Por último, se entrega una encuesta anónima para poder expresar su experiencia y se les obsequia un presente.

Las mismas pueden realizarlas todos aquellos que deseen conocer la planta, sin embargo, están abocadas a escuelas primarias y secundarias locales. Actualmente la demanda está representada por trabajadores locales, estudiantes de escuelas primarias, secundarias y especiales, instituciones terciarias y universidades de Bahía Blanca y de otras ciudades. Se realizan de manera segura con todos los elementos de protección personal obligatorios para el acceso a planta. Además, cuenta con un área de servicio médico privado dentro de planta para cualquier eventualidad de los visitantes.

En los casos de Dreyfus y Cargill, según información brindada telefónicamente, no se realizan visitas guiadas. Cargill recibe solo estudiantes de carreras específicas relacionadas con la industria.

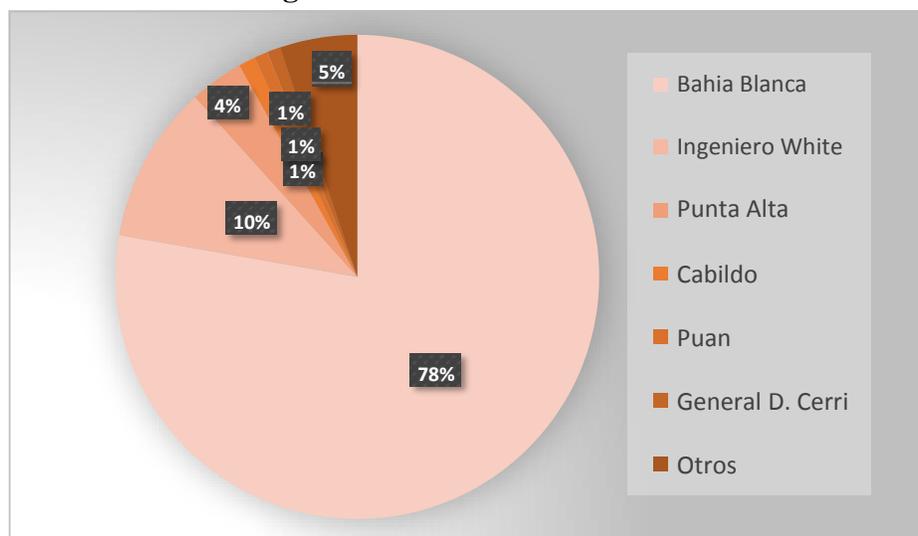
4.2. Análisis de la demanda

Con el objeto de caracterizar la demanda del sector, se realizaron 453 encuestas a través de internet, entre diciembre de 2017 y enero de 2018. También a través de entrevistas a informantes clave a las diferentes industrias analizadas, quienes aportaron datos de la demanda que permitió caracterizar el perfil del visitante actual.

La encuesta comienza con preguntas relacionadas con la edad y lugar de residencia. El 81% de los encuestados integra el grupo etario entre 19 y 60 años, el 9,5% entre 12 y 19 años y el 9 % más de 60 años.

La mayoría reside en la ciudad de Bahía Blanca (76 %), el 10 % en la localidad de Ingeniero White y el 4% en Punta Alta y el porcentaje restante vive en localidades cercanas como Cabildo, Púan, Carmen de Patagones, Algarrobo, entre otros (Figura 17).

Figura 17

Lugar de residencia de los encuestados

Fuente: Fazi S., 2018.

4.2.1. Análisis de la demanda actual

Los datos obtenidos de las entrevistas realizadas a los informantes clave de las industrias coinciden en que la demanda actual está integrada en su mayoría por estudiantes que cursan el nivel secundario, terciario y universitario, tanto de la ciudad de Bahía Blanca, como de la zona y algunas provincias del país. También son visitados por profesionales y trabajadores locales.

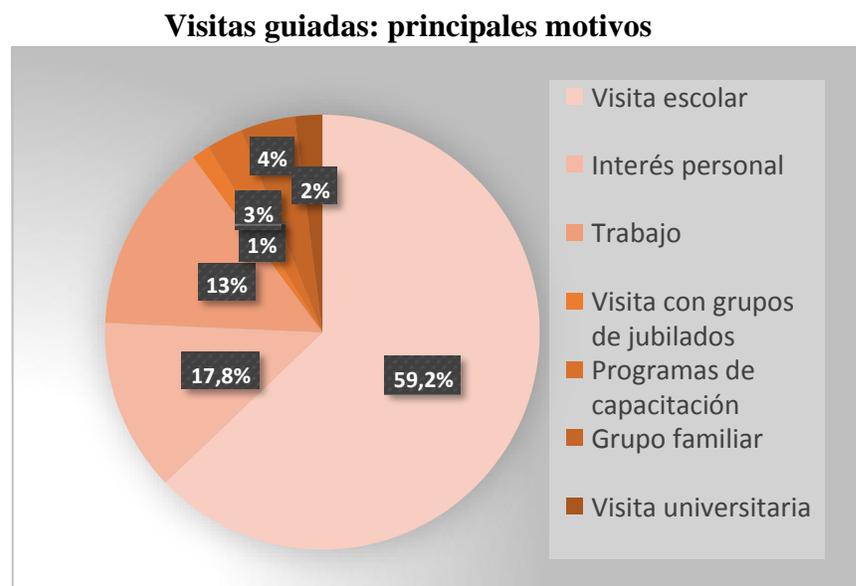
Del total de la muestra, el 68% afirmó conocer el Polo Petroquímico, y de este porcentaje, el 67% se acercó al lugar por curiosidad/recreación. El 60% conoce la Política de Puertas Abiertas, siendo este un dato relevante para la presente investigación.

El 51% de los encuestados realizó visitas guiadas, el motivo que prevaleció fue con fines educativos a través de las instituciones escolares de nivel primario y secundario (59%). El 18% visitó las instalaciones por motivación personal y en menor porcentaje a través de grupos de jubilados, por trabajo u otros (Figura 18). Con respecto a la pregunta que le resultó más interesante durante el recorrido, se destaca el proceso productivo en primer lugar y en segundo lugar las instalaciones de la planta (Figura 19 A). Profertil SA y Dow Argentina (55% y 18% respectivamente), son las más visitadas y atractivas para el desarrollo de esta actividad (Figura

19 B). El porcentaje alcanzado por estas empresas es el resultado de un gran esfuerzo por parte de las firmas para la realización de los programas de Política de Puertas Abiertas, que se han ido consolidando a lo largo del tiempo gracias a la aceptación y afluencia de público. El 27 % restante, está integrado por las industrias Cargill, Oleaginosa Moreno, TGS. Su bajo porcentaje se debe al escaso nivel de difusión y a la ausencia de programas de Puertas Abiertas.

En ellas se pueden apreciar de manera clara los diferentes procesos productivos, pudiendo estar en contacto con el ámbito laboral. Por otra parte, la sensibilidad medioambiental provoca en los visitantes interrogantes que son discernidos al momento en que éstos se interiorizan durante el recorrido y son informados acerca del proceder de las industrias con respecto al medio ambiente y el uso de los recursos. Finalmente, es importante destacar que el 80 % realizaría nuevamente una visita guiada y el 92 % la recomendaría a sus conocidos.

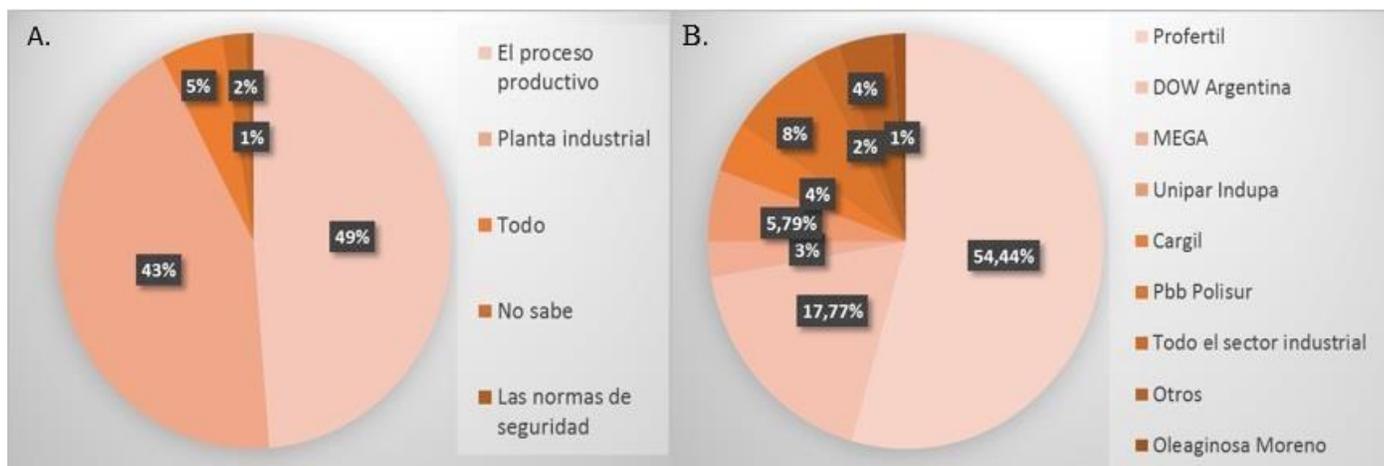
Figura 18



Fuente: Fazi S., 2018.

Figura 19

Atractivos de las industrias y empresas más visitadas



Fuente: Fazi S., 2018.

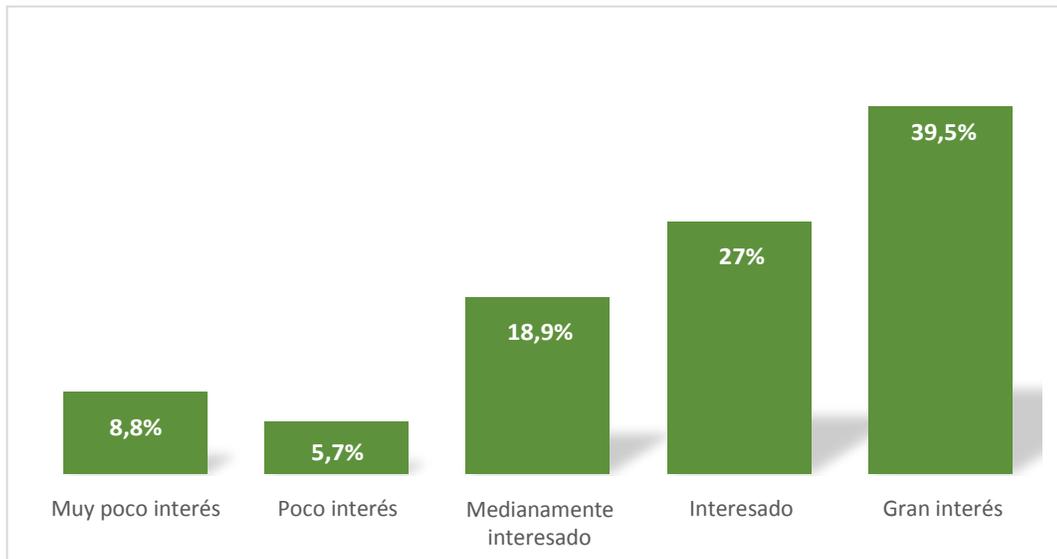
4.2.2 Análisis de la demanda potencial

La demanda potencial incluye tanto a las personas que no conocen el Polo Petroquímico de la ciudad (32 %), como aquellos que sí lo conocen, pero nunca realizaron una visita guiada (49 %). Para ello, se utilizó la escala de Likert para medir el grado de interés que genera una posible visita guiada. Además, se consultó sobre el conocimiento de la existencia de la PPA y cuál es la motivación por realizar una visita guiada.

Del total de encuestados, 146 manifestaron no conocer el Polo Petroquímico y el 85 % no conoce la Política de Puertas Abiertas. De ellos, el 39% reveló tener un gran interés por realizar una visita, el 27% se mostró interesado, el 19% se mostró medianamente interesado y el 15% restante posee muy poco o poco interés (Figura 20). Al igual que los resultados obtenidos por la demanda actual, en los visitantes potenciales el interés por visitarlas radica en conocer sus procesos productivos (63%) y luego las instalaciones de la planta (25 %) (Figura 21 A). Además, el 28 % preferiría conocer Profertil, seguido por Dow Argentina (18 %) (Figura 21 B).

Figura 20

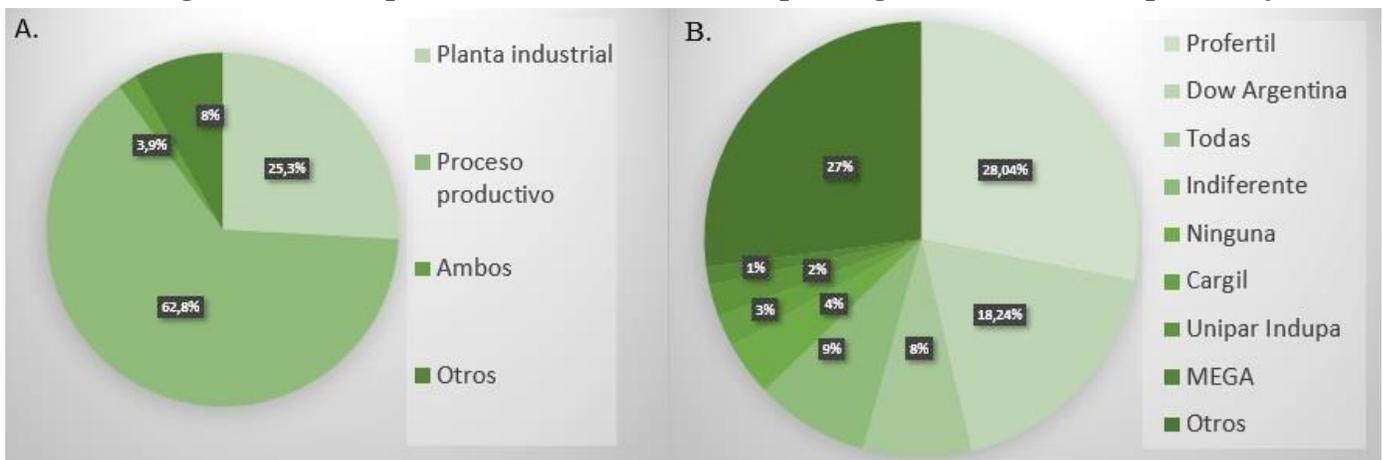
Grado de interés que genera una visita guiada en porcentaje según escala de Likert



Fuente: Fazi S., 2019.

Figura 21

Visitas guiadas: Principales atractivos e industrias que les gustaría conocer en porcentaje



Fuente: Fazi S., 2018.

4.3 Diagnóstico del mercado para el desarrollo del Turismo Industrial

A modo de síntesis, la visita a industrias en actividad es motivada por diversos intereses, por ello es importante conocerlos junto con las expectativas de los visitantes para poder caracterizar la demanda actual y atraer a aquellos visitantes potenciales.

En el diagnóstico del mercado turístico se puede observar desde la oferta que, de todas las empresas relevadas, solo tres de ellas, tienen la infraestructura, capacidades e iniciativa para realizar visitas guiadas, además del entusiasmo por darse a conocer y brindar una experiencia enriquecedora. En la actualidad no utilizan el recurso industrial como atractivo turístico, emplean la PPA como una política de RSE. Si bien no tienen personal idóneo en turismo (solo una de ellas), cuentan con un departamento específico con personal capacitado desde donde se planifican y llevan a cabo las visitas.

Cuentan con una coordinación permanente y los establecimientos se encuentran en buenas condiciones de accesibilidad y debidamente señalizado. Asimismo, cuentan con todas las normas y equipos pertinentes para la protección de los visitantes en las etapas previas, durante y posteriores a la visita, con fines de control y protección.

En base a los resultados obtenidos, la demanda actual está representada por instituciones escolares cuyo motivo es obtener un conocimiento más profundo del lugar e incrementar y adquirir un mayor conocimiento en los alumnos. Cuanto mayor sean sus niveles de estudios, más valorarán los aspectos formativos de la visita. Muchas de estas instituciones realizan este tipo de actividad para dar más herramientas y entrar en contacto con el ámbito laboral. Entre los factores más atractivos que incitan a visitar dichas industrias, se encuentra el proceso productivo y la planta.

Existe una amplia demanda potencial desatendida, que no conoce la PPA y poseen un gran interés por realizar las visitas y al igual que en la demanda actual, prevalece el proceso productivo y la planta industrial como principal interés.

Además, del análisis realizado surge que la imagen de la industria en general puede cambiar de forma significativa luego de la visita a grandes instalaciones industriales. Estas visitas permiten un mayor acercamiento a los procesos productivos y de las medidas tomadas por las empresas para disminuir su impacto en el medio ambiente y mejorar su imagen. Finalmente, se puede afirmar que, la PPA implementada por las industrias del sector representa una alternativa para ampliar el turismo cultural y desarrollar el Turismo Industrial en la ciudad de Bahía Blanca.

CAPÍTULO V

LINEAMIENTOS PARA EL DESARROLLO

DEL TURISMO INDUSTRIAL

5. Lineamientos para el desarrollo del Turismo Industrial

La investigación realizada tiene como objetivo analizar el desarrollo del Turismo Industrial en la localidad de Ingeniero White como nuevo recurso turístico cultural. Para ello se proponen los siguientes lineamientos orientados a la oferta en relación con la RSE y PPA.

5.1. Programas y proyectos

Luego de analizar y diagnosticar el mercado actual y potencial del Turismo Industrial en la ciudad Bahía Blanca, se proponen una serie de programas y proyectos orientados a contribuir al desarrollo de la actividad industrial y lograr la diversificación de la oferta cultural. En este sentido, se presentan dos programas. El primer programa está orientado a la comunicación y consta de cinco proyectos. El segundo busca mejorar el posicionamiento de las empresas en relación con la comunidad y consta de cuatro proyectos

5.1.1. Programas enfocados hacia la comunicación

Proyecto N°1: Creación de una App “Conoce nuestras industrias”

Este proyecto propone acceder en cualquier momento a través de diferentes dispositivos digitales a fin de visualizar el calendario de fechas disponibles para realizar las visitas, plano para conocer el recorrido a realizar. Además, la posibilidad de interactuar mediante un chat online con el objetivo de realizar consultas o comentarios. Inclusión de un código QR que derive a la página web.

Proyecto N° 2: Creación de un centro de interpretación móvil

Se propone la instalación de centros de interpretación móvil que recree las instalaciones de las industrias. Incorporando gigantografías de los procesos productivos llevados a cabo con la presencia de réplicas de maquinarias y maquetas a fin de mostrar las instalaciones y ubicaciones de cada empresa o mediante el desarrollo de imágenes de realidad virtual.

Proyecto N°3: Spots publicitarios para radio y televisión

Promoción y difusión de las visitas guiadas en los horarios de mayor audiencia. Presencia de personal idóneo con entrevistas en micros publicitarios (primer sábado de cada mes).

Proyecto N°4: Página web y redes sociales

Se propone la creación de una página web activa con todo lo referido a las industrias con chat online para realizar consultas, además se mostrará un calendario con fechas disponibles para realizar las visitas, mapa interactivo del recorrido y videos institucionales. Se realizará una actualización frecuente de los contenidos, con seguimiento de las campañas lanzadas por esta página y el posicionamiento del programa turístico y se estudiarán las estadísticas de las visitas y el número de accesos a la misma.

La página web también servirá como foro de intercambio de ideas y opiniones a fin de recabar la impresión, opinión y puntuación de los visitantes con respecto al sector. Y tendrá una sección especial con links para entrar a la Fan page (Facebook), Instagram, Snapchat, YouTube y Pinterest, para abarcar todos los segmentos de edades.

Proyecto N°5: Inclusión del Turismo Industrial en circuitos ofrecidos por agencias para desarrollar un turismo receptivo

Se propone coordinar con la Asociación de Agencias de Viajes y Turismo Regional Bahía Blanca para implementar tours para atraer a visitantes del interior del país para el público en general y ofrecer, además, recorridos adaptados para asistentes a congresos.

5.1.2. Programas enfocados hacia la mejora del posicionamiento empresarial

Proyecto N°1: Celebración del día de la industria con recreación en “Balcón al Mar”: Integración del puerto y el polo.

Para ello, se realizará un encuentro cada 2 de septiembre en el puerto de Ingeniero White a fin de pasar un día festivo con actividades al aire libre con obsequios (merchandising de las empresas), espectáculos musicales patrocinados por las empresas, stands con comidas y stands con actividades para realizar e información de las industrias.

Proyecto N°2: Visitas guiadas los primeros sábados de cada mes

Este proyecto propone visitas guiadas los primeros sábados de cada mes para el público en general, en un recorrido de 3 horas aproximadamente, coordinado junto con la municipalidad de Bahía Blanca para realizar el recorrido desde la ciudad hasta el Polo Petroquímico, con contingentes de no más de 30 personas realizando paradas estratégicas en las industrias explicando lo más importante de ellas y con la opción de recorrer otros sectores de la ciudad en base a un recorrido pactado.

Proyecto N°3: Programas específicos para escuelas técnicas y universidades con el fin de capacitarlos

Los programas se llevarán a cabo en grupos de 30 personas por turno con una duración de 2 horas. Se propondrán charlas específicas en gabinetes, luego recorridos por puntos estratégicos de la industria referidos en la charla, se finalizará con una pequeña actividad con lo aprendido y se hará entrega de merchandising y del material expuesto. La entrada y salida del establecimiento estará a cargo por combis dispuestas por las empresas.

Proyecto N° 4: Encuestas de nivel de satisfacción del visitante

Dirigido a todos los que realicen la visita a través de cuestionarios cortos, no más de 15 preguntas para medir el nivel de satisfacción y un apartado con espacio para para opiniones/sugerencias/críticas para poder realizar una evaluación de los resultados y mejorar en base a la información obtenida.

CONSIDERACIONES FINALES

La presente investigación se inicia a partir de la necesidad de superar la escasa valorización del patrimonio industrial existente en la localidad de Ingeniero White y en particular en las actividades que se desarrollan en el Polo Petroquímico. En la actualidad, son cada vez más las empresas que deciden abrir sus puertas para la comunidad y turistas. Ello se realiza dentro de la Política de Puertas Abiertas en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial.

En este marco, como objetivo principal se propuso analizar el desarrollo del Turismo Industrial y la Responsabilidad Social Empresarial en la localidad de Ingeniero White como nuevo recurso turístico cultural a través de la Política de Puertas Abiertas, con la finalidad de generar mayor conocimiento de sus actividades tanto a la población residente como a visitantes en general. Ello se cumplió a través de la implementación de los objetivos específicos que permitieron obtener datos en cuanto a equipamiento y procesos. Asimismo, se observó que las actividades desarrolladas por las industrias, a partir de las entrevistas realizadas, muestran el grado de compromiso que tienen con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial y Política de Puertas Abiertas. Se concluyó que poseen una gran aptitud para la realización de visitas, en particular dirigidas a estudiantes de todos los niveles educativos, las mismas se adaptan a este tipo de demanda, posibilitando una experiencia vivencial, de aprendizaje acerca el funcionamiento de las empresas.

El diagnóstico del mercado turístico permite destacar la viabilidad para la implementación del Turismo Industrial como actividad complementaria al turismo cultural existente en la ciudad. Se trata de una actividad incipiente ya implementada en algunas de las industrias, pero con personal escasamente capacitado en turismo, solo una de ellas cuenta con personal idóneo. Las visitas que se realizan dentro de la Política de Puertas Abiertas desde el punto de vista de las empresas, tienen como objetivo mostrar las actividades que realizan, sin que el recurso industrial sea visto como recurso turístico, ya que las industrias no perciben el beneficio que les aportaría el desarrollo de un Turismo Industrial. En este marco sería conveniente alcanzar una articulación entre el municipio y las industrias a fin de llevar a cabo estas acciones que favorezcan su desarrollo.

Los resultados obtenidos en las encuestas realizadas muestran la existencia de una demanda insatisfecha interesada en conocer las diversas actividades productivas que se desarrollan en el Polo Petroquímico. A su vez las empresas se ven favorecidas por un mayor contacto con la comunidad que es el objetivo central de la Política de Puertas Abiertas. De este modo ambas partes obtienen beneficios.

Luego del análisis realizado se proponen una serie de lineamientos que incluyen programas y proyectos tentativos que muestran el sendero por el cual se observa el potencial para el desarrollo del Turismo Industrial a partir de un trabajo integrado entre sectores públicos y privados.

A modo de cierre, a partir de la investigación realizada y en base a los datos recabados, se comprueba la hipótesis planteada. En relación con el escaso desarrollo del Turismo Industrial en la ciudad a pesar de la existencia de un Polo Petroquímico de importancia nacional y regional y el interés de las empresas en potenciar el acercamiento con la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

BERTONCELLO, R; ALMIRÓN, A; TRONCOSO C, A. (2006). *Una discusión de sus relaciones a partir de casos de argentina*. Estudios y perspectivas del turismo. Universidad de Buenos Aires, pp. 101-124.

BERTONCELLO, R. (2008). *Turismo y geografía: lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*. Primera edición Buenos Aires: Fundación Centro de Integración, Comunicación, Cultura y Sociedad, CICCUS.

BERTONCELLO, R. (2010). “Turismo y patrimonio, entre la cultura y el negocio.” En: Duarte Paes, María Teresa y Ramos da Silva Oliveira, Melissa. *Geografía, turismo y patrimonio cultural*. Sao Paulo: Annablume, pp. 33-54.

BUNGE Institucional. (2018). Disponible en:<
<http://www.bungeargentina.com.ar/es/novedades/tbb>>

BRONDOLO, M.; CAMPOS, M. *et al.* (1994). *Geografía de Bahía Blanca*. Bahía Blanca: Encestando.

BUSTAMANTE, F.G. (2006). “Expansión industrial en el área costera: su influencia en la localidad de Ingeniero White, Partido de Bahía Blanca, República Argentina.”. Directora Lic. Nélica Silvia Marengo (Tesis de grado). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

CAPEL, H. (1996). “El turismo industrial y el patrimonio histórico de la electricidad”. En: *Actas de las I Jornadas sobre Catalogación del Patrimonio Histórico*. Sevilla: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, pp. 170-195

CARGILL Institucional. (2018). Disponible en: < <https://www.cargillargentina.com.ar/>>

CASANELLES, E. (1998). “Recuperación y uso del patrimonio industrial”. *Ábaco. Revista de Ciencias Sociales*, 19, pp.11-18.

CONSEJO EMPRESARIO ARGENTINO PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE. (2003). Disponible en: <http://www.ceads.org.ar/grupos_rse.htm>

CONSEJO INTERNACIONAL DE MONUMENTOS Y SITIOS. (1976). *Carta de Turismo Cultural*. Disponible en :

<http://www.misionescoloniales.org/articulos/leyes_reglamentos_cartas/Carta%20turismo%20cultural%201976.pdf>

CENTRO REGIONAL DE ESTUDIOS ECONÓMICOS BAHÍA BLANCA (CREEBBA).

(2009). Participación del complejo petroquímico en la economía local. Indicadores de Actividad Económica (IAE), pp. 28-34.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDIOS ECONÓMICOS BAHÍA BLANCA (CREEBBA).

(2010). El sector petroquímico local durante 2009. Indicadores de Actividad Económica (IAE), pp. 20-27.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDIOS ECONÓMICOS BAHÍA BLANCA (CREEBBA).

(2011). El sector petroquímico local durante 2010. Indicadores de Actividad Económica (IAE), pp. 20-27.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDIOS ECONÓMICOS BAHÍA BLANCA (CREEBBA).

(2016). El aporte del complejo petroquímico a la economía local. indicadores de Actividad Económica (IAE), pp 6-8.

CINCUNEGUI, C.; BRUNET, I. (2012). Innovación y desarrollo territorial en aglomeraciones industriales periféricas: el caso del polo petroquímico de Bahía Blanca (Argentina). *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*.

Compañía MEGA Institucional. (2018). Disponible en: < <http://www.ciamega.com.ar/>>

CONSORCIO DEL PUERTO DE BAHÍA BLANCA. (2017). “La Bahía...Razones para una Identidad”. Disponible en: < <https://puertobahiablanca.com/identidad/>>

CONSORCIO DEL PARQUE INDUSTRIAL. Institucional. (2017). Disponible en:

<<http://www.cpibb.com/empresas.php?q=&r=&pag=4>>

CUENCA, M. (2003). Ocio humanista. *Dimensiones y manifestaciones actuales del ocio*.

Documentos de Estudios de Ocio, 16, Bilbao, Universidad de Deusto.

DIEZ, J.I. (2013). Industria, organizaciones y desarrollo económico en territorios periféricos. El caso de Bahía Blanca. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/280114118_Industria_organizaciones_y_desarrollo_economico_en_territorios_perifericos_El_caso_Bahia_Blanca_Primer_Parte>.

DIRECCIÓN DE PARQUES Y ÁREAS INDUSTRIALES. (2013). Disponible en:

<[https://www.entrerios.gov.ar/minpro/userfiles/file/INDUSTRIAS%20Y%20PYMES/PARQUES%20INDUSTRIALES%20\(Definicion\)/DEFINICIN_2.pdf](https://www.entrerios.gov.ar/minpro/userfiles/file/INDUSTRIAS%20Y%20PYMES/PARQUES%20INDUSTRIALES%20(Definicion)/DEFINICIN_2.pdf)>

DOSSIER FEDERAL. (2012). La historia de Ingeniero White. Disponible en: <<http://dossierfederal.blogspot.com/2012/09/la-historia-de-ingeniero-white.html>>

DOW Argentina Institucional. (2018). Disponible en: <<https://ar.dow.com/es-ar/sustentabilidad/comunidad>>

ERCOLANI, P. y PINASSI, A. (2012). El turismo urbano-metropolitano y su configuración espacial en las ciudades. Análisis de la focalidad urbana en Bahía Blanca (Argentina). España. *Revista de investigaciones en Turismo y desarrollo local*, n°13 (volumen 5), pp 1-30. Disponible en: <<http://www.eumed.net/rev/turydes/13/focalidad-urbana-bahia-blanca-argentina.pdf>>

ERCOLANI, P. (s.f). Evolución de los espacios urbanos destinados al uso industrial y sus repercusiones en la franja litoral con fines turísticos-recreativos: El caso de Bahía Blanca. Argentina. Disponible en: <<http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal8/Geografiasocioeconomica/Geografiaturistica/12.pdf>>

FERNÁNDEZ G. y GUZMÁN RAMOS, A. (2004). El patrimonio industrial como recurso para crear rutas turísticas: algunas propuestas en Argentina. *Cuaderno Virtual de Turismo*, (volumen 4), pp.57-68.

FERNANDEZ, G. y GUZMAN, A. (2004). Patrimonio industrial, turismo cultural y rutas turísticas para un desarrollo local sustentable”. *Caminhos de geografia*. Disponible en: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/viewFile/15329/8628>>

FERNÁNDEZ, G.; GUZMÁN, A. (2005). Patrimonio industrial y rutas turísticas culturales: algunas propuestas para Argentina. *Cuadernos de Turismo*, nº15, pp.97-112. Universidad de Murcia. Disponible en <<https://revistas.um.es/turismo/article/view/18491/17841>>

FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL ALTO ARAGÓN. (2008). *Manual para activar el turismo industrial en la Pyme*. Disponible en: <<http://www.fundesa.org/wp-content/uploads/2013/03/Manual-para-activar-el-turismo-industrial-en-la-pyme.pdf>>

GENOVESE, C. (2008): “Formulación de un modelo de balance social como herramienta de análisis y evaluación de la responsabilidad social de las entidades cooperativas. Su aplicación en la Cooperativa Obrera Limitada de Consumo y Vivienda”. (Tesis de posgrado). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Ciencias de la Administración.

GUERRERO, Ana Lía Del Valle. (2016). “La nueva geopolítica de la energía en la región sudamericana. Tendencias, actores y conflictos en la industria del gas”. Doctorado en Geografía. Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN ESTRATEGIAS DE INNOVACION Y DESARROLLO EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA (GEIDETUR). (2008). Disponible en: <<http://www.uhu.es/GEIDETUR/turismo.htm>>

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R; FERNÁNDEZ COLLADO, C. *et al.* (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Interamericana.

HERNÁNDEZ, E. (2015). “Evolución del concepto de patrimonio cultural y la participación ciudadana”, pp. 1-9.

Historia Industrial. (2000). Plan Nacional del Patrimonio Industrial. *Revista de economía y empresa*. Disponible en: <<http://www.ub.edu/rhi/es/patrimonio-industrial/81-patrimonio-industrial.html>>

IVANOVA, A; IBÁÑEZ, R. (2012). *Medio ambiente y política turística en México*. Tomo I: ecología, biodiversidad y desarrollo turístico. Disponible en: <<https://books.google.com.ar/books?hl=es&lr=&id=BAHYkvJihDwC&oi=fnd&pg=PA17&dq=turismo+cultural+turismo+alternativo&ots=iZgVUxsPji&sig=OKsVezwjUKB1FhwVDjG3qq0WKks#v=onepage&q&f=false>>

La Nueva (2009). “El puerto con el correr del tiempo. Una historia que comenzó hace 124 años” (Bahía Blanca). Disponible en: <<https://www.lanueva.com/nota/2009-9-1-9-0-0-una-historia-que-comenzo-hace-124-anos>>

LOUS DREYFUS Institucional (2018). Disponible en:<<https://www ldc.com/ar/es/nosotros/louis-dreyfus-company-en-argentina/>>

LLULL PEÑALBA, J. (2005). Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural”. *Revista Arte, Individuo y Sociedad*. Universidad de Alcalá.

MAKUA, A. (2011). Revisión del proceso de valorización de los recursos base del turismo industrial. *ROTUR/Revista de Ocio y Turismo*, nº 4, Universidad de Deusto, pp. 57-88.

MENESES SÁNCHEZ, C.L; CORDERO DOMÍNGUEZ. (2015). *Aproximaciones al patrimonio cultural*. México: Montea S.A.

MOLINERO, M.N. y OLIVER, S.P. (2013). Turismo cultural patrimonio, museos y empleabilidad. *Turismo y territorio. E.o.i (Escuela de organización industrial)*, pp.1-138. Disponible en: <http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:80090/EOI_TurismoCultural_2013.pdf>

MUNICIPIO DE BAHÍA BLANCA. (2016). Institucional. La ciudad. Disponible en: <<https://www.bahia.gob.ar/ciudad/>>.

NADAL, J. (s.f). Patrimonio Industrial. *Revista de historia industrial, economía y empresa*. Disponible en <<http://www.ub.edu/rhi/es/patrimonio-industrial/81-patrimonio-industrial.html>> NOTICIAS DEL POLO (s.f). “Cronología de sucesos Históricos”. Reserva Natural de uso Múltiple Bahía Blanca, Bahía Falsa, Bahía Verde (Ficha educativa nº2). Asociación Industrial Química de Bahía Blanca.

OBSERVATORIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. (2009). “Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa”. Disponible

en: <

https://observatoriorsc.org/wpcontent/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_O K.pdf >

ODISIO, J.C. (2008). El Complejo Petroquímico de Bahía Blanca. El Gigante Solitario.

PAOLONI, D.O. (2011). “Territorio y actividad industrial. El caso del Parque Industrial de Bahía Blanca”. Directora Dra. María Cecilia Martín. Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

PARDO, C.J. (2002). “Rutas y lugares de patrimonio industrial en Europa: consideraciones sobre su aprovechamiento turístico”. Departamento de Geografía de la UNED.

PARDO, C. J. (2004): “La reutilización del patrimonio industrial como recurso turístico. Aproximación geográfica al turismo industrial”.

PARDO, C. J. (2010). “El patrimonio industrial en España: análisis turístico y significado territorial de algunos proyectos de recuperación”. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, pp.239-264.

PARDO, C.J. (2011). Paisajes Industriales e Industrias para el Turismo: Simbolismo patrimonial y alcance territorial. *Rotur/Revista de Ocio y Turismo*. Coruña. Nº 4, pp. 15-32.

Parques Industriales y otros aglomerados industriales. (2017). Disponible en: <<http://www.elpartenon.com/PISF/Comentarios.htm> >.

PÉREZ, L. y PARRA, C. (2004). “Paisajes culturales: el parque patrimonial como instrumento de revalorización y revitalización del territorio”. *Theoría*, (volumen 13), pp.9-24. Disponible en < <http://www.ubiobio.cl/theoria/v/v13/1.pdf> >.

PINASSI, A. (2014). Gestión del Patrimonio Cultural: aproximación conceptual y definición de acciones. En: ZINGONI, J.M. y PINASSI, A. (Comp.). 2014. *Gestión del patrimonio urbano. Textos de cátedra*. Bahía Blanca: Ediuns, (volumen 1), pp.135-148.

PINASSI, A. (2014). *Gestión del patrimonio urbano. Textos de cátedra (Comp.)*. Bahía Blanca: Ediuns, (volumen 1), pp. 15-34.

PINASSI, Carlos Andrés. (2016). “La configuración de un nuevo espacio turístico recreativo a través de la valorización del patrimonio cultural: el caso de Bahía Blanca.”. Doctorado en Geografía. Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

PROFERTIL SA Institucional. (2018). Disponible en: <<http://www.profertil.com.ar/>>.

PRAT FORGA, J.M.; DIAZ SORIA, I. (2013). Análisis de la sostenibilidad económica del turismo. El caso de Cataluña. *TURyDES revista de investigación de turismo y desarrollo local*, n°14, (volumen 6), pp. 1-13.

PRATS, L. (2005). Concepto y gestión del patrimonio local. Cuadernos de Antropología Social, n° 21, pp. 17-35. Universidad de Buenos Aires Buenos Aires, Argentina.

ROUTABOUL, M. (2006). “Transformaciones del espacio industrial del sector portuario en Bahía Blanca a partir de la relación industria/servicios. El desarrollo de un sistema productivo local basado en la industria petroquímica y sus efectos socio-territoriales”. Directora Lic. Rosa Ángeles Fittipaldi (Tesis de grado). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

SOUSA, A.Á.(s/f). “Cambio Social y Turismo: Tendencias del Turismo en el siglo XXI”. Universidad de A Coruña. Disponible en: <https://www.um.es/docencia/pguardio/documentos/lec2_oci.pdf>.

UNIÓN INDUSTRIAL BAHÍA BLANCA (UIBB). Institucional. Disponible en: <<http://uibb.org.ar/>>.

UNIPAR Institucional. (2018). Disponible en: <<http://uibb.org.ar/departamentos/desarrollo-sustentable/>>.

VIEYTES, R. (2004). *Metodología de la Investigación en organizaciones, mercados y sociedades. Epistemología y técnicas*. Buenos Aires: de las Ciencias.

ZÁRATE MARTÍN, M.A. (2011). “La visita de empresa, otra forma de hacer turismo.” *Estudios Geográficos*, n°270, (volumen XXII), pp. 291-321.

ANEXOS

Anexo 1: Entrevista a informantes clave

Entrevista

- ❖ Nombre del entrevistado:

- ❖ Edad:

- ❖ Lugar y Puesto de trabajo:
 - 1) ¿Qué relación tiene la empresa con la comunidad?
 - 2) ¿Cuándo iniciaron las visitas guiadas?
 - 3) ¿Cuáles eran sus expectativas al realizar las visitas? ¿Cumplieron con ellas?
 - 4) ¿Poseen un sector específico que se encargue de realizar las visitas? ¿Quién las realiza?
 - 5) ¿Cuáles son los canales de difusión con los que cuentan para dar a conocer las visitas?
 - 6) ¿Cómo es el procedimiento para acceder a una visita? ¿debe haber un mínimo/ máximo de personas interesadas? ¿son gratuitas?
 - 7) ¿Qué días se realizan las visitas? ¿Con qué frecuencia? ¿en qué horario?
 - 8) ¿En qué consiste la visita? ¿Qué duración tiene?
 - 9) ¿Apuntan a algún segmento en especial? ¿Quiénes los visitan actualmente? ¿llevan un registro de visitantes?
 - 10) ¿Cuentan con alguna normativa para la protección y seguridad del visitante?
 - 11) ¿Están dispuestos a incrementar su público?
 - 12) Si desde el municipio se invita a realizar un circuito turístico en conjunto con otras empresas del sector, ¿estarían dispuestos a integrarse?

Anexo 2: Encuesta Online dirigida al público en general

1) Rango de edad

- a.** Menores de 12 años
- b.** Entre 12 y 18 años
- c.** Entre 19 y 60 años
- d.** Más de 60 años

2) Lugar de residencia

3) ¿Conoce el Polo Petroquímico de Bahía Blanca?

- a.** SI (sigue)
- b.** NO (se remite a la pregunta 12)

En caso afirmativo...

4) ¿Visitó el Polo Petroquímico por recreación/curiosidad?

- a.** SI
- b.** NO

5) ¿Conoce alguna empresa del Polo Petroquímico que realice la política de puertas abiertas?

- a.** SI
- b.** NO

6) ¿Realizo alguna visita guiada por el Polo Petroquímico?

- a.** SI
- b.** NO (en este caso se remite a la pregunta numero 12)

En caso afirmativo:

7) ¿Qué empresa visito?

8) ¿Cuál fue el motivo de su visita?

- a. Visita escolar
- b. Visitas con grupos de jubilados
- c. Interés personal
- d. Otro: _____

9) ¿Qué fue lo que más le interesó?

- a. Planta industrial
- b. El proceso productivo
- c. Otro:

10) ¿Volvería a visitar el lugar?

- a. SI
- b. NO

11) ¿Recomienza realizar una visita guiada a estas industrias?

- a. SI
- b. NO

En caso negativo:

12) ¿Conoce la política de puertas abiertas?

- a. SI
- b. NO

13) Acorde a la siguiente escala de 1 al 5: ¿Qué nivel de interés le genera realizar una visita guiada?

- 1. Muy poco Interés
- 2. Poco Interés
- 3. Medianamente interesado
- 4. Interesado
- 5. Gran Interés

14) ¿Qué empresa le gustaría conocer?

15) ¿Cuál es su interés por conocerla?

- a. Planta industrial
- b. El proceso productivo
- c. Otro: