

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN

MAESTRÍA EN ECONOMÍA Y DESARROLLO DEL TURISMO

TESIS

TÍTULO:

**HISTORIA DEL TURISMO SOCIAL EN ARGENTINA Y PROPUESTA DE
POLÍTICA TURÍSTICA FEDERAL**

Maestrando: MATIENZO, Isabel

Director: Dr. CASANOVA FERRO, Gonzalo

Ciudad de Buenos Aires, noviembre de 2024.-



RESUMEN EJECUTIVO

La Organización Mundial del Turismo ha manifestado que en las últimas décadas la actividad turística ha mostrado un gran crecimiento sostenido, al tiempo que ha desarrollado una amplia diversificación con la aparición de nuevos destinos y productos. El turismo es, en muchos casos, una herramienta que contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de la población, al desarrollo local, regional y nacional, y al fortalecimiento de la identidad cultural nacional y de las culturas en particular, ocupando un rol fundamental en la vida de las personas, tanto desde la perspectiva de quienes visitan un destino como desde aquellos que ofrecen servicios a los visitantes.

Al mismo tiempo, a pesar del proceso de democratización turística, aún la mayoría de los argentinos no logra hacer efectivo el derecho al turismo. En este marco, el turismo social surge como una medida distributiva, tendiente a disminuir la inequidad en el acceso a las prácticas turísticas entre las diferentes posiciones socio-económicas, contribuyendo a un consumo turístico más amplio y equitativo. Considerando que en muchos casos el crecimiento turístico puede ir acompañado de impactos sociales y ambientales negativos, es menester la regulación estatal en la actividad a los fines de garantizar las condiciones de desarrollo local sostenible en el aspecto social, cultural, económico y ambiental.

El presente trabajo describe las políticas públicas de turismo social en Argentina desde sus comienzos hasta diciembre de 2023, y finaliza con una propuesta de política pública turística que tiene como objetivo facilitar el acceso al turismo a sectores de la sociedad que se encuentran con dificultades económicas para hacer turismo y que, asimismo, promueve el desarrollo local de distintas regiones del país en el sentido mencionado, entendiendo al turismo como un aliado estratégico para dar cumplimiento a los Objetivos del Desarrollo Sostenible y a los compromisos asumidos en la Agenda 2030 aprobado por las Naciones Unidas.



ÍNDICE

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	1
1.1.- Fundamentación del estudio	1
1.2.- Objetivos de la investigación	3
1.3.- Metodología de <i>trabajo</i>	4
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL. ANTECEDENTES	4
2.1. Conceptos. Concepto de turismo, turista, turismo interno, destino potencial, emergente y consolidado.	4
2.2 Turismo Social	5
2.3. Turismo social en el mundo	7
2.4. Historia del turismo social en Argentina.	11
2.5.- Objetivos para el Desarrollo Sostenible (ODS)	15
2.6. Objetivos de Desarrollo Sostenible en Argentina	18
CAPÍTULO 3. DESCRIPCIÓN DEL TURISMO SOCIAL EN ARGENTINA	19
3.1. Participación turística de la población argentina.	19
3.2 Política de turismo social del Estado Nacional período 2019-2023.-	21
3.3. Políticas de turismo social de gobiernos provinciales	27
3.4. Entrevistas. Resultados y análisis	36
3.5. Análisis FODA de la política nacional de turismo social en Argentina.	39
CAPÍTULO 4. PROPUESTA DE PROGRAMA FEDERAL DE TURISMO SOCIAL ARGENTINA	40
4.1. Fundamentación	40
4.1.1.- <i>El turismo como actividad económica</i>	40
4.1.2.- <i>Efecto multiplicador del turismo. Dinamizador de economía. Coste beneficio del turismo</i>	42
4.1.3.- <i>El turismo como estrategia de desarrollo. Turismo sostenible, turismo social y ODS.</i>	46
4.1.4.- <i>Turismo como derecho. Política federal de turismo social</i>	52
4.2. Desarrollo de la política pública propuesta	57
4.2.1. <i>Objetivo general y objetivos específicos</i>	58
4.2.2. <i>Principios</i>	60
4.2.3. <i>Destinatarios</i>	61
4.2.4. <i>Implementación. Plan de acción</i>	61
4.2.5. <i>“DESCUBRIR ES CUIDAR”. Preservación del patrimonio natural y cultural</i>	65



4.3. Presupuesto del Programa. Forma de pago de los beneficiarios.....	69
4.4. Seguimiento, monitoreo y evaluación del Programa	70
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES	70
BIBLIOGRAFÍA.....	74
ANEXOS	80
ANEXO 1 –Entrevistas N° 1, 2, 3,4, 5, 6.....	80
ANEXO 2 - GRILLADO DE ENTREVISTAS.....	98

GRÁFICOS

GRÁFICO 1. LOS 17 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS). FUENTE:

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS..... 16

GRÁFICO 2. PROPORCIÓN DE RESIDENTES QUE REALIZÓ AL MENOS UN VIAJE CON PERNOCTE.

AÑOS 2010-2019, ARGENTINA. EN PORCENTAJE..... 20

GRÁFICO 3. PROPORCIÓN DE RECEPTORES DE ASISTENCIA TURÍSTICA SOCIAL POR

JURISDICCIÓN- ACUMULADO 2013-2020..... 25

GRÁFICO 4. PROPORCIÓN DE BENEFICIARIOS DE ASISTENCIA TURÍSTICA SOCIAL POR GRUPO

ETARIO – 2013-2020..... 25

GRÁFICO 5. PRESUPUESTO EJERCICIO 2021, EX MTYD, PROGRAMA 18 – PLAN FEDERAL DE TURISMO SOCIAL.....

26

GRÁFICO 6. OFERTA DE POLÍTICAS PÚBLICAS JURISDICCIONALES DE TURISMO SOCIAL A

MARZO DE 2023. 35

GRÁFICO 7. ORGANISMO A CARGO DE POLÍTICAS DE TURISMO SOCIAL A NIVEL

JURISDICCIONAL. 36

GRÁFICO 8. ANÁLISIS FODA DE LA POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO SOCIAL CENTRADA EN

LAS UT..... 40

GRÁFICO 9. VOLUMEN DEL TURISMO INTERNO PARA EL TOTAL NACIONAL. AÑOS 2012-2019.

..... 45

GRÁFICO 10. TURISMO Y ODS.....

49

GRÁFICO 11. VINCULACIÓN DEL TURISMO SOCIAL CON ODS Y LAS METAS DE ARGENTINA. .

52

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1.- Fundamentación del estudio

El presente trabajo de investigación tiene como objeto describir el origen del turismo social en Argentina y su situación hasta diciembre de 2023, proponiendo, asimismo, una política pública federal de turismo social a ser ejecutada a través de la Secretaría de Turismo, Ambiente y Deportes de la República Argentina¹, para el período 2024-2031.

Conforme lo ha manifestado la Organización Mundial del Turismo [OMT] (OMT, s.f.), en las últimas décadas la actividad turística ha manifestado un gran crecimiento sostenido, al tiempo que ha desarrollado una amplia diversificación con la aparición de nuevos destinos y productos. El turismo es, en muchos casos, una herramienta que contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de la población, al desarrollo local, regional y nacional, y al fortalecimiento de la identidad cultural nacional y de las culturas en particular, ocupando un rol fundamental en la vida de las personas, tanto desde la perspectiva de quienes visitan un destino como desde aquellos que ofrecen servicios a los visitantes.

Al mismo tiempo, a pesar del proceso de democratización turística, aún la mayoría de los argentinos no logra hacer efectivo el derecho al turismo; el acceso a estas prácticas continúa siendo socialmente minoritario y desigual. El disfrute del turismo forma parte de las inequidades sociales que acumulan los individuos de posiciones socio-económicas desfavorables: a inferiores posiciones en el entramado social, son menores las posibilidades de acceder a este tipo de prácticas (Schenkel, 2017).

Por ello, resulta necesario eliminar las barreras existentes a fin de equiparar oportunidades y reducir desigualdades, considerando la importancia del mutuo enriquecimiento cultural, la integración socio-económico-cultural de la población y el desarrollo de la identidad nacional. En este marco, las iniciativas y políticas del turismo

¹ A partir del cambio de estructura de gobierno asumido en diciembre de 2023, se sustituye el ex Ministerio de Turismo y Deportes (MTyD) por la Subsecretaría de Turismo integrando la Secretaría de Turismo, Ambiente y Deportes del Ministerio de Interior (Dec. PEN 8/2023).



social aparecen como una herramienta que facilita el acceso por parte de los sectores menos favorecidos al derecho a las vacaciones pagadas y al descanso. Y en ese sentido, el turismo social surge como una medida distributiva, tendiente a disminuir la inequidad en el acceso a las prácticas turísticas entre las diferentes posiciones socio-económicas, destinada a incluir a los colectivos que permanecen marginados de su disfrute, contribuyendo a un consumo turístico más amplio y equitativo (Observatorio de Turismo Social del entonces Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, 2022).

Asimismo, cabe destacar la importancia del impacto del turismo en las sociedades y economías afectadas y, sobre todo, el efecto multiplicador y dinamizador del turismo en las mismas. Ahora bien, considerando que en muchos casos el crecimiento turístico puede ir acompañado de impactos sociales y ambientales negativos, es menester la regulación estatal en la actividad a los fines de garantizar las condiciones de desarrollo local sostenible en el aspecto social, cultural, económico y ambiental.

Para ello, resulta evidente la necesidad de una política pública turística que tenga como objetivo facilitar acceso al turismo a sectores de la sociedad que se encuentran con dificultades económicas para hacer turismo interno y quedan excluidos de las alternativas comerciales, y que, asimismo, promueva el desarrollo local de distintas regiones del país en el sentido mencionado, siempre entendiendo al turismo como un aliado estratégico para dar cumplimiento a los Objetivos del Desarrollo Sostenible y a los compromisos asumidos en la Agenda 2030 aprobado por las Naciones Unidas.

En el año 2020, el entonces Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación [MTyD] promocionaba dos Programas de Turismo Social: el Programa de Unidades Turísticas, que ofrecían alojamiento y pensión completa en las Unidades Turísticas estatales de Chapadmalal y Embalse, y el Programa de Turismo Accesible, con el objetivo principal de fomentar la inclusión plena de las personas con discapacidad en los distintos ámbitos turísticos.

Posteriormente, en diciembre de 2021, el entonces MTyD creó el “PLAN NACIONAL DE FORTALECIMIENTO DEL TURISMO SOCIAL” cuyos objetivos son, precisamente, *“promover el acceso de toda la población a las prácticas turísticas y recreativas, facilitando la participación de los sectores sociales con menos disponibilidades o recursos; generar una demanda de turismo interno a lo largo del*



año que atenúe los problemas derivados de la estacionalidad y favorezca a las comunidades de destino con la generación de ingresos y empleo permanente, y propiciar un sistema de turismo social de carácter federal que integre al conjunto de las provincias del país tanto en términos de diseño de la oferta como de estímulo de la demanda”.

En línea con los objetivos del mencionado Plan, la necesidad identificada consiste en ampliar y federalizar la política de turismo social en Argentina, de la mano del desarrollo local de triple impacto y de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La política de turismo social propuesta tiene como objetivo facilitar el acceso al turismo a sectores de la sociedad que se encuentran con dificultades para hacer turismo interno y, asimismo, promover el desarrollo local sostenible de diversos destinos del país, en la esfera social, cultural, económica, ambiental e institucional, dando cumplimiento a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 aprobada por la Organización de las Naciones Unidas.

En el siguiente punto se expondrán los objetivos que guiaron la presente investigación.

1.2.- Objetivos de la investigación

Objetivo general:

Relevar las políticas de turismo social en Argentina y presentar como mejora una propuesta de Programa Federal de Turismo Social desde el gobierno nacional que, en conjunto con las provincias y actores clave del sector turístico, tenga como ejes centrales facilitar el acceso al turismo a sectores de la sociedad que se encuentran con dificultades socioeconómicas para hacer turismo interno, y promover el desarrollo local sostenible en la esfera económica, social, cultural, ambiental, e institucional de los destinos, dando cumplimiento a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 aprobada por la ONU.

Objetivos específicos:

-Analizar el origen y situación reciente (2019-2023) del Turismo Social en Argentina, tanto a nivel nacional como jurisdiccional, para percibir aspectos deficientes y positivos.



- Diseñar una política pública que promueva el acceso al turismo para todos los sectores sociales y la diversificación de la oferta de programas de turismo social en el país.

- Proponer el financiamiento para la propuesta diseñada.

- Establecer proceso de seguimiento y monitoreo de la propuesta.

1.3.- Metodología de trabajo

La estrategia metodológica utilizada para la investigación de la presente tesis es cualitativa. Entre las técnicas de investigación, se destaca el análisis de normas, estadísticas, programas y planes, así como de documentos de especialistas en el área, complementándose con un estudio de campo que incluye la realización de entrevistas en profundidad semiabiertas y su análisis a los principales actores clave involucrados: gubernamentales (funcionarios y exfuncionarios del ex MTyD con experiencia y conocimiento en la materia: de la Dirección Nacional de Créditos e Inversiones Turísticas, de la Dirección Nacional de Desarrollo de Turismo de Naturaleza); actores privados (hoteleros y productores de bienes y servicios turísticos); academia (profesores e investigadores en materia de turismo). Asimismo, se solicitó información de a la Dirección Nacional de Turismo Social del ex MTyD.

La presente investigación sigue los lineamientos de una investigación exploratoria, que se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado” y descriptiva, siendo que uno de los propósitos es describir situaciones y eventos, decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno (Hernandez Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio, 1997). Asimismo, se presenta una propuesta de política pública de turismo social complementaria a la política de los años 2020-2023 del ex MTyD.

Corresponde aclarar que, si bien el sindicalismo tiene un rol fundamental en la historia y actualidad del turismo social, por razones de brevedad no se analiza en detalle su intervención lo largo de la presente investigación, dado que se enfoca sobre todo en la acción desde el Estado.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL. ANTECEDENTES

2.1. Conceptos. Concepto de turismo, turista, turismo interno, destino



potencial, emergente y consolidado.

Durante el presente trabajo se abordan numerosos conceptos relacionados con el turismo y la política pública turística. A continuación, se detalla una explicación de los más importantes que permitirán una mayor comprensión sobre esta investigación.

Turismo: el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios (UNWTO, glosario).

La Organización de las Naciones Unidas [ONU] define que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos “al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado” (RIET, 2008, p. 10).

Se entiende por “**turista**” al “visitante, ya sea interno, receptor o emisor, cuyo viaje incluye una pernoctación, y se denomina visitante del día o excursionista en caso de que su viaje no incluya pernoctación” (p.10).

Turismo interno: “incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor” (p. 15).

Los destinos turísticos están en constante evolución; su comportamiento es dinámico pudiendo su clasificación variar en el tiempo. Este fenómeno es similar al del ciclo de vida de zonas turísticas, el cual postula que los destinos turísticos a menudo pasan por cinco etapas distintas de desarrollo: exploración, implicación, desarrollo, consolidación y estancamiento (SERNATUR, 2015). Según el ciclo de vida del destino (Butler, 1980), se los puede clasificar en 3 categorías: **destino potencial**, aquel cuyo ciclo de vida está en la etapa de exploración; **destino emergente**, aquel cuyo ciclo de vida está en la etapa de implicación o desarrollo; y **destino consolidado**, que corresponde a destinos cuyo ciclo de vida está en la etapa de consolidación o estancamiento.

2.2 Turismo Social



No existe una única definición establecida de turismo social. En la Conferencia Mundial del Turismo organizada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el año 1980, se llevó a cabo la Declaración de Manila, que sitúa al turismo en una perspectiva marcadamente social: “El turismo (...) estriba en el acceso del hombre al descanso creativo y a las vacaciones y a su libertad de viaje, en el marco del tiempo libre y del ocio, cuya naturaleza profundamente humana subraya (...) La rentabilidad económica del turismo, en la medida que sea real y significativa, no puede constituir el único criterio para determinar el grado de estímulo que los Estados deben asignar a esta actividad.” (Declaración de Manila, 1980, Art.1). Esta Declaración subraya la importancia del turismo social, al cual define como “objetivo que la sociedad debe alcanzar para los ciudadanos menos favorecidos en el ejercicio del derecho al descanso” (Declaración de Manila, 1980, Art.10).

Una concepción amplia (Minnaert, 2009) define al turismo social como un turismo con un agregado valor moral, que tiene el objetivo de beneficiar al anfitrión o al visitante en la experiencia turística. Sostiene que dentro de la modalidad deben incluirse tanto las iniciativas destinadas a hacer accesible las vacaciones a sectores vulnerables, como a aquellas otras propuestas de base comunitaria en áreas subdesarrolladas.

Una concepción específica define al turismo social como el conjunto de actividades que generan una demanda turística caracterizada esencialmente por sus escasos recursos económicos, de manera que el acceso al ocio turístico puede producirse sólo mediante la intervención de unos agentes operadores que actúan tratando de maximizar el beneficio colectivo. En esta línea, la Organización Internacional de Turismo Social [OITS] en el artículo N° 3 de sus estatutos, señala que el turismo social es: “el conjunto de relaciones y fenómenos que resultan de la participación al turismo y en particular de la participación de capas sociales con recursos modestos. Esta participación es posible, o el menos facilitada, gracias a medidas con un carácter social bien definido” (OITS, 2003).

Por otra parte, nuestra Ley Nacional de Turismo N° 25.997 promulgada en el año 2005, define en su artículo 38 al turismo social como “todos aquellos instrumentos y medios que otorguen facilidades para que todos los sectores de la sociedad puedan acceder al ocio turístico en todas sus formas, en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad”. Esta definición se encuentra alineada a uno de los principios



de la Ley, el de accesibilidad, que establece como prioridad la eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los sectores de la sociedad, incentivando la equiparación de oportunidades, reafirmando la idea del turismo como derecho de todos los habitantes, sin discriminación alguna. De este modo, mientras que la concepción específica refiere al turismo social concretamente para aludir a las vacaciones de los grupos socioeconómicamente vulnerados, la amplia considera este aspecto, pero incluye además otros relacionados a la promoción del desarrollo y la solidaridad a partir del turismo.

El Comité Económico y Social Europeo en su dictamen sobre "El turismo social en Europa" manifiesta que existe una actividad de turismo social siempre que se den tres condiciones:

- Que se detecte una situación real de incapacidad total o parcial de ejercer plenamente el derecho al turismo. Ello puede provenir tanto de condiciones económicas, de discapacidades físicas o mentales, de condiciones de aislamiento personal o familiar, de movilidad reducida, de dificultades geográficas y de una gran variedad de causas que en definitiva suponen un obstáculo real.
- Que alguien, ya sea institución pública o privada, empresa, sindicato o simplemente un grupo organizado de personas, se proponga actuar y actúe en el sentido de vencer o reducir ese obstáculo que impide a una persona ejercer su derecho al turismo.
- Que esa actuación tenga efectividad real y contribuya a que un grupo de personas en las condiciones y bajo los valores de sostenibilidad, accesibilidad y solidaridad.

En definitiva, el turismo social es una modalidad de inclusión social que promueve el acceso al turismo para todos los sectores de la población, en pos de su consideración como derecho de las personas.

2.3. Turismo social en el mundo

Podría decirse que las primeras prácticas de turismo social se dieron en 1873 en Alemania, que a través de un decreto imperial otorgó a todos los funcionarios del sector público, independientemente del rango, el derecho a las vacaciones pagas.

En los inicios del siglo XX, en Europa comienza a cuestionarse el acceso elitista por parte de la nobleza primero y la alta burguesía al tiempo libre, la recreación y el turismo de esa época, no solo por cuestiones económicas sino más bien por



indisponibilidad de tiempo para el descanso por parte de las clases trabajadoras. En este contexto, el turismo social surge en defensa de una mayor equidad en el disfrute del tiempo libre y sus actividades asociadas, bajo el principio de justicia social que comenzaba a ocupar un lugar destacado en la agenda pública en estados con mandatos autoritarios y democráticos, que incorporaron el turismo como una necesidad social en el marco de las políticas de bienestar una vez ampliado el derecho a las vacaciones. Asimismo, a partir de los sindicatos y el movimiento obrero se comenzó a forzar a los estados a impulsar los primeros programas turísticos y a institucionalizar las vacaciones pagadas (si bien la primera proclamación de carácter internacional fue la Convención 52 de la Organización Internacional del Trabajo en 1936, los estados comenzaron a suscribir acuerdos parciales tras la finalización de la Primera Guerra Mundial, debido a la intensa presión obrera); así como construyendo equipamiento turístico propio y creando movimientos asociativos, cooperativistas y mutualistas específicos.

En Alemania, por ejemplo, el complejo turístico “Prora” fue ideado como zona de recreo y descanso para las familias obreras por el sindicato nacionalsocialista “Fuerza a través de la alegría”, que entre 1933 y 1945 se ocupó de la vigilancia, estructura y uniformidad del tiempo libre de la población alemana. En su origen fue concebido para alojar a unos 20.000 vacacionistas, con la idea de que todo obrero pudiera disfrutar una vez al año de unas vacaciones en la playa (La Vanguardia, 2018).

Actualmente, son numerosos los actores que promueven la defensa de un acceso al turismo más equitativo: estados, sindicatos, organismos de cooperación, clubes y otras diversas asociaciones sin fines de lucro, como el Buró Internacional de Turismo Social (hoy denominado Organización Internacional de Turismo Social - OITS), que quedó instituido en el encuentro de Bruselas (1963), integrado por diversos actores públicos y privados. La misma tiene la misión de promover el acceso al tiempo libre, a las vacaciones y al turismo, al mayor número posible de personas (jóvenes, mayores, familias y personas discapacitadas), así como de facilitar los medios para lograr dicho objetivo. Con dicho fin, se encarga tanto de la coordinación de las actividades turísticas de sus miembros, como de la información de toda materia relacionada con el turismo social, ya sea en los aspectos culturales o en las consecuencias económicas y sociales, permitiendo así la promoción de un turismo



solidario y sostenible que beneficie a la población local y respete el patrimonio natural y cultural (OITS, s.f.). La OITS organiza un congreso mundial cada dos años, seminarios regionales o temáticos, así como workshops, con el fin de estimular las relaciones entre los miembros asociados y los colaboradores. Igualmente, la organización está relacionada con la Confederación europea de sindicatos (CES) – con quien firmó un Convenio de colaboración en 2001 -, y con la Federación europea de sindicatos para los sectores de alimentación, agricultura y turismo (EFFAT), con quien ha firmado una declaración común en 2005. Asimismo, mantiene una estrecha colaboración con las instituciones de la Unión Europea y la UNESCO, y trabaja con la Asociación internacional de cooperativas de turismo (TICA). En la actualidad, dicha organización tiene como países miembros a Bélgica, Italia, Francia, Canadá, entre otros, no formando Argentina parte de la OITS.

Por otra parte, existen distintas políticas públicas de turismo social en diversos países o regiones.

En Europa, existen diversas organizaciones sociales específicas que surgieron hace décadas impulsando sus propias propuestas de turismo social. A modo de ejemplo, la asociación Family Holiday en Reino Unido, y Vacances Ouvertes en Francia, fundada en 1990 con el objetivo de alentar a las personas excluidas de ir de vacaciones (desempleados, trabajadores precarios, familias monoparentales, discapacitados, mayores, entre otros.)

La Comisión Europea comenzó a gestionar en 2009 la iniciativa “Calypso”, con el objetivo de abrir nuevos horizontes para los viajeros jóvenes, mayores, personas con discapacidad y las familias de bajos ingresos, así como el de crear nuevos puestos de trabajo y oportunidades de negocio en el periodo de temporada baja. Su objetivo es permitir a los ciudadanos más desfavorecidos viajar a través de Europa, fomentando el turismo transfronterizo, y al mismo tiempo ayudar a las economías locales vencer la baja estacionalidad. El Programa consta de una plataforma web para facilitar el turismo transnacional en Europa, que vincule la demanda y la oferta de los servicios turísticos y de alojamiento (Unión Europea, 2011).

Por su parte, España desarrolla un Programa de turismo social a través del Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO) como un servicio complementario de las prestaciones del Sistema de la Seguridad Social española, con el objetivo de proporcionar a las personas mayores estancias en zonas de costa y



turismo de interior, contribuyendo con ello a mejorar su calidad de vida, su salud y la prevención de la dependencia, contribuyendo asimismo al mantenimiento del empleo y la actividad económica, paliando las consecuencias que en materia de empleo produce el fenómeno de la estacionalidad en el sector turístico del país.

En Portugal, la Fundación INATEL creada en 1935, actualmente a cargo del Ministerio de Trabajo, Solidaridad y Seguridad Social, tiene como objetivo contribuir al bienestar integral y al desarrollo personal de cada persona, así como a la inclusión social de los ciudadanos. Con ese fin, organiza actividades de esparcimiento y esparcimiento para jóvenes, trabajadores, adultos mayores, familias y comunidades a través de propuestas sostenibles en todos los ámbitos de su intervención, desarrollando actividades para potenciar el tiempo libre en las áreas de turismo social, cultura popular y deporte amateur, con profundas inquietudes de humanismo. Está presente en todo el país con una red de 27 Locales INATEL, 17 Unidades Hoteleras INATEL, un Parque de Juegos INATEL, varios pabellones deportivos y el Teatro da Trindade INATEL, en Lisboa.

Costa Rica tiene en marcha el programa “Turismo Social con Integridad”, dependiente del Instituto Costarricense de Turismo, que posee un elemento importante que es la articulación y participación empresarial entre los diferentes actores, en donde destacan: Hospedaje, Tour Operación, Gastronomía, Actividad Temáticas, Rent a Car, Centros de Convenciones, Organizaciones, Fundaciones y demás empresas que se pueden involucrar en el proceso relacionado con la cadena de valor (Revista Aire Libre, s.f.).

En Latinoamérica, muchos países aún no cuentan con políticas públicas de turismo social, y en algunos países como Perú, México y Colombia, el sector privado y organizaciones civiles impulsan iniciativas de turismo social.

Chile implementa a través del Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR] tres programas con distintos destinatarios: “Vacaciones de Tercera Edad”, destinado a las personas con más de 60 años de edad y a mayores a 18 años con capacidad disminuida, que incluye traslado, estadía con pensión completa, excursiones y el seguro de asistencia al viajero; desde 2007, se el programa “Gira de Estudio”, destinado a estudiantes que se encuentren cursando el segundo año de la enseñanza media; y desde 2015, el programa “Turismo Familiar”, canalizado a partir de los municipios que gestionan y seleccionan a los beneficiarios de acuerdo a los requisitos



que establece el programa, que promueve viajes de escapada (3 días y 2 noches) a los atractivos más importantes de sus propias regiones, con guía de turismo, pudiendo optar por paquete con o sin transporte incluido (SERNATUR, s.f.).

En Uruguay, el Sistema Nacional de Turismo Social del Ministerio de Turismo se impulsa a partir del año 2006 con el propósito de hacer accesible al mayor número de personas el disfrute del tiempo libre y la recreación, posibilitando viajes a lugares turísticos de calidad y a precios accesibles, buscando potenciar la actividad turística durante todo el año y contribuir al desarrollo local través del turismo. Conforme lo indica la página web (Gobierno del Uruguay, s.f.), “aspira a que las personas que habitualmente no ejercen su derecho al turismo viajen en condiciones adecuadas de accesibilidad, seguridad y comodidad, materializándose, así como un Derecho Humano”. Incluye propuestas para diferentes segmentos: “Turismo para Trabajadores”, destinado a empleados públicos y privados y su grupo familiar de acuerdo a un ingreso mínimo; “Turismo Joven”, para estudiantes o trabajadores de entre 18 y 29 años de edad y niños y adolescentes vinculados a organizaciones de promoción social; “Turismo Estudiantil”, dirigido a estudiantes de educación secundaria y de la Universidad del Trabajo de Uruguay; “Turismo para Quinceañeras”, para aquellas jóvenes de familias de bajos ingresos según el promedio de calificaciones escolares; y “Turismo para Adultos Mayores”, en coordinación con el Banco de Previsión Social (BPS), destinado a jubilados y pensionistas.

En las políticas de turismo social de Chile y Uruguay se articula con alojamientos privados de confort estándar (Schenkel, 2019a). Por otra parte, en Brasil existe el Programa “Viaja Mais Melhor Idade” destinado a mayores de 60 años y/o jubilados o pensionados.

2.4. Historia del turismo social en Argentina.

El turismo social en Argentina tiene su primer marco legal en el año 1945, con el Decreto 33.302 que crea el Instituto Nacional de las Remuneraciones, estableciendo el salario vital mínimo y el salario básico, como asimismo la obligatoriedad del pago del sueldo anual complementario, del que recaudaba el 3% con destino al financiamiento de planes de turismo social.

Ese mismo año se sanciona el régimen legal de las Asociaciones



Profesionales de Trabajadores (Decreto 23.852) entre cuyos derechos se incluía (Art. 32): *“establecer colonias de vacaciones, comedores, sanatorios, hospitales y todo servicio social que tienda a elevar la cultura, preservar la salud y mejorar el nivel moral y material del gremio.”*

Asimismo, el Decreto 9504/45 le otorga una mayor jerarquía al área de turismo que en ese entonces, funcionaba en la Dirección de Parques Nacionales, y con el decreto 12.054 de 1946, la mencionada Dirección cambia su denominación a Administración General de Parques Nacionales y Turismo, siendo incluida en la órbita del Ministerio de Obras Públicas.

Estas políticas del gobierno iban de la mano de una importante articulación con el sector sindical, hecho que resultó favorable para el turismo social dado que los sindicatos jugaron un rol trascendental en la organización y prestación de ese servicio para sus afiliados/as, implementando planes de turismo social de amplia difusión, y construyendo o adquiriendo hoteles para el alojamiento de sus beneficiarios/as en la mayoría de los centros turísticos del país. Asimismo, con el objetivo de incentivar el turismo interno regional, se aplicaba un descuento entre un 15 y 25 por ciento a los precios de las tarifas ferroviarias (Pastoriza, E., 2008).

La implementación de los programas de turismo social no fue exitosa desde su inicio; contrario a lo que se podría pensar. Muchos de los potenciales beneficiarios permanecían en sus hogares, dada la cultura instalada de que el turismo era una actividad de “élite” a las que únicamente las clases altas podían acceder, y la falta de experiencia en el turismo por parte de los trabajadores. Por ello, fue necesario desde el gobierno promover y hacer una fuerte campaña comunicacional, como la conocida “Usted se paga el pasaje, y el gobierno el hospedaje”, en la temporada de 1949/50.

A partir de la sanción de la ley 13.992 de 1950, los fondos recaudados para el turismo social fueron administrados por la Fundación de Ayuda Social María Eva Duarte de Perón, la que también tomó a su cargo la administración de las Colonias de Vacaciones. La ley mencionada encomendaba a la Fundación la atención de los fines del artículo 49 del decreto 33.302, para lo cual se le transfirieron todos los fondos disponibles provenientes de la aplicación de lo dispuesto por este artículo, estipulando que esas sumas pasarían a formar parte del patrimonio de la Fundación.

En este marco, el gobierno nacional ofrecía las unidades turísticas de



Chapadmalal, ubicada sobre el litoral atlántico a unos 30 kilómetros al sur de Mar del Plata, Provincia de Buenos Aires, y la de Embalse Río Tercero, en el valle de Calamuchita próximo a la ciudad de Río Tercero, provincia de Córdoba.

La construcción de los nueve hoteles de Chapadmalal fue concluida en 1952 mientras que las obras menores como la guardia médica, la administración y bungalows terminaron en 1954. La Unidad Turística Embalse también fue inaugurada en 1952, durante la segunda presidencia de Juan D. Perón.

El Segundo Plan Quinquenal (1953-1957) consagró al turismo social y escolar como objetivos del Estado, fijando el interés en que la población conociera y se apropiara de la República mediante el acceso a las regiones turísticas (Piglia, M. y Pastoriza, 2017). La política de turismo social “buscaba fomentar el conocimiento del extenso territorio del país, buscando ensanchar el horizonte particular de los ciudadanos, antes limitado a su pueblo o ciudad, e incentivar la idea de Nación...” (Pastoriza, E. 2008, p.15).

Asimismo, Elisa Pastoriza (2008) menciona que:

“Mediante un programa de acceso al turismo social, una multitud de argentinos de todas las clases sociales empezó a descubrir un país hasta entonces muy poco conocido...Cuando era creada la Dirección de Parques Nacionales (1934) de la mano de las consignas “Hacer caminos es hacer grande la Patria” y “Conocer la Patria es un deber”. El encuentro con la naturaleza figuraba en los programas del tiempo libre, en las que el paseo de la montaña era tan benéfico como la asistencia a las playas. Así, mediante el viaje turístico, los trabajadores conocían (y se apropiaban) del país, en un reencuentro con la nación mediante el conocimiento de su paisaje y de su historia”. (p.3).

Es importante destacar que las provincias fueron complementando estas políticas nacionales. En Buenos Aires, por ejemplo, la Dirección de Turismo y Parques pone en ejercicio el Plan de Turismo Social, y bajo la consigna “*Usted se paga el viaje, la provincia el hospedaje*”, adaptando al versión nacional de “*Usted se paga el viaje, el gobierno el hospedaje*”, se posibilita a 220000 personas a viajar



con el Plan de Turismo provincial de verano destinado a Mar del Plata, Necochea, Sierra de la Ventana, Carhué y Tandil, y el plan de Turismo interprovincial de invierno (dirigido a las provincias de Mendoza, Catamarca, San Luis, Santiago del Estero y Córdoba) (Pastoriza, 2008).

Posteriormente, el turismo social mereció una atención especial, creándose dentro de la Dirección Nacional de Turismo la Sección Turismo Social. Se determinó que sus beneficiarios/as serían docentes, empleados/as, jubilados/as, pensionados/as, obreros/as, estudiantes y trabajadores/as independientes, estableciendo la promoción del ahorro turístico, la reducción tarifaria de los servicios de transporte y hotelería y la vinculación con organismos gremiales para lograr un mejor desarrollo del turismo social.

En el año 2000, el Programa Federal de la entonces Secretaría de Turismo tenía como objetivos diversificar la oferta de los complejos estatales, atenuar los problemas de estacionalidad, propiciar la generación de empleo, facilitar el aumento de actividad de las pequeñas y medianas empresas y recibir propuestas y aportes de la actividad privada (Resolución N°427/00). El Programa Federal propuso articular con empresas hoteleras de 1, 2 y 3 estrellas en destinos nacionales, incorporando la figura de destino emergente, priorizando la inclusión de localidades de interés turístico poco consolidadas en la estructura nacional, además de los destinos maduros, principales beneficiarios en sus inicios.

Cabe mencionar que el artículo 14 bis, incorporado en la reforma de 1856 de la Constitución Argentina, que luego fue eliminado y posteriormente agregado ya de manera definitiva como resultado de la reforma constitucional de 1957, establece que el trabajo en sus diversas formas gozará de la protección de las leyes, las que asegurarán al trabajador condiciones dignas y equitativas de labor, jornada limitada; descanso y vacaciones pagados, entre otras, cuestiones que de manera significativa han tenido influencia en la masificación del turismo.

Con la sanción de la Ley Nacional de Turismo N° 25997, el turismo social volvió a estar en la agenda de gobierno. La ley define al turismo como “un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades” (Ley N° 25.997, Art. 2), mientras que el Decreto Reglamentario (N°1.297/06), sostiene en sus considerandos que “el disfrute del ocio recreativo es



un derecho que deben gozar todos los habitantes de nuestro país”.

En el 2004, se le asigna a la Secretaría de Turismo de la Nación elaborar el Plan de Turismo Social y promover la prestación de servicios accesibles a la población privilegiando a los sectores vulnerables, mediante la operación de las unidades turísticas de su dependencia y ejerciendo el control de gestión y calidad de los servicios; además de poder suscribir acuerdos con prestadores de servicios turísticos, organizaciones sociales y empresas privadas a fin de analizar, evaluar y determinar precios y condiciones especiales para dar cumplimiento a los objetivos del presente título.

Dentro de las “Responsabilidades Primarias” (D.1635/2004, R.195/2005) de la Secretaría se encuentra fomentar el turismo social dirigido a los grupos vulnerables de la sociedad, ejecutando las acciones relativas a la prestación de servicios a través de los Programas Federales de Turismo Social mediante la operación de las Unidades Turísticas de su dependencia y ejerciendo el control de gestión y calidad de los servicios.

Como se mencionará en el capítulo 3, punto 2 “Política de turismo social del Estado Nacional 2019-2023”, en diciembre de 2021 el ex MTyD presentó el Plan Nacional de Fortalecimiento del Turismo Social (PNFTS) que busca consolidar el turismo social como política de inclusión y de desarrollo socio-productivo. El PNFTS comprende tres programas: 1) El Programa Chapadmalal y Embalse, 2) El Programa Red Nacional de Turismo Social; 3) El Programa Federal de Turismo Social, y una línea de acción transversal: la creación del Observatorio de Turismo Social, de carácter participativo, intersectorial y federal, para el seguimiento y evaluación de los Programas de Turismo Social a partir de la creación y aplicación de un sistema de indicadores; y la capacitación, asistencia técnica y sensibilización a gobiernos municipales y provinciales y el sector turístico para el impulso de buenas prácticas de turismo social (ex MTyD, 2021, Plan Federal de Fortalecimiento del Turismo Social aprobado mediante Resolución N° 642/21).

2.5.- Objetivos para el Desarrollo Sostenible (ODS)

En la Cumbre para el Desarrollo Sostenible, realizada en la Sede de las Naciones Unidas en Nueva York en septiembre de 2015, los Jefes de Estado y de



Gobierno y Altos Representantes aprobaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, que entró en vigencia el 1 de enero del 2016. El documento “Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible”, propone un conjunto de 17 objetivos y 169 metas, cuyo fin es dar continuidad a los precedentes Objetivos de Desarrollo del Milenio, asumiendo un carácter integrado e indivisible que conjuguen las dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental.

Tal como lo señala el documento suscripto, la Agenda para el Desarrollo Sostenible “es un plan de acción en favor de las personas, el planeta y la prosperidad” que, a su vez, promueve la paz universal dentro de un concepto más amplio de libertad. Su magnitud se demuestra en el propósito de poner fin a la pobreza, luchar contra la desigualdad y la injusticia, hacer frente al cambio climático, haciendo realidad los derechos humanos de todas las personas.

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), cada uno con sus metas particulares, están profundamente interrelacionados y vinculados de manera transversal, y pueden resumirse según se observa en el gráfico 1 a continuación.



Gráfico 1. Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Fuente: Organización de las Naciones Unidas

En cuanto al turismo específicamente, la Agenda reconoce que el desarrollo social y económico depende de la gestión sostenible de los recursos naturales de nuestro planeta, y los firmantes se manifiestan decididos “a preservar y utilizar sosteniblemente los océanos y los mares, los recursos de agua dulce y los bosques, las montañas y las zonas áridas, y a proteger la diversidad biológica, los ecosistemas y la flora y fauna silvestres”, como asimismo, a promover el turismo sostenible, “hacer frente a la escasez de agua y su contaminación, fortalecer la cooperación sobre la



desertificación, las tormentas de arena, la degradación del suelo y la sequía y promover la resiliencia y la reducción del riesgo de desastres...”

Dentro de los 17 ODS, se menciona expresamente a la actividad turística en 3 de ellos, cuyas metas son:

- **ODS 8 - meta 8.9:** De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales
- **ODS 12 – meta 12.b:** Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales
- **ODS 14 – meta 14.7:** De aquí a 2030, aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo.

No obstante, la actividad turística en su totalidad abarca diferentes aspectos y esferas que, de distintas maneras, afectan a muchas de las metas de la mayoría de los ODS relacionadas con el crecimiento económico sostenido, el empleo decente, la igualdad de género, la preservación de los ecosistemas, la producción y el consumo responsable, el fomento de la accesibilidad, la infraestructura resiliente, la mitigación del cambio climático, entre otras. Como se verá en el capítulo 4, punto 4.1.3, el turismo social se vincula con los objetivos y metas relacionadas con el crecimiento económico sostenido, la creación de empleo decente, la igualdad de género, promoción de la cultura y productos locales, la preservación de los ecosistemas, la producción y el consumo responsable, el fomento de la accesibilidad, la infraestructura resiliente, la mitigación del cambio climático y el aumento de los beneficios económicos obtenidos a partir del uso sostenible de los recursos marinos.

La Argentina, al suscribir la Agenda 2030, se comprometió con su implementación y con el establecimiento de un proceso sistemático de seguimiento y análisis de los progresos hacia el alcance de los ODS. Cada objetivo tiene metas específicas que Argentina aplicará dependiendo de su realidad económica, social y ambiental (Presidencia de la Nación Argentina (s.f.). A través del Decreto 499/2017, el Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales [CNCPS] de



Presidencia de la Nación es el organismo responsable de coordinar las acciones necesarias para la efectiva implementación de la Agenda 2030, con intervención de las áreas competentes de la Administración Pública Nacional.

2.6. Objetivos de Desarrollo Sostenible en Argentina

Para cumplir con el compromiso asumido, luego de la presentación del Informe Voluntario Nacional en el Foro Político de Alto Nivel sobre Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, el Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales [CNCPS] convocó a la Comisión Nacional Interinstitucional de Implementación y Seguimiento de los ODS para iniciar dicho proceso.

El CNCPS de Presidencia de la Nación fue creado en el año 2002 como un espacio de articulación para la planificación, coordinación y seguimiento de las políticas sociales nacionales. Tiene como fin alcanzar una correcta y más eficaz administración de los recursos que a ellas se destinan.

En relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el rol del CNCPS es posicionar a los ODS en la agenda de los Estados nacional, provincial y local, y sensibilizar a la sociedad en conjunto, impulsar mecanismos de participación y colaboración con los ODS desde el sector privado empresarial, las universidades y las organizaciones de la sociedad civil, y coordinar los procesos de adecuación a los ODS en las distintas instancias gubernamentales.

En diciembre de 2015 se determinó que el CNCPS realizara una priorización de metas de ODS para proponer al resto del Gabinete del Ejecutivo Nacional. Con este mandato, el CNCPS priorizó ciertas metas de acuerdo al objetivo de eliminación de la pobreza planteado en el eje de Gobierno "Pobreza Cero".

En abril de 2016 se convocó a una Comisión Nacional Interinstitucional de Implementación y Seguimiento de los ODS conformada por el conjunto de los Ministerios y otros Organismos nacionales y coordinada por el CNCPS. Esta Comisión dio inicio a un proceso de adaptación de las metas priorizadas a través del trabajo organizado en seis Grupos de Trabajo. El producto de este trabajo proveyó las bases para el seguimiento de los progresos hacia el logro de las metas determinadas para cada objetivo (Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales, página web).

En la reunión inicial del 1 de septiembre de 2017 se acordó el marco del monitoreo y se estableció la conformación operativa de dos grupos de trabajo



coordinados por el CNCPS. El ex MTyD conformaba el Grupo de Trabajo “Trabajo y Empleo” junto con los Ministerios de Ambiente y Desarrollo Sustentable, de Producción, de Energía y Minería, de Hacienda, de Seguridad, e Justicia y Derechos Humanos y de Trabajo, Empleo y Seguridad Social. Entre los principales productos realizados en el marco de la Comisión y sus Grupos de Trabajo a lo largo del año 2018 se encuentra el Informe País 2018. Este informe presenta el análisis de los progresos hacia el alcance de los ODS 6, 7, 11, 12, 15 y 17; además un listado de 242 indicadores de nivel I con líneas de base (año y valor numérico), metas intermedias y finales y datos actualizados a la última fecha disponible, y también incluye el repertorio de planes, programas y proyectos alineados según las metas de ODS y los Objetivos e Iniciativas Prioritarias de Gobierno. En el mismo Informe País, y a partir de un trabajo realizado por la Dir. Nacional de Coordinación del Presupuesto Nacional en el marco de la Comisión Nacional Interinstitucional de ODS, se realiza una vinculación presupuestaria entre las metas de ODS y el Presupuesto Nacional. Por su parte, por iniciativa de la Oficina Nacional de Presupuesto, se vinculó el Presupuesto Nacional 2019 con los ODS y se incluyeron metas e indicadores definidos en el marco de la Comisión y sus Grupos de Trabajo.

A comienzos de 2019 se publicó el Metadata Argentino ODS, que incluye las fichas técnicas con la metodología para el cálculo de los 242 indicadores de seguimiento que conforman en la actualidad la Agenda Nacional. En abril del mismo año, se realizó una reunión plenaria de la Comisión Nacional Interinstitucional de Implementación y Seguimiento de los ODS que dio origen a reuniones mensuales de Grupos de Trabajo con el fin de completar, hacia fines de año, la edición de un Informe de Gestión sobre la implementación de Agenda Nacional ODS desde sus inicios hasta el presente año. También se está trabajando en la actualización de los indicadores y su desagregación y en la actualización de las iniciativas de gobierno (Planes, Programas y Proyectos) asociados a las metas ODS. Además, se están incorporando nuevas metas e indicadores con sus respectivas fichas técnicas y se está ampliando la vinculación presupuestaria a la totalidad de las metas definidas por la Argentina para el alcance de los 17 ODS.

CAPÍTULO 3. DESCRIPCIÓN DEL TURISMO SOCIAL EN ARGENTINA

3.1. Participación turística de la población argentina.



La Encuesta de Viajes y Turismo en Hogares (EVyTH) realizada en conjunto entre el INDEC y el organismo nacional de turismo (antes SECTUR) analiza las prácticas de ocio de residentes en Argentina. La EVyTH entiende como unidad de medida al “viaje turístico” como un desplazamiento con al menos un pernocte en destino, que se puede realizar tanto en alojamientos comerciales, como en residencias de familiares y amigos o, incluso, propias (segundas residencias). De su análisis surge que la mayoría de la población no realiza viajes turísticos en ningún momento del año. A partir de este parámetro, la EVyTH destaca una evolución del acceso al turismo en Argentina de 35% (2006), 44% (2010), 48% (2015), 42% (2016), 42% (2017), 37% (2018) y 39% (2019) (Schenkel, 2019).

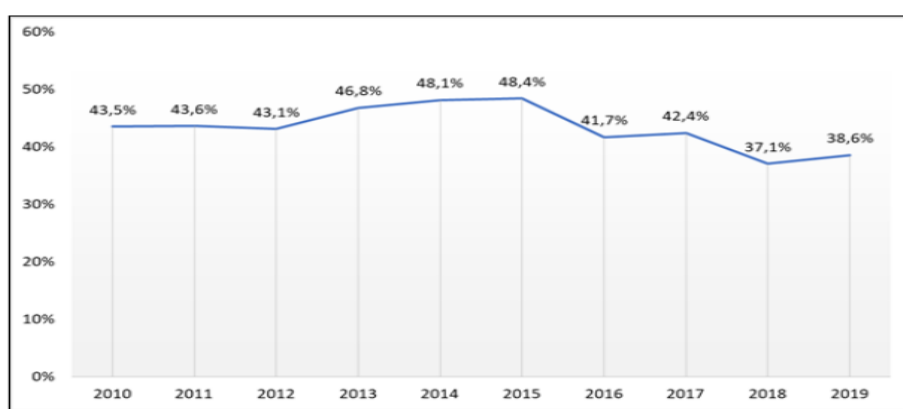


Gráfico 2. Proporción de residentes que realizó al menos un viaje con pernocte. Años 2010-2019, Argentina. En porcentaje. Fuente: Schenkel, E. (2022)

Según surge del análisis de la EVYTH, en Argentina, de cada diez residentes que no realizan turismo a lo largo del año, uno elige no hacerlo en función de sus preferencias; los demás permanecen en sus casas mayoritariamente por no disponer de los ingresos necesarios para acceder a su consumo. Dentro de las otras barreras identificadas se encuentran el escaso tiempo disponible, problemas de salud, falta de planificación, inconvenientes familiares, entre otras, no alcanzando en conjunto la causa económica. La última EVYTH pre-pandémica, evidencia que la exclusión turística por ingresos representa al 60% del público que afirma no poder vacacionar.

Por otra parte, esto se demuestra en la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares (INDEC, 1997-2013) cuando registra el gasto destinado al ocio turístico y recreativo en relación al decil de ingreso del hogar: al descender en la escala de ingresos son menores las proporciones del presupuesto familiar que se destina al ocio, debido a que existen necesidades más urgentes que satisfacer: mientras que el decil



1 proporciona al turismo un gasto presupuestario del 0,10% y al esparcimiento del 5,3%, el decil 10 le atribuye un 4,1% y un 11,5%. Cabe concluir, entonces, que el turismo es la práctica de esparcimiento menos elegida por las personas de bajos ingresos, que optan por actividades de ocio más económicas, como la participación en espectáculos deportivos y musicales, la asistencia a cines, la colaboración en clubes barriales y el acceso a televisión por cable. La pertenencia a un sector de estrato bajo disminuye el nivel de participación turística y reproduce a su vez nuevas desigualdades (Schenkel y Ercolani, 2018).

Como menciona Schenkel, esta situación evidencia la importancia de impulsar políticas públicas dirigidas a este universo de “*non-travelers*” (Haukeland, 1990). Este sector, suele quedar excluido de toda acción de gobierno, que aborda el turismo más por sus externalidades económicas que por los beneficios sociales y de salud que han justificado la extensión del derecho a las vacaciones como elemento de bienestar. Para ello resulta fundamental avanzar en políticas distributivas que, como señala Richards (1998), constituyen el principal instrumento estatal para democratizar el bienestar; así como avanzar en políticas específicas, que, a partir de la promoción del turismo social, desarrollo en oportunidades de esparcimiento en beneficio de sectores vulnerables.

Lo expuesto exige posicionar al turismo social en la agenda pública desde una perspectiva centrada en las personas (Schenkel y Cañada, 2021), generando oportunidades recreativas y turísticas que apuesten por la generación de un valor agregado no económico, que integre objetivos humanistas, pedagógicos, de desarrollo individual y colectivo.

3.2 Política de turismo social del Estado Nacional 2019-2023.-

Al momento del comienzo de la presente investigación (2019 e inicios de 2020), desde el ex MTyD las acciones de turismo social se ejecutaban en los siguientes programas:

✓ Programa de Unidades Turísticas: desarrollado en las Unidades Turísticas de Embalse Río Tercero -provincia de Córdoba- y Chapadmalal – provincia de Buenos Aires. Las unidades turísticas son complejos conformado por una serie de hoteles donde se ofrecen servicios de alojamiento, gastronomía e instalaciones



de apoyo (polideportivos, piscinas, paradores de la playa, museos, etc.) que permiten la realización de actividades deportivas y recreativas en general.

Dentro de este Programa, se ofrecían los siguientes planes:

- Escolar: destinado a niñas, niños y adolescentes menores de 18 años, que estén cursando su último año tanto en la primaria como secundaria en escuelas nacionales, provinciales y municipales.
- Tercera edad: para centros de personas jubiladas, pensionadas y adultas mayores (más de 65 años).
- Familiar: destinado a grupos familiares de escasos recursos. Fuera de temporada de verano también pueden acceder a este plan matrimonios de personas jubiladas o pensionadas.
- Eventos: grupos de más de diez personas, pertenecientes a instituciones del Estado o con interés público.

Las estadías de las Unidades Turísticas incluían seis noches de alojamiento con pensión completa. Cabe mencionar que las Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse fueron declaradas Monumentos Históricos Nacionales mediante el Decreto PEN 784/13.

✓ Programa de Turismo Accesible: dirigido a prestadores turísticos; surge de una acción conjunta entre el ex MTyD y la Agencia Nacional de Discapacidad (ANDIS) y tiene como objetivo principal fomentar la inclusión plena de las personas con discapacidad en los distintos ámbitos turísticos.

Para ello, se desarrollaban diversas acciones con el propósito de que las personas con discapacidad puedan acceder a alojamientos turísticos que tengan adecuados estándares de calidad considerando el confort, el bienestar, la seguridad y la accesibilidad.

De este modo, el desarrollo de productos turísticos de turismo social ha promovido el nacimiento de agencias de turismo locales, de medios de transporte para trasladar a los turistas, de excursiones y circuitos turísticos, venta de productos autóctonos, ampliación de nuevos servicios de hotelería, etc. Además, las Unidades Turísticas han fortalecido sus sistemas de información y comunicación y han



reacondicionado sus estructuras hoteleras. También se han creado museos históricos en cada Unidad y se han construido instalaciones para discapacitados, entre otras mejoras.

Posteriormente, el ex MTyD, desde los inicios de su gestión en diciembre de 2019, reconoció al turismo social dentro de sus ejes estratégicos y prioritarios, y buscó reactivar las prestaciones que se encontraban inmersas en un profundo retroceso. La iniciativa comprendía una vocación de intervención integral en el área, que incluyó la recuperación edilicia de las Unidades Turísticas de Embalse (UTE) y Chapadmalal (UTCH), la federalización de la política de turismo social y la incorporación de una extensa oferta pública y privada en diversos destinos nacionales.

Dichos lineamientos se tradujeron en un aumento del presupuesto afectado al área, que volvió a presentar una tendencia creciente luego de años de desinversión.

Este posicionamiento cobró aún más relevancia a partir del año 2020, cuando la crisis causada por la COVID-19 otorgó al turismo social un lugar central en la agenda sectorial. En tiempos de pandemia, el turismo social se posicionó como una alternativa para reimpulsar el turismo nacional, los turismos de proximidad, regionales y locales, a partir del impacto expansivo que suele generar la subvención pública en contextos de crisis; para desmasificar sitios y lugares, con la facilitación de viajes en periodos de baja demanda comercial; e, incluso, para diversificar la oferta, a partir del apoyo de destinos emergentes y modalidades alternativas, de pequeña escala, vinculadas a prácticas de ecoturismo, turismo rural y comunitario.

En este contexto, el lanzamiento del Plan Nacional de Fortalecimiento del Turismo Social (PNFTS) en diciembre del 2021 buscó consolidar el turismo social como política de inclusión y de desarrollo socio-productivo, en base a la destacada trayectoria que presenta Argentina en la materia y, a su vez, a la necesidad de atender nuevas demandas, que lo señalan como inductor de dinamización económica, comprometido con las poblaciones locales y su ambiente (Declaración de Montreal, 1996).

Conforme a la Resolución 642/2021 de fecha 30 diciembre de 2021, el “PLAN NACIONAL DE FORTALECIMIENTO DEL TURISMO SOCIAL” en el ámbito de la Subsecretaría de Calidad, Accesibilidad y Sustentabilidad, que tenía a su cargo la Dirección Nacional de Turismo Social del ex MTyD, tenía como objetivos “*promover*



el acceso de toda la población a las prácticas turísticas y recreativas, facilitando la participación de los sectores sociales con menos disponibilidades o recursos; generar una demanda de turismo interno a lo largo del año que atenúe los problemas derivados de la estacionalidad y favorezca a las comunidades de destino con la generación de ingresos y empleo permanente, y propiciar un sistema de turismo social de carácter federal que integre al conjunto de las provincias del país tanto en términos de diseño de la oferta como de estímulo de la demanda”.

A tales fines, el Plan comprendía tres programas y una línea de acción transversal: 1. El Programa Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse, circunscripto a: la recuperación edilicia de ambas unidades como símbolos del turismo social en Argentina; una mejora de las prestaciones bajo criterios de seguridad, accesibilidad y bienestar. 2. El Programa Red Nacional de Turismo Social, que comprendía la ampliación de la oferta pública en todo el territorio del país. 3. El Programa Federal de Turismo Social, que implicaba un relanzamiento de la propuesta del año 2000, con: la incorporación de propuestas socio-recreativas y deportivas como alternativa o complemento de las prestaciones turísticas; la participación de organizaciones de la economía social y popular, junto a las micro, pequeñas y medianas empresas. 4. La creación del Observatorio de Turismo Social, de carácter participativo, intersectorial y federal, para: el seguimiento y evaluación de los Programas de Turismo Social a partir de la creación y aplicación de un sistema de indicadores; la capacitación, asistencia técnica y sensibilización a gobiernos municipales y provinciales y el sector turístico para el impulso de buenas prácticas de turismo social.

Por otra parte, cabe destacar algunas consideraciones en relación a la política de turismo social nacional 2020-2023, conforme a la información brindada por la Dirección de Turismo Social del ex MTyD en marzo de 2023:

- Los planes del Programa de Unidades Turísticas cubren diferentes grupos etarios (escolar, familiar, tercera edad), permitiendo garantizar el derecho al turismo a un sector de la población.
- La distancia entre la residencia de los beneficiarios y las Unidades Turísticas es una importante variable a considerar: de los visitantes de ambas unidades en 2013-2020, el mayor caudal proviene de Buenos Aires, Capital Federal y Córdoba, concentrando estas 3 el 79% del total, mientras que ninguna de las otras



jurisdicciones supera el 4%. Esto demuestra que, si bien la política tiene alcance nacional, quienes residen en localidades próximas a las ciudades de Chapadmalal y Embalse cuentan con más facilidades para acceder a ellas, lo que se traduce en mayor oportunidad y capacidad (“Diseño de estrategias e intervenciones”, 2021).

Ambas cuestiones se pueden observar en los gráficos a continuación.

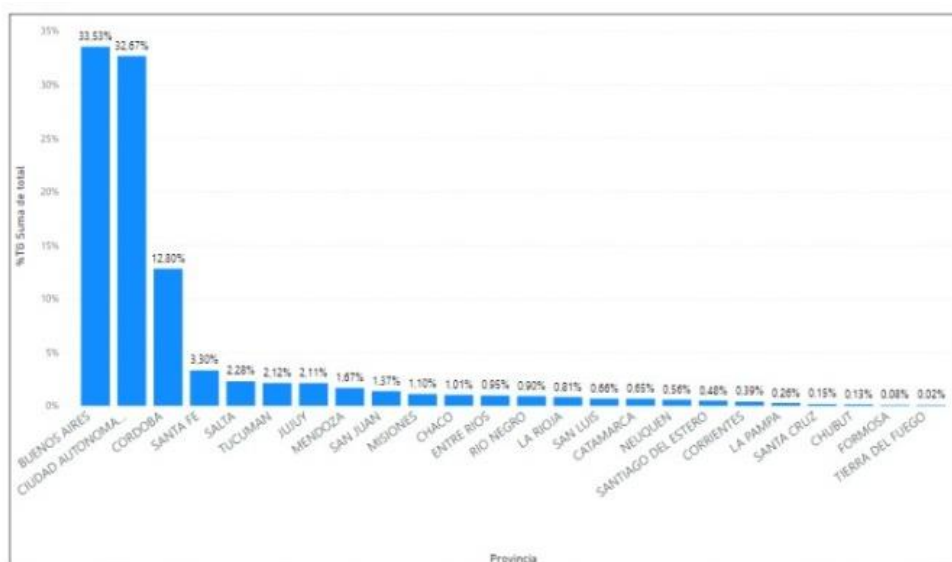


Gráfico 3. Proporción de receptores de asistencia turística social por jurisdicción- acumulado 2013-2020. **Fuente:** “Diseño de estrategias e intervenciones” (2021), p. 5.

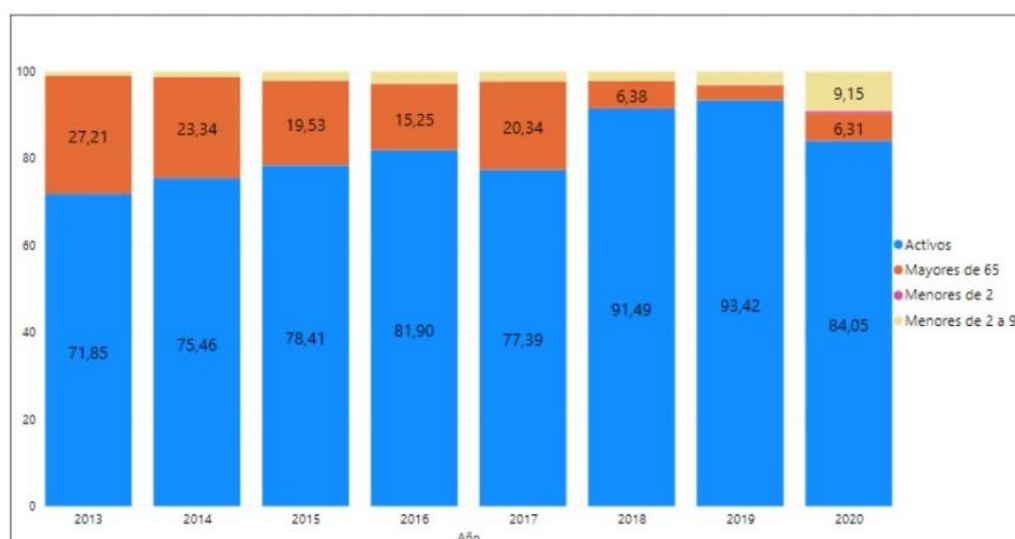


Gráfico 4. Proporción de beneficiarios de asistencia turística social por grupo etario – 2013-2020. **Fuente:** “Diseño de estrategias e intervenciones” (2021), p. 8.

Presupuesto.

En los años 2020 a 2023, los Programas Unidades Turísticas y Turismo



Accesible se financiaban en base a las partidas asignadas al ex MTyD en el presupuesto nacional anual más reajustes y asignaciones trimestrales. Asimismo, se incorporan ingresos por turista y convenios con organismos gubernamentales, jugando un rol esencial lo percibido a través del Fondo Nacional de Turismo (FNT).

Mediante la Ley N° 27.591 de Presupuesto General de la Administración Nacional para el Ejercicio 2021, prorrogada por el Decreto N° 882 del 23 de diciembre de 2021, se aprobó el presupuesto anual para el Programa 18 – Plan Federal de Turismo Social del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, por la suma de \$ 1.129.356.118, con un total de 57 cargos de recursos humanos destinado a la administración de unidades turísticas, lo que representa la suma de \$960.074.914. Asimismo, se contempla la partida presupuestaria para la Refacción, Restauración y Puesta en Valor (instalación eléctrica, sanitaria, cubiertas, aberturas, fachada) Chapadmalal por la suma de \$ 169.281.204.

CÓDIGO	DENOMINACIÓN	UNIDAD EJECUTORA	CRÉDITO	RECURSOS HUMANOS
Actividades: 41	Administración de Unidades Turísticas	Ministerio de Turismo y Deportes	960.074.914	57 cargos
Proyectos: 26	Refacción, Restauración y Puesta en Valor (instalación eléctrica, sanitaria, cubiertas, aberturas, fachada) Chapadmalal	Dirección Nacional de Prestaciones Turísticas	169.281.204	0 cargos
TOTAL:			1.129.356.118	57 cargos

Gráfico 5. Presupuesto ejercicio 2021, ex MTyD, Programa 18 – Plan Federal de Turismo Social. Fuente: Ley N° 27.591 de Presupuesto General de la Administración Nacional para el Ejercicio 2021.

Asimismo, conforme a lo informado por la Dirección Nacional de Turismo Social del ex MTyD a marzo de 2022, el Ministerio de Obras Públicas nacional tenía a su cargo la refacción del hotel 1 de Embalse y 4 de Chapadmalal. Por otra parte, a través de un préstamo internacional brindado por FONPLATA (Fondo Financiero para el Desarrollo de los Países de la Cuenca del Plata), al momento de la presente investigación se realizaba la refacción, restauración y puesta en valor del hotel 3 de Chapadmalal y el hotel 5 de Embalse.



El Programa de Puesta en Valor de los Hoteles N°3 de la UT de Chapadmalal y N°5 de la UT de Embalse consistió en una inversión de 12 millones de dólares financiada por FONPLATA y de 3 millones de dólares financiados por el Estado Argentino, con los siguientes objetivos:

- Aumento de plazas: incorporación de 589 plazas para el Hotel 5 de Embalse y 433 plazas para el hotel 3 de Chapadmalal (Total Plazas: 1.022), para el beneficio de 23.000 turistas (grupos familiares, jóvenes estudiantes, personas mayores y personas con discapacidad).
- Recuperación de Patrimonio: reconstrucción, puesta en valor y reapertura de 2 hoteles patrimonio histórico nacional cumpliendo con las normas de accesibilidad y seguridad actuales.
- Aumento del trabajo y profesionalismo: para trabajadores de las Unidades Turísticas y su área de influencia, a través de la generación de empleos directos, indirectos e inducidos. Se estimaba capacitar alrededor a 500 personas, en temáticas de seguridad e higiene, riesgos de desastres, prácticas ambientales responsables, asistencia a personas mayores y personas con discapacidad y en turismo responsable y género.

3.3. Políticas de turismo social de gobiernos provinciales

Conforme a lo informado en el mes de marzo de 2023 por la Dirección Nacional de Turismo Social del entonces MTDS, no existía a tal fecha un relevamiento institucional de las políticas de turismo social a nivel jurisdiccional, ni se contaba con referentes de los organismos de turismo provinciales vinculadas a acciones de turismo social.

A partir de lo relevado, a continuación, se expone la oferta de turismo social de las jurisdicciones del país (relevamiento 2021-2023):

PROVINCIA	ORGANISMO A CARGO	DESTINATARIOS	DESCRIPCIÓN
BUENOS AIRES	Subsecretaría de Turismo del Ministerio de Producción, Ciencia e Innovación Tecnológica	Niños, niñas y adolescentes y población en general que desee ser beneficiaria del Programa de UT del Ministerio de	En junio de 2022 se crea el Programa de Turismo Social y subprogramas: "Fortalecimiento del Turismo Social en los Municipios: Capacitación, Implementación y Evaluación del Referencial para la Gestión Municipal del Turismo Social (Retursoc)"; "Turismo Social en Chapadmalal", que buscará



		Turismo y Deportes de la Nación	promover viajes a unidades hoteleras ubicadas en Chapadmalal que son administradas por el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación; “Los Niños, Niñas y Adolescentes en los Pueblos Turísticos”, que busca fomentar en los jóvenes “la concientización sobre políticas de conservación y recuperación ambiental y puesta en valor del patrimonio cultural de pequeños destinos de menos de 2.000 habitantes”; y “Conociendo Nuestra Capital y Alrededores, niños, niñas y adolescentes provenientes de diversos municipios de la Provincia” y tiene como objetivo garantizar el derecho al turismo y ocio, dando preferencia a los sectores en situaciones de vulnerabilidad, mediante una visita guiada en diferentes sitios turísticos de interés patrimonial, natural y cultural en la ciudad de La Plata y sus alrededores (Diputados Bonaerenses, 2022).
CABA	Ministerio de Desarrollo Humano y Habitat	Niños, niñas y adolescentes de hasta 21 años de edad que se encuentren en situación de vulnerabilidad social y estén participando de actividades dentro de instituciones gubernamentales y no gubernamentales con las que la Ciudad haya suscripto convenios de mutua colaboración e intercambio	El objetivo es generar y promover espacios vivenciales educativos, recreativos y turísticos para complementar y fortalecer el trabajo que realizan instituciones gubernamentales y no gubernamentales con niños, niñas y adolescentes, tendientes a lograr un abordaje integral en función del cumplimiento efectivo de sus derechos (Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, s.f.).



CATAMARCA	Ministerio de Desarrollo Social, a través de la Dirección Provincial de Desarrollo Humano y Familia, perteneciente a la Subsecretaría de la Familia, en articulación con el área de Participación Ciudadana de la Secretaría Nacional de Niñez, Adolescencia y Familia	Niños, niñas y adolescentes	La ley 5267 de la provincia de Catamarca (2009) que declara de interés provincial al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo de la provincia, establece que la Secretaría de Estado de Turismo de la Provincia, tendrá los siguientes deberes: fijar las tarifas y precios de los servicios que preste en todo lo referido al turismo social y recreativo en las unidades turísticas a su cargo, así como de los objetos que venda para el cumplimiento de sus actividades conexas; favorecer el intercambio turístico, la promoción y la difusión mediante acuerdos y/o convenios multilaterales con otras provincias, países u organismos, a los fines de incrementar e incentivar el turismo hacia la provincia y/o la región; construcción, ampliación, refacción y equipamiento de instalaciones destinadas al turismo social. Conforme surge de medios locales del 2013 el Programa de Turismo Social se posibilita el acceso al turismo de un segmento de población en situación de vulnerabilidad social y permite cumplir con su finalidad principal de mejorar la calidad de vida de una determinada porción de la población, a partir de una política integral. Los niños, niñas y adolescentes de la provincia podrán disfrutar del juego, el turismo y el intercambio cultural, fortaleciendo una acción pedagógica mediante acciones directas, a la vez que conozcan otros paisajes, distintas manifestaciones culturales y costumbres regionales y compartan vivencias con chicos de otros lugares, conociendo así su país. Se les brinda transporte, alojamiento y pensión completa durante 5 (cinco) días, actividades recreativas, deportivas y culturales, paseos y visitas guiadas a distintos lugares de atracción, jornadas de promoción de derechos, acceso a espectáculos y a ensayos de la Banda de la Secretaría Nacional/"Sinfonía Popular" (CatamarcaActual, 2013).
-----------	--	-----------------------------	---



CÓRDOBA	Ministerio de Desarrollo Social Salud, y Agua, Ambiente y Servicios Públicos; la Secretaría de Equidad y Promoción del Empleo; y las agencias Córdoba Deportes, Joven, Cultura y Turismo.	Niños, jóvenes, adultos y adultos mayores (según el Programa)	Programa “Recreación y Turismo Social” busca generar espacios que promuevan lazos afectivos y sociales a partir de actividades inclusivas y recreativas. Desarrolla programas como Derecho al Verano, Formando en el Deporte, Cine Móvil, Turismo Mayor, Turismo Ecocultural y actividades de turismo social a través de las colonias de vacaciones de Alta Gracia, Santa María de Punilla y Unquillo. “Derecho al Verano” se realiza en enero y febrero, y promueve encuentros deportivos, recreativos y culturales en espacios públicos y plazas de barrios de la ciudad de Córdoba y de localidades de la provincia, con actividades libres y gratuitas (Gobierno de la Provincia de Córdoba, s.f.).
CORRIENTES	Ministerio de Turismo	Niños, jóvenes y adultos mayores.	El Programa “Turismo Social y Educativo” fue creado en 2015 (Gobierno de la Provincia de Corrientes, 2022) con el objetivo brindar la posibilidad de recorrer y conocer la Provincia de Corrientes a quienes no las tienen. Permite compartir instancias de aprendizajes que tienen que ver con el rescate cultural de cada lugar, su idiosincrasia y su patrimonio, ya que no se puede valorar lo que no se conoce (Gobierno de la Provincia de Corrientes, 2015).
CHACO	Instituto de Turismo del Chaco y Ministerio de Desarrollo Social	Toda la población/Jóvenes	Conforme a la Ley Provincial N° 1861 del 2010 (Sistema De Informes Laborales, Impuestos Y Sociedades, s.f.), el Instituto de Turismo del Chaco tiene a su cargo promover la prestación de servicios accesibles a la población privilegiando a los sectores vulnerables, mediante la operación de las unidades turísticas de su dependencia, ejerciendo el control de gestión y calidad de los servicios y/o facilitando los medios para que dicho sector pueda acceder a prestaciones turísticas tanto en la Provincia como fuera de ella. Asimismo, la ley establece que el Instituto podrá suscribir acuerdos con prestadores de servicios turísticos, organizaciones sociales y empresas privadas a fin de analizar, evaluar y determinar precios y condiciones especiales para dar cumplimiento a los objetivos del presente capítulo. En el 2015 se presentó el primer programa provincial de



			turismo social “Conocé tu Chaco” con el objetivo de que los chaqueños puedan hacer turismo en la provincia, conociendo sus atractivos y disfrutando de mejores experiencias (Actualidad Chaco, 2015), que a la fecha no se encuentra vigente. En 2023 se lanzó el Programa JuvenTur Chaco, destinado a 400 jóvenes de 18 a 29 años de toda la provincia, que propone actividades recreativas, lúdicas, culturales y deportivas durante tres días para promover el acceso al turismo social y al derecho a la recreación (Gobierno de la Provincia del Chaco, 2023).
CHUBUT	Ministerio de Turismo y Áreas Protegidas	Alumnos, adultos mayores y personas con discapacidad	En octubre 2021 se crea el Programa de Turismo Social y Educativo “Conociendo Chubut” busca propiciar instrumentos y medios que otorguen facilidades para que todos los sectores de la sociedad puedan acceder al ocio turístico en todas sus formas (Gobierno de la provincia de Chubut, 2021).
ENTRE RÍOS	Ministerio de Desarrollo Social	Sindical, tercera edad, educativo y estudiantil	El Programa de Turismo Social y Sindical nació como una necesidad en plena pandemia, con la misión de devolver parte de la dinámica turística perdida, pero que perfectamente se adapta a las premisas trazadas en el inicio de esta gestión provincial para el área, aspira a alcanzar el gran reto de la sostenibilidad. Para la actual área de turismo social se definieron cinco programas de trabajo prioritario: “Conociendo mi Provincia”, “Entre Ríos, Nuestro Hogar”, “Vacacionar en tu Provincia”, “Abuelos Turistas” y “Turismo para Todos” (Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, 2022).
FORMOSA	Ministerio de Turismo	Niños y jóvenes escolarizados y adultos mayores	El Programa de Turismo Social busca hacer efectivo el derecho a la recreación y esparcimiento como, asimismo, contribuir al desarrollo de los proveedores locales a través de la generación de empleo, dinamizando la amplia variedad de servicios ligados a la actividad turística mediante actividades para escuelas (Formosa Diario de Todos, 2022) y para adultos mayores (Siempre Formosa, s.f.). Asimismo, se articula con la Caja Previsional y con asociaciones mutuales para ampliar la oferta turística (Gobierno de la provincia de Formosa, s.f.).



JUJUY	El gobierno provincial no posee un Programa de Turismo Social. Articula con el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación a fin de que habitantes de la provincia sean beneficiarios del Programa nacional.		
LA PAMPA	Ministerio de Desarrollo Social	Grupos de todas las edades	El Programa de Turismo Social tiene como objetivos: promover pequeñas localidades no urbanas con atractivo turístico, recuperar albergues y plantas de campamento, adecuando infraestructura para favorecer la participación de sectores con dificultades de acceso, fomentar la visita y sostener la posibilidad de conocer las plantas turísticas Pehuenco y Casa de Piedra para aquellas personas que no puedan acceder con la forma de turismo convencional, aumentando la participación heterogénea, las experiencias colectivas y la recreación. Está destinado a grupos de todas las edades. Programas: Pro-Vida - Cumelen - Escuelas Deportivas - Escuelas Primarias y Secundarias - Esc. de Fútbol Infantil (Gobierno de la provincia de La Pampa, s.f.)
LA RIOJA	El gobierno provincial no posee un Programa de Turismo Social ni se lo menciona en la ley provincial de turismo. Articula con el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación a fin de que habitantes de la provincia sean beneficiarios del Programa nacional.		
MENDOZA	Ente Mendoza Turismo a través de la oficina de Turismo Social	Alumnos y alumnas que se encuentren cursando quinto y sexto grados de escuelas primarias, priorizando las que se ubiquen en zonas de bajos recursos o en áreas rurales.	Si bien no es expresamente un programa de Turismo Social, el Programa de Turismo Escolar "Conociendo Mendoza" busca promover el turismo interno entre alumnos y alumnas de educación básica de las escuelas provinciales, desarrollando el conocimiento del territorio provincial en el ámbito escolar y generando políticas de inclusión social en el ámbito del Ente Mendoza Turismo (Gobierno de la provincia de Mendoza, s.f.).
MISIONES	Ministerio de Desarrollo Social, la Mujer y la Juventud, a través de la Subsecretaría de Adultos Mayores con el Ministerio de Turismo y el	Adultos mayores	El programa Proyecto Volver a Viajar ofrece viajes a puntos turísticos de toda la provincia con una frecuencia de dos salidas mensuales para 60 personas. Podrán participar de estas actividades las organizaciones de adultos mayores, clubes de abuelos, entre otros, que se registren previamente al programa, entre quienes se sorteará el turno para que accedan a los paseos. De esta manera, la organización proveerá a las organizaciones seleccionadas de



	Centro del Conocimiento		transporte, refrigerio y botiquín de primeros auxilios, para las eventualidades (Gobierno de la provincia de Misiones, 2022).
NEUQUÉN	Subsecretaría de Desarrollo social del Ministerio de Desarrollo Social y Trabajo	Niñas y niños entre 6 y 13 años	El Programa “Turismo Social por Intercambio” se trabaja coordinadamente entre la subsecretaría de Desarrollo Social, los municipios y otros organismos públicos. Fomenta actividades turísticas, deportivas, culturales, educativas y lúdicas como herramientas de formación y desarrollo integral de los niños, niñas y adolescentes en situación de vulnerabilidad social, a fin de que puedan conocer lugares turísticos de la provincia, principalmente aquellos gestionados por organismos del Estado (Gobierno de la provincia del Neuquén, s.f.).
RÍO NEGRO	Ministerio de Turismo, Deporte y el Ministerio de Desarrollo Humano y Articulación Solidaria	Adultos / Estudiantes de Escuelas Hogares, Escuelas Rurales, Residencias Escolares y Escuelas de Gestión Social, entre otros	El Programa de Turismo Social procura la inclusión de sectores vulnerables de la sociedad en la práctica del turismo y se lleva a cabo con la participación de diversas áreas de Gobierno, Instituciones, empresarios turísticos, Asociación Hotelera y Gastronómica, Asociación de Hostels y demás colaboradores. El objetivo es que cada vez más rionegrinos conozcan los destinos turísticos de la Provincia (Gobierno de la Provincia de Río Negro, 2015). En 2022 se hicieron viajes con personas adultas (2022) A su vez, el Programa de Turismo Social y Educativo se encuentra destinado a alumnos/as de primaria y secundaria.
SALTA	El gobierno provincial no posee un Programa de Turismo Social. El Instituto Provincial de Salud de Salta ofrece viajes para afiliados de la obra social provincial a diferentes destinos turísticos, que ofrecen jornadas de descanso y esparcimiento a precios accesibles. En los últimos años se realizaron viajes a las Cataratas del Iguazú, Bariloche, Termas de Río Hondo y, en el interior de la provincia, en Payogasta. Es además un clásico de todos los veranos los viajes a Mar del Plata durante el pico de la temporada turística (https://ipssalta.gov.ar/Turismo.aspx)		
SAN JUAN	Ministerio de Turismo y Cultura y el Ministerio de Desarrollo Humano y Promoción Social	Niños y niñas, personas con discapacidad	En 2018 se crea el Programa de Turismo Social “Conociendo San Juan” (San Juan hoy, 2018), con el objetivo de garantizar el derecho humano a la recreación y al turismo a sectores con vulnerabilidad social. La propuesta contribuye a la difusión y promoción de los recursos, atractivos y servicios de la provincia, llegando a la población de bajos recursos (Gobierno de la provincia de San Juan, 2022).



SAN LUIS	Secretaría de Turismo y el Ministerio de Desarrollo Social	Adultos mayores, infancias, personas con discapacidad, excombatientes de Malvinas	En junio de 2022 se lanzó el Programa de Turismo Social que le brinda la posibilidad a los sectores más vulnerables de conocer los destinos turísticos de la provincia. El Programa incluye varias etapas, en la primera se realizarán viajes programados por el día con grupos de vecinos de San Luis que viajarán en compañía de un guía profesional de turismo en tráfico o colectivos con todos los permisos y seguros pertinentes. En un principio serán dos salidas mensuales en esta primera etapa, los viajes se ampliarán a medida que el programa crezca en el tiempo. El objetivo más adelante, es la posibilidad de sumarle alojamientos en hosterías. Serán excursiones a escenarios naturales de San Luis que se realizarán durante todo el día. Se comenzó con adultos mayores que no tengan posibilidad de realizar estos viajes; luego las infancias, personas con discapacidad y los excombatientes de Malvinas” (Agencia de Noticias San Luis, 2022).
SANTA CRUZ	El gobierno provincial no posee un Programa de Turismo Social. Si bien en el 2010 la provincia ha sancionado la LEY N.3187 (Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, s.f.) que establece que el Estado Provincial atenderá al Deporte, la Recreación y el Turismo Social en sus diversas manifestaciones, que crea el Consejo Provincial del Deporte, Recreación y Turismo Social y el Fondo Provincial para la atención del Deporte, Recreación y Turismo Social, actualmente no se ha podido verificar su funcionamiento.		
SANTA FE	Ministerio de Turismo	Todos los ciudadanos y ciudadanas de la provincia	Comenzaron a desarrollar en el año 2021 el Plan de Turismo Social provincial en conjunto con diferentes referentes del sector gremial y mutual. El objetivo del plan es garantizar un desarrollo integral en la salud, la alimentación, y también el acceso a un ocio comprometido con una realidad, con una historia y con una identidad, como es la santafesina (Gobierno de la provincia de Santa Fe, 2021). Asimismo, el gobierno de la provincia y el ministro de Turismo y Deportes de la Nación, Matías Lammens, suscribieron en marzo de 2022 un convenio de asistencia técnica y financiera para la elaboración de un Plan Provincial de Turismo Social, a fin de potenciar el turismo social en la provincia de Santa Fe (Presidencia de la Nación, 2022). El acuerdo tiene como fin promover el turismo en



			las pequeñas localidades y mostrar su fisonomía propia. Se prevé que en la provincia haya al menos cuatro lugares donde se desarrollen centros modelo de turismo social (ADN 979, s.f.)
SANTIAGO DEL ESTERO	El gobierno provincial no posee un Programa de Turismo Social. El Instituto de Obra Social del Empleado Provincial (IOSEP) ofrece al personal afiliado de los tres Poderes del Estado Provincial y jubilados viajes a Mar del Plata en verano y a Las Termas de Río Hondo en invierno (Instituto de Obra Social del Empleado Provincial, s.f.)		
TIERRA DEL FUEGO A.E.I.A.S.	El gobierno provincial no posee un Programa de Turismo Social. Por su parte, la Municipalidad de Ushuaia lleva a cabo el Programa de Turismo Social y Concientización, que actúa como enlace entre la comunidad residente y la actividad turística local. Sus principales objetivos son concientizar sobre la importancia del turismo para el desarrollo socioeconómico sustentable de la ciudad, impulsar actividades inclusivas generando la oportunidad para que vecinas y vecinos de Ushuaia conozcan, disfruten y valoren los atractivos turísticos, naturales y culturales, promover buenas prácticas ambientales y conductas responsables en el disfrute de los recursos turísticos (Municipalidad de Ushuaia, s.f.).		
TUCUMÁN	Ente Autárquico Tucumán Turismo	Niñas y niños escolarizados, familias, adultos mayores.	El Ente administra la Hostería La Angostura (El Mollar, Tucumán). Los cupos se organizan en tres planes: Escolar, Familia y Tercera Edad. La hostería funciona todo el año y dispone de habitaciones de 4, 5 y 6 personas, y planes de pensión media o completa, con costos muy reducidos. Los servicios incluyen cocheras, canchas de vóley y fútbol, juegos infantiles, y bar / comedor (Gobierno de la provincia de Tucumán, s.f.)

Gráfico 6. Oferta de políticas públicas jurisdiccionales de turismo social a marzo de 2023.

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento.

Conforme surge del relevamiento realizado, al momento de la presente investigación, se observa que de las 24 jurisdicciones del país:

- ✓ 7 poseen una política de turismo social a cargo de organismos (ministerios o secretarías) de turismo;
- ✓ 4 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires gestionan la política de turismo social a través de organismos de desarrollo social/humano;
- ✓ 6 jurisdicciones de manera conjunta entre el organismo provincial de turismo y el de desarrollo social, y;
- ✓ 6 jurisdicciones no poseen política de turismo social, o mediante los institutos previsionales provinciales, únicamente para afiliados empleados del gobierno provincial.



De lo expuesto surge que en muchas jurisdicciones del país el turismo social es gestionado desde ministerios de desarrollo social o desarrollo humano, o a través de estos organismos de manera conjunta con las dependencias de turismo provinciales.

Esto muestra que, en gran medida, el turismo social es abordado con una mirada de beneficencia hacia el turista, sin considerar que ser un destino de turismo social conlleva numerosas ventajas si se lo gestiona dentro de un marco estratégico que promueva el desarrollo local y beneficie al sector privado y a la comunidad en general.

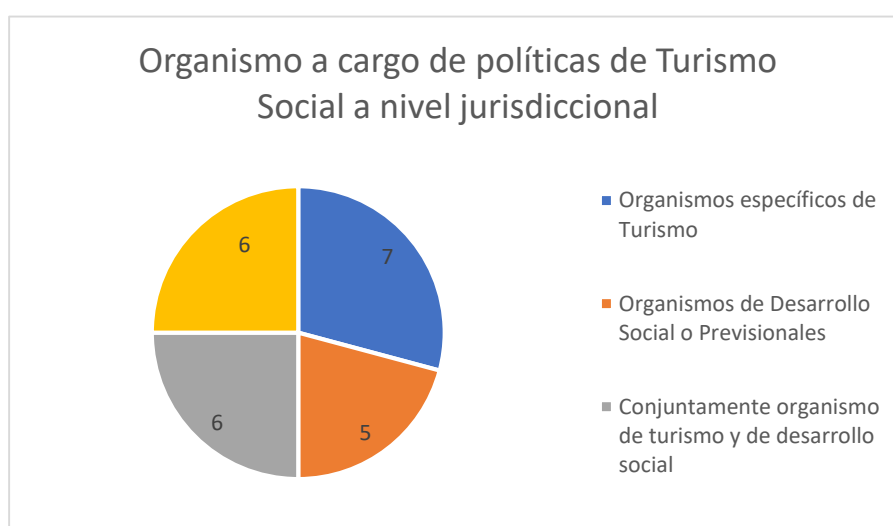


Gráfico 7. Organismo a cargo de políticas de turismo social a nivel jurisdiccional.
Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, cabe resaltar que, en la gran mayoría de los casos, los programas de Turismo Social existentes en la provincia tienen como destinatarios, por un lado, a niñas, niños y adolescentes escolarizados, y por otro, a adultos mayores. Únicamente en 2 provincias los programas se destinan a la población provincial de todas las edades, y en 3 (Chubut, San Juan y San Luis) se ofrece un programa para personas con discapacidad. Esto demuestra una oferta muy acotada para estos sectores, como para la población vulnerable en general que queda excluida de los rangos etarios mencionados.

3.4. Entrevistas. Resultados y análisis

El tamaño de la muestra consistió en 6 entrevistados en total, referentes del rubro turístico, incluyendo distintos segmentos: 2 personas del sector privado, 2 del



sector público y 2 del académico. A continuación, se exponen las conclusiones obtenidas de las entrevistas realizadas².

✓ Al preguntarles por lo primero en lo que piensan cuando escuchan la palabra “turismo”, las respuestas fueron palabras como: felicidad, placer, viajes, paisajes, gastronomía, recreación, descanso, tiempo libre, buenas noticias, linda experiencia, razón del ser.

✓ La mayoría de las personas entrevistadas se sorprendió del porcentaje de argentinos que no ha hecho turismo ni una vez en su vida (aprox. 51%). De los 6 entrevistados, 5 manifestaron tristeza y pena al escuchar ese dato. Todos coincidieron en que es necesario reducir ese número.

✓ Todas las personas entrevistadas mencionaron el intercambio cultural como el mayor impacto positivo del turismo tanto para quien viaja como para la comunidad local. Además, se destacó en varias oportunidades el lado formativo del turismo, la importancia de salir de la propia realidad cotidiana, conectar con otro entorno, la salud mental, la contribución del turismo al desarrollo integral de las personas, a la unión de las comunidades, la tolerancia y la empatía que puede generar el turismo.

✓ Si bien todos los entrevistados relacionan el turismo con impactos negativos (daño ambiental, contaminación, mayor generación de residuos), 3 se mostraron convencidos de que se están tomando las medidas para reducir y minimizar los daños, aunque se deben seguir fomentando las buenas prácticas. Otros 3 hicieron énfasis en la poca conciencia ambiental y en la mirada cortoplacista del beneficio económico inmediato, en la necesidad de hacer un giro y educar, sensibilizar, concientizar, incentivar a los actores del sector y a los ciudadanos en pos del desarrollo sostenible y de la conservación del patrimonio natural y cultural. Uno de los entrevistados mencionó el daño a la naturaleza que genera el turismo cuando no hay una planificación correcta.

✓ En relación al turismo en general, todos coincidieron en la necesidad de buscar nuevos destinos alternativos a los ya consolidados. Se mencionó la necesidad de medir la capacidad de carga y el impacto, redireccionar la demanda, evitar el sobreturismo, no masificar, tomar recaudos. Asimismo, se sugirió la planificación de

² La transcripción de las entrevistas y el grillado se encuentran al final del presente trabajo como Anexos I y II respectivamente.



destinos ya consolidados y el desarrollo sostenible de destinos emergentes con potencial, de mejoras en infraestructura y conectividad, de desarrollo de productos nuevos y su promoción.

- ✓ Todas las personas entrevistadas manifestaron conocer los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

- ✓ Si bien la mayoría de las personas entrevistadas considera que hacer turismo es un derecho y reconoce los impactos positivos en quien viaja y quien recibe al turista, 2 de los entrevistados consideran que antes de tal derecho se deben garantizar otras necesidades básicas como la alimentación, la salud y la educación. Que el Estado debe priorizar satisfacer esas necesidades de la población y, como consecuencia, las personas con un nivel de vida digno, luego podrán aspirar a otras cuestiones como hacer turismo interno.

- ✓ Todas las personas entrevistadas manifestaron conocer las Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse Río Tercero.

- ✓ Las 6 personas entrevistadas declararon que la política de turismo social debe cambiar, que resulta insuficiente y que sería conveniente aumentar las alternativas. Uno de los entrevistados manifestó que no se justifica hacer tanta infraestructura desde el Estado Nacional, sino que convendría hacer convenios con el sector hotelero y los campings. Además, hizo hincapié en que debe cambiar la política de turismo social enfocándose en el desarrollo local pero también en el desarrollo personal de las personas que viajan; concientizar a la gente beneficiada, que no quede en un solo viaje, que vean otra realidad, que puedan ver otra forma de vivir, que sepan que se puede mejorar la calidad de vida.

- ✓ Todas las personas entrevistadas opinaron que debe ser el Estado nacional quien debe centralizar e impulsar una política de turismo social, articulando con las provincias, y dando mayor asistencia a las provincias que más la necesiten. Asimismo, uno de los entrevistados agregó la necesidad de que se encuentren incluidos en la mesa de trabajo de turismo social otros actores involucrados, como las cámaras del sector, los sindicatos y federaciones, además de los gobiernos provinciales y el nacional.

- ✓ Todos los entrevistados ven al turismo social como una forma de cubrir los costos fijos en la temporada baja. Además, se mencionó que beneficia no solo al sector hotelero sino también a otros negocios por el movimiento que genera (otros



prestadores turísticos que ofrezcan excursiones, o estaciones de servicio, almacenes, restaurantes, transporte).

✓ La mitad de los entrevistados vinculó la participación hotelera en turismo social con la responsabilidad social empresarial y como una forma de mejorar la imagen de la marca.

✓ Por otra parte, las 2 personas entrevistadas del sector privado manifestaron realizar promociones o descuentos en temporada baja para captar turistas. Asimismo, uno de estos entrevistados mencionó que durante esa temporada tiene menos empleados, mientras que el otro informó que en temporada baja no cuenta con empleados, sino que acepta voluntarios que realizan las tareas mínimas necesarias en el alojamiento.

✓ A 4 entrevistados (sector público y académico) se les preguntó en relación a quién debería financiar la política nacional de turismo social. Todos afirmaron que es la parte más difícil, pero que no convendría generar un nuevo impuesto. Dos entrevistados consideraron que tendría que haber fondos para turismo social que vengan de rentas general, no poner un impuesto específico a un sector. Uno de los entrevistados comentó que consideraba necesario que una parte del financiamiento la asuma el Estado nacional, con un presupuesto asignado proveniente de lo recaudado por consumo general de todas las personas, que no debería ser la mayor parte, podría ser un 50%, y, por otra parte, un redireccionamiento de un pequeño porcentaje de lo que aportan los turistas extranjeros en pasaje, hotelería, etc. Y que la persona beneficiaria que viaje también pague una parte. Otro de los entrevistados sugirió que las grandes empresas prestadoras podrían hacer los descuentos o paquetes económicos; otra consideró un equilibrio entre las personas que tienen mayores posibilidades de viajar y mayores ingresos económicos.

3.5. Análisis FODA de la política nacional de turismo social en Argentina.

A continuación, se expone el análisis de la política nacional de turismo social centrada únicamente en las Unidades Turísticas de Embalse (UTE) y de Chapadmalal (UTCH), determinando sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
------------	-------------



La política centrada en las Unidades Turísticas es reconocida en el país y recibe 100% ocupación.	Distribución geográfica de los beneficiarios centralizada.
La oferta que brindan los complejos UTE y UTCH, sus servicios y el precio de la estadía es acorde y coherente.	Distancia entre la residencia de las personas y las UT, su costo y tiempo de viaje.
Permite garantizar el derecho al turismo a un sector de la población.	Oferta es limitada a las 2 provincias con UT.
Los planes ofrecidos cubren diferentes grupos etarios (escolar, familiar, tercera edad)	No existe a la fecha un relevamiento institucional por parte del ex MTyD de las políticas de turismo social a nivel jurisdiccional.
Tanto en las UT como en el inicio del proyecto de Red Nacional de Turismo Social se tienen en cuenta aspectos mínimos de accesibilidad.	No se cuenta con referentes de los organismos de turismo provinciales que se vinculen con acciones de turismo social.
Atenúa los problemas derivados de la estacionalidad en los destinos.	No beneficia a los sectores turísticos de todas las provincias y destinos del país.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
El costo del viaje hacia las UT existentes reduce las oportunidades.	Federalizar la propuesta detectando el motivo por el cual no resultan beneficiarias personas de otras provincias.
Un gran sector de la población no encuentra garantizado el derecho al turismo.	Ampliar la política articulando con actores de las demás provincias del país.
No se promueve la oferta turística de demás destinos del país con potencial turístico	Ampliar la oferta de la política en todo el país.
El desarrollo local de otros destinos del país no aumenta, únicamente en los destinos de las UT	Realizar un relevamiento institucional por parte del ex MTyD de las políticas de turismo social a nivel jurisdiccional.
Atento a no haber un eje preservación del patrimonio natural y cultural, se pone en peligro el entorno y el futuro de la oferta turística.	Articular con referentes de los organismos de turismo provinciales que se vinculen con acciones de turismo social.
Al no estar enmarcado en los ODS, se pierde la posibilidad de promover acciones encuadradas, concretar los compromisos asumidos de la Agenda 2030 y medirlos.	Crear una plataforma que nucleee a la oferta (prestadores de turismo social de todas las provincias) y la demanda (turistas beneficiarios) de turismo social.

Gráfico 8. Análisis FODA de la política nacional de turismo social centrada en las UT.

Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO 4. PROPUESTA DE PROGRAMA FEDERAL DE TURISMO SOCIAL ARGENTINA

4.1. Fundamentación

4.1.1. El turismo como actividad económica.



El reconocido economista Mochón (2004) afirma: “La economía se ocupa de la manera en que se administran unos recursos escasos, con objeto de producir diversos bienes y distribuirlos para su consumo entre los miembros de la sociedad” (cap. 1, p. 8).

Es sabido que los individuos que conforman la sociedad precisan cubrir inicialmente las necesidades de alimentación, vivienda, vestido, salud, educación y transporte. Una vez cubiertas, dependiendo del poder adquisitivo de cada individuo, se ocupan de satisfacer aquellas otras necesidades que hacen placentera la vida. Por ello, podemos decir que a medida que avanza el desarrollo de una sociedad, quienes la conforman se encuentran en condiciones de dedicar una mayor parte de su tiempo al ocio, la cultura y al turismo.

Según la Organización de las Naciones Unidas [ONU] y la Organización Mundial de Turismo [OMT], el turismo es la actividad realizada por las personas al desplazarse por diferentes motivos fuera de su lugar habitual de residencia por un período superior a 24 horas e inferior a un año. En ese marco, es relevante tener en cuenta que, al hacer turismo, las personas “tienen como actividad principal la toma de decisiones de consumo” (Mochón, cap. 1, p. 19), eligiendo los bienes y servicios que estén a su alcance para satisfacer sus necesidades, que equivaldrán en una demanda de alojamiento, transporte, alimento, cultura, recreación, diversión, entre otras. Cabe destacar que lo que va a influir en su capacidad de gasto es su nivel de renta, esto es, los ingresos que perciban. Por ello, “la información referente a las características económicas y demográficas relativas al tamaño de las familias es muy importante” (p. 19).

Por otra parte, el turismo es considerado una actividad económica con el potencial de estimular el crecimiento económico global por su complementariedad con otras actividades económicas, y su contribución al aumento de PBI, la creación de empleo e ingreso de divisas extranjeras (Cárdenas-García, Sánchez-Rivero, Pulido-Fernández, 2015, p. 207). En reiteradas ocasiones se manifiesta que el turismo es una actividad que contribuye al crecimiento económico de una región o país. En primer lugar, cabe aclarar que cuando se hace mención al crecimiento económico de un determinado lugar o sector, se refiere al aumento del producto bruto interno (PBI) y ello no implica necesariamente desarrollo económico. Hablar de desarrollo incluye otros factores: calidad del empleo, bienestar de la población, cuidado y preservación



del medio ambiente, distribución equitativa del ingreso, disminución de la pobreza, educación, salud, entre otros. Es decir, que el PBI no mide aspectos tales como el nivel de salud, educación, calidad del aire o cuestiones relativas al medio ambiente, entre otras. Mochón y Becker (2004) afirma: “Si bien el PIB presenta algunas limitaciones, es el indicador de bienestar más frecuentemente utilizado” (p. 273).

El PBI es la suma del valor de todos los bienes y servicios que produce una economía durante el transcurso de un año en un país o región. Su unidad de medida es el dinero y su cálculo se representa a través de la siguiente fórmula:

$$\text{PBI} = \text{C (consumo hogares)} + \text{I (inversión)} + \text{G (gasto Estado)} + \text{X (exp.)} - \text{M (imp.)}$$

Según la World Travel and Tourism Council [WTTC] (2023), la contribución del PBI del sector de Viajes y Turismo de Argentina en el año 2022 creció un 39% en comparación con el año anterior, sumando 50 mil millones de dólares, lo que representó el 8% de la economía argentina.

Al dividir el PBI por la población total, se obtiene la relación entre el nivel de ingresos de un país y cada uno de sus habitantes. Ahora bien, a la hora de realizar comparaciones, es importante conocer el valor Paridad de Poder Adquisitivo (PPA), entendiendo los costos de vida y no solamente el ingreso, para comprender qué es lo que se puede hacer, adquirir o comprar con el monto del PBI per cápita.

Dicho esto, corresponde destacar que el turismo es una actividad que se ve muy afectada por las variaciones del PBI, ya que un aumento en el mismo y un consecuente aumento en el ingreso per cápita impactan en el gasto que realiza la población en turismo.

4.1.2.- Efecto multiplicador del turismo. Dinamizador de economía. Coste beneficio del turismo

Conforme se mencionó en el punto precedente, el turismo es una actividad económica, siendo su importancia de tal magnitud en la generación de riquezas que algunos autores la han considerado “la segunda actividad mundial más importante tras la industria del petróleo y sus sectores derivados” (OMT, s.f., p. 16)

La industria turística se caracteriza por su gran complejidad, no solo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores



económicos que se ven involucrados en su desarrollo (p. 16). A continuación, analizaremos brevemente los conceptos de la oferta y demanda turística:

Oferta turística. La oferta turística comprende un conjunto de bienes y servicios de gran diversidad, lo que dificulta el análisis y medición de la actividad turística, al no tratarse de un producto ofrecido por un sector homogéneo. Comprende actividades como el transporte, alimentación, alojamiento, y actividades recreativas. Es “La combinación de todas estas actividades permite la satisfacción de las necesidades de los turistas” (De Rus y León, 1997, p. 73).

Además, es menester destacar que “los bienes y servicios turísticos no satisfacen exclusivamente una demanda turística, puesto que también existe una demanda de esos bienes y servicios (...) por parte de la población residente habitual” (Mochón, cap. 3, p. 6).

Otra particularidad de la oferta turística se puede ver en el concepto de producto turístico como algo global, que incluye “tanto los bienes y servicios privados como los públicos (playas, espacios naturales, seguridad ciudadana, etc.).

Demanda turística. La demanda turística depende de una serie de factores entre los que destacan el precio del bien, los precios de los demás bienes relacionados, la renta o ingreso, y las preferencias o gustos del consumidor. Todos estos factores determinan las cantidades que los consumidores desean adquirir de cada bien o servicio, y, por ende, desplazan la curva de demanda. Cabe resaltar que el turismo es un bien que aumenta con la renta. (Mochón, cap. 2, p.8).

Además, “el consumo turístico reúne una serie de características que convierten la toma de decisión del turista en un proceso complejo (...) “el consumidor participa más en comparación a otros tipos de compra convencional y se enfrenta a diferentes niveles de elección (duración, destino, forma de viaje, forma de alojamiento, canal de comercialización utilizado, etc.)” (Mochón, cap. 2, p .2).

Tomando el modelo keynesiano de demanda agregada con oferta infinitamente elástica, o sea, sin restricciones de capacidad, podemos trasladar el efecto multiplicador clásico a la actividad turística y su impacto, considerando el gasto turístico como un componente exógeno de la demanda agregada, que logra aumentar más que el equivalente.

Los gastos de los turistas se destinan tanto al pago de alojamiento como de una gran variedad de servicios y bienes de consumo tales como alimentos, transporte,



entretenimiento, excursiones, y actividades diversas, aumentando la demanda en la región que de otra manera no existiría. Asimismo, la interdependencia entre los distintos sectores económicos lleva a un incremento de determinados sectores necesarios para la producción de los primeros, resultando en un claro reparto de la renta que en muchos casos se reinvierte en nuevos gastos dentro de la propia economía local. Por lo tanto, el flujo de dinero que produce el turismo hacia el destino no sólo constituye una fuente de ingresos importante para las “empresas o personas vinculadas directamente con la actividad turística, sino que también beneficia al resto de los sectores de la economía, a través del denominado efecto multiplicador” (OMT, s.f., p. 18).

Tal como explican De Rus y León (1997), el concepto de multiplicador keynesiano relaciona la inyección inicial de gasto con los efectos finales que se generan en la economía. Explican: “El incremento de la demanda turística supone una inyección de gasto en el sistema económico, cuyos efectos no se limitan a la industria turística, sino que se extienden a través de la estructura sectorial de actividades productivas y de consumo” (p.88).

Por lo tanto, el efecto multiplicador del turismo consiste en el “encadenamiento de sucesivos efectos que le siguen al gasto turístico. Estos efectos, sólo pueden ser descritos por modelos económicos que logren contener el conjunto de impactos que producen en la economía los diferentes cambios, ya sea en forma directa, indirecta o inducida, en términos de creación de valor, empleos, o generación de divisas, entre otros” (Ball y Picardi, s.f., p. 5).

En resumen, podemos concluir que la actividad turística genera impacto directo (en el mismo sector turístico), indirectos (dado que motoriza otras industrias) e impactos inducidos (el prestador con ese ingreso puede consumir en el mercado). Asimismo, a mayor beneficio para el sector privado, mayor contribución a la riqueza nacional y estatal a través de la consecuente creciente recaudación de impuestos.

Por otro lado, siendo tal la diversidad de la demanda, sus necesidades y preferencias, resulta conveniente identificar los distintos segmentos del mercado, es decir, agrupar a los consumidores con ciertas características similares, a fin de gestionar la oferta turística de la mejor manera.

El turismo representa una fuente de crecimiento económico y de creación de empleo, además de aumentar las posibilidades de intercambio social y cultural en la



sociedad destino. Asimismo, el gasto turístico y “sus efectos multiplicadores suponen un aumento del potencial económico del país receptor, que también puede ver mejorado el saldo de su balanza de pagos, y tener acceso a una mayor variedad de bienes y servicios disponibles para el consumo local” (De Rus y León, 1997, p. 83), elevando el nivel de vida y en el desarrollo económico de las regiones.

A modo de ejemplo, el gráfico 9 a continuación muestra el volumen (cantidad de turistas, gasto, estadía media y gasto medio diario) del turismo interno en los años

AÑO	Total País					
	Turistas					Turistas + Excurs.
	Visi- tantes	Pernoctes	Gasto	Estadía Media	Gasto Medio Diario	Gasto
	miles	miles de noches	millones \$	noches	\$	millones \$
Año 2012	52.972	277.046	45.687	5,2	165	53.836
Año 2013	53.681	284.238	56.914	5,3	200	66.104
Año 2014	50.270	260.403	72.782	5,2	279	81.641
Año 2015	45.481	266.614	94.514	5,9	354	104.551
Año 2016	43.398	241.051	110.602	5,6	459	125.868
Año 2017	51.438	264.333	147.951	5,1	560	164.651
Año 2018	45.498	238.463	157.465	5,2	660	177.918
Año 2019	45.349	228.299	230.186	5,0	1008	259.311

Gráfico 9. Volumen del turismo interno para el total nacional. Años 2012-2019. Fuente: Ministerio de Turismo y Deportes en base a EVyTH.

turística y el crecimiento de dicha industria realiza en su conjunto al bienestar económico de las sociedades.

Desde la perspectiva del análisis coste-beneficio, “La expansión turística también conlleva efectos adversos en el medio ambiente, efectos de congestión, e impactos sociales y culturales relevantes” (De Rus y León, 1997, p. 81). Entre los impactos negativos se encuentran la congestión de las infraestructuras y los espacios naturales, el deterioro del medio físico, el aumento de los gastos en infraestructuras públicas, la inflación y el desarraigo y pérdida de tradiciones (p. 82).

Es menester resaltar que la relación del turismo con el medio ambiente es de gran relevancia por el vínculo entre la calidad del producto y la sustentabilidad de los destinos turísticos. En ese sentido, “los factores medioambientales son utilizados en el turismo en una doble vertiente” (p. 95). Por un lado, en muchos casos, el turismo tiene como fuente de su producto a los paisajes, las playas, la calidad del agua y del

2012 a 2019.

En el artículo “*Social Tourism in Europe: Theory and Practice*”, se afirma que la evidencia muestra que el turismo social hace una contribución muy importante a la generación de empleo y al crecimiento económico de las comunidades de destino. De hecho, el turismo social puede ayudar a mejorar algunos de los peores efectos negativos de la estacionalidad. (McCabe, S., 2011).

Ahora bien, cabe cuestionar el aporte que el aumento de la demanda



aire, representando un elemento de la competitividad de los destinos. Ahora bien, las actividades turísticas también tienen efectos sobre el medio ambiente a través de la utilización de los recursos, tales como el suelo, la generación de vertidos en las aguas, la contaminación del aire, entre otros. Es decir, “el medio ambiente constituye un atributo del producto, así como un factor de producción necesario para la actividad turística” (p. 95). En la mayoría de los casos, estos factores ambientales “se caracterizan por constituir bienes públicos, o bien recursos de libre acceso, que son simultáneamente consumidos y utilizados por un gran número de demandantes y oferentes” (p. 95). Es la economía ambiental quien ha establecido los principios de aplicación para el estudio de las relaciones entre el medio ambiente y el turismo.

Por lo expuesto, resulta imprescindible la intervención de las autoridades a fin de maximizar el bienestar colectivo y los efectos negativos del crecimiento turístico.

4.1.3.- El turismo como estrategia de desarrollo. Turismo sostenible, turismo social y ODS.

Como se mencionó precedentemente, hablar de crecimiento económico no implica necesariamente hablar de desarrollo, ya que ello incluye otros factores como calidad del empleo, bienestar de la población, cuidado y preservación del medio ambiente, distribución equitativa del ingreso, disminución de la pobreza, educación, salud, entre otros.

En esa línea, cabe señalar que la actividad turística puede contribuir a la creación y el progreso de valores culturales, la preservación del patrimonio y al mayor bienestar de la población residente. Para que el turismo sea definitivamente un elemento determinante del desarrollo, “debe existir una política pública coherente y eficiente que se rija por unos principios y que se practique a través de metodologías que permitan la realización de buenos diagnósticos e implantación óptima de las medidas” (Muñoz Mazón, Fuentes Moraleda y Fayos-Solá, s.f, p. 444).

En este sentido, la actividad turística puede contribuir al desarrollo local, incrementando el conocimiento, las habilidades, la plena participación social, el progreso institucional, y promoviendo el uso sostenible de los recursos, tanto naturales, culturales como humanos. Particularmente, realza “el capital humano y su productividad socio-económica, ambos factores claves para el desarrollo” (p. 445).



A mayor redundancia, la Organización Mundial del Turismo [OMT] (OMT, 2018, p.24) reconoce el valor del turismo como “acelerador de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible debido a su efecto transversal y multiplicador en otros sectores e industrias”, ya que el turismo aporta ingresos a través de la creación de empleo, actualización y adaptación de infraestructura, estimulación de la agricultura sostenible y la venta de productos locales a turistas, promueve la inclusión, y el acceso al agua potable y su seguridad.

Por lo expuesto, resulta imprescindible la intervención de las autoridades a fin de maximizar el bienestar colectivo y minimizar los efectos negativos del crecimiento turístico, fomentando el turismo sostenible, es decir, el desarrollo de la actividad al servicio del medio ambiente, preservando los recursos actuales “sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (CMMAD 1987), contemplando la esfera económica, social, cultural y ambiental. En pocas palabras, es fundamental que “los efectos de las actividades humanas permanezcan dentro de ciertos límites” (Linares, Hermys Lorenzo y Morales Garrido, Geily, 2014, p. 456).

La OMT define el turismo sostenible como “el desarrollo de un turismo que toma en cuenta las necesidades de los turistas actuales y de las comunidades receptoras al tiempo que protege y promueve las posibilidades para el futuro de modo tal que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas preservando la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida” (Arthur Pedersen, 2005, p. 24).

La Asociación Internacional de Expertos Científicos del Turismo (AIEST) ha manifestado que el turismo “debe integrar las actividades económicas y recreativas con el objetivo de la conservación de los valores naturales y culturales” (Linares, Hermys Lorenzo y Morales Garrido, Geily, 2014, p. 456).

Es importante mencionar que el turismo sostenible no está en contra del crecimiento económico, sino que reconoce que existen ciertos límites “que deben ser respetados, siendo necesaria la planificación estratégica a largo plazo” (Linares, Hermys Lorenzo y Morales Garrido, Geily, 2014, p. 457). Y para ello, es fundamental destacar que “la política, la planificación y la administración son las fuentes más apropiadas para dar respuestas a los problemas de mal uso de recursos naturales y humanos” (p. 457).



En las directrices generales de la estrategia de turismo sostenible de España 2030 de enero 2019, elaboradas por la Secretaría de Estado de Turismo del Gobierno de España, se declara que el Gobierno tiene la responsabilidad de reorientar el modelo turístico español hacia la sostenibilidad, no como un valor añadido sino como un requisito para que el turismo pueda continuar. Y se agrega que es hora de dejar de medir el éxito del modelo turístico español exclusivamente por el aumento de números de turistas; que se debe ir más allá y “atender a la sostenibilidad del modelo como una condición no tanto moral sino económica, partiendo de la idea de que sin sostenibilidad sencillamente no habrá turismo en el futuro” (Secretaría de Estado de Turismo del Gobierno de España, Directrices generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, 2019). Dentro de los principios de la estrategia se encuentra la preservación de los valores naturales y culturales, entendiendo que el turismo debe ser un instrumento para la conservación del patrimonio natural y cultural y que se debe impulsar a la industria hacia un modelo que preserve y recupere los valores ambientales.

Como se ha dicho anteriormente, los Jefes de Estado y de Gobierno y Altos Representantes de las Naciones Unidas aprobaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en vigencia desde el 1 de enero del 2016, que propone 17 objetivos y 169 metas, dando continuidad a los Objetivos de Desarrollo del Milenio, conjugando las dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental. La Agenda en sí misma es un plan de acción en favor de las personas, el planeta y la prosperidad; promueve la paz universal dentro de un concepto más amplio de libertad y tiene entre sus propósitos luchar contra la desigualdad y la injusticia, haciendo realidad los derechos humanos de todas las personas.

Una política nacional de turismo social que comparta los ODS y los tenga como guía contribuirá a la concreción de las metas y de los compromisos asumidos por el Estado Nacional a través de acciones, iniciativas, monitoreo y seguimiento de las mismas. El turismo social se vincula con los objetivos y metas relacionadas con el crecimiento económico sostenido, la creación de empleo decente, la igualdad de género, promoción de la cultura y productos locales, la preservación de los ecosistemas, la producción y el consumo responsable, el fomento de la accesibilidad, la infraestructura resiliente, la mitigación del cambio climático y el aumento de los beneficios económicos obtenidos a partir del uso sostenible de los recursos marinos.



En conclusión, en palabras de McCabe (2011), el turismo social es mucho más que bienestar. Genera beneficios tanto en los visitantes del destino como en la comunidad misma si es abordado con responsabilidad y desde la lógica de una economía turística más equilibrada que minimice los impactos ambientales negativos. Y agrega que los Programas de turismo social ayudan a distribuir la demanda de manera más uniforme, ejerciendo una menor presión sobre el recurso ambiental, y tienen beneficios económicos para las economías regionales, creando un empleo más estable y sostenible, además de los beneficios que sienten los veraneantes. Asimismo, afirma que, en varios países de Europa, como España, Portugal, Bélgica y Francia, examinaron los impactos económicos de los programas de turismo de salud y encontraron que eran efectivos para generar ahorros de costos para las autoridades públicas y que las contribuciones económicas a los destinos superaron los costes del programa.

En ese sentido, el turismo social puede ayudar a diversificar y reestructurar la economía del destino, además de crear puestos de trabajo, generar ingresos y contribuir al desarrollo del destino. Inclusive, afirma que el turismo social reduce algunas de las insuficiencias de la economía del turismo basada en el mercado: tal vez habría menos presión para promover la temporada alta hasta el punto de que se produzca un exceso de turismo en la temporada alta, reduciendo el estrés de la población residente y de los visitantes (McCabe, 2011)

A mayor redundancia, “el turismo social, además de ser el modo de poner al alcance de los colectivos más desfavorecidos el acceso al ocio turístico, se puede considerar como una oportunidad de los países para promover el desarrollo de productos turísticos que favorezcan la economía de sus destinos, que ayuden a la desestacionalización turística de los mismos, que mantengan la estructura turística que exista o que favorezcan su creación, que posibiliten la generación y mantenimiento de empleo, etc” (SEGIB, 2008:9).

Gráfico 10. Turismo y ODS.

Fuente: elaboración propia a partir de la publicación “La contribución del turismo a los objetivos de desarrollo sostenible en Iberoamérica”, UNWTO (2018).



TURISMO Y OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE		
ODS	DESCRIPCIÓN	CONTRIBUCIÓN
1	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo	El turismo aporta ingresos a través de la creación de empleo a nivel local y de las comunidades. Se puede vincular a las estrategias de reducción de la pobreza y al emprendimiento a nivel nacional.
2	Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible	El turismo puede estimular la agricultura sostenible promoviendo la producción y el suministro a hoteles, así como la venta de productos locales a turistas y el agroturismo, enriqueciendo el valor de la experiencia turística.
3	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades	Los impuestos generados por el turismo puede reinvertirse en servicios sanitarios y médicos, tanto para los locales como para los visitantes.
4	Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje para toda la vida para todos	El turismo tiene el potencial de promover la inclusión. La mano de obra calificada es fundamental para que el turismo prospere. El sector turístico brinda posibilidades a jóvenes, mujeres y personas con necesidades especiales que mediante la educación pueden formarse y calificarse. Educación para la cultura y el patrimonio, participación de la comunidad en el turismo.
5	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a mujeres y niñas	El turismo puede empoderar a mujeres a través de puestos de trabajo directos en el sector, siendo una herramienta para la participación plena de las mujeres en cualquier ámbito de la sociedad.
6	Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos	Las inversiones que requiere el turismo para prestar servicios de utilidad pública pueden desempeñar un papel fundamental en lograr el acceso al agua y su seguridad, higiene y saneamiento. Es crucial la promoción del uso eficiente de los recursos hídricos, el control de la contaminación y la eficiencia tecnológica para salvaguardar el agua.
7	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos	El turismo hace uso intensivo de energía: puede y debe acelerar la incorporación de energías renovables y contribuir al logro del acceso a la energía para todas las personas.
8	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos	El intercambio de servicios generado por el turismo es uno de los cuatro principales motores de ingresos en exportaciones a nivel mundial, generando 1 de cada 10 puestos de trabajo en el mundo. Puede generar oportunidades de trabajo decenales, sobre todo para mujeres, jóvenes y personas con dificultades para acceder a un empleo, que promuevan la cultura local, el emprendimiento, la creatividad, la innovación, la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor, la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.
9	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación	El desarrollo del turismo necesita buenas infraestructuras públicas y privadas. El sector puede innovar y auspiciar políticas públicas para actualizar y adaptar infraestructuras haciéndolas más sostenibles, innovadoras, eficientes, fiables, resilientes y de calidad, incluidas infraestructuras regionales y transfronterizas, para apoyar el desarrollo económico y el bienestar humano, haciendo hincapié en el acceso equitativo para todos.
10	Reducir la desigualdad en y entre los países	El turismo es una herramienta para reducir las desigualdades si se implica a las poblaciones locales y a todos los interlocutores principales en su desarrollo. Puede contribuir a la renovación urbana y al desarrollo rural, dando a las personas la oportunidad de prosperar en su lugar de origen. El turismo es un medio de integración económica y diversificación.
11	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.	El turismo puede mejorar la infraestructura y la accesibilidad, promover la regeneración y preservar el patrimonio cultural y natural. La inversión en infraestructura ecológica (transporte más eficiente, menos contaminación) podría dar lugar a ciudades más verdes, proporcionar acceso universal a espacios públicos seguros, inclusivos y accesibles, en particular para las mujeres y los niños, las personas de edad y las personas con discapacidad, tanto residentes como turistas.
12	Garantizar modalidades de consumo y de producción sostenibles	El sector turístico necesita adoptar patrones de consumo y de producción más sostenibles ("consumi local", "consumi verde"). Se debe concientizar y actuar en pos de lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.
13	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	El turismo contribuye al cambio climático y se ve afectado por él. Transporte, alojamiento, gastronomía pueden tomar acciones para reducir la huella de carbono, a través de su gestión los desechos, uso de energías, protección del patrimonio, concientización, entre otras.
14	Conservar y utilizara en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible	El turismo costero y marítimo depende de la salud de los ecosistemas marinos. Debe haber una gestión integrada de las zonas costeras, preservando el ecosistema marino, regulando la actividad turística, tomando medidas para reducir la contaminación, y mediante acciones de compensación.
15	Proteger, restaurar y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres y denter la pérdida de diversidad biológica	La riqueza de la diversidad biológica y del patrimonio natural son frecuentemente las razones por las que los turistas visitan un destino. El turismo puede contribuir a promover la conservación, el restablecimiento y el uso sostenible de los ecosistemas terrestres y los ecosistemas interiores de agua dulce y los bosques, los humedales, las montañas y las zonas áridas, la protección de animales y la reducción de la contaminación.
16	Promover sociedades pacíficas e inclusivas, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones inclusivas	El turismo implica miles de millones de encuentros entre personas de diversos entornos culturales, pudiendo fomentar la tolerancia y comprensión entre religiones y culturas. El turismo que involucra y beneficia a las comunidades locales puede consolidar la paz.
17	Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible	Debido a su naturaleza intersectorial, el turismo tiene la capacidad de reforzar las alianzas público-privadas e implicar a múltiples interlocutores a nivel internacional, nacional, regional y local, para trabajar en conjunto en aras de los ODS y otros objetivos comunes.



VINCULACIÓN DEL TURISMO SOCIAL CON ODS Y LAS METAS DE ARGENTINA		
ODS	META	DESCRIPCIÓN
4	4.7	Asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, mediante la educación para el desarrollo sostenible y los estilos de vida sostenibles.
5	1	Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo.
6	6	Proteger y restablecer los ecosistemas relacionados con el agua, incluidos los bosques, las montañas, los humedales, los ríos, los acuíferos y los lagos.
8	8.3	Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.
	8.5	Lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.
	8.9	De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales
9	9.1	Desarrollar infraestructuras fiables, sostenibles, resilientes y de calidad, incluidas infraestructuras regionales y transfronterizas, para apoyar el desarrollo económico y el bienestar humano, haciendo hincapié en el acceso equitativo para todos.
10	10.2	Potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.
11	11.4	Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo.
	11.7	Proporcionar acceso universal a zonas verdes y espacios públicos seguros, inclusivos y accesibles, en particular para las mujeres y los niños, las personas de edad y las personas con discapacidad.
12	12.2	Lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.
13	13.2	Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales.
	13.3	Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana.
14	14.7	De aquí a 2030, aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo.



15	15.1	Asegurar la conservación, el restablecimiento y el uso sostenible de los ecosistemas terrestres y los ecosistemas interiores de agua dulce y sus servicios, los bosques, los humedales, las montañas y las zonas áridas, con las obligaciones contraídas en virtud de acuerdos internacionales.
	15.4	Asegurar la conservación de los ecosistemas montañosos, incluida su diversidad biológica, a fin de mejorar su capacidad de proporcionar beneficios esenciales para el desarrollo sostenible.

Gráfico 11. Vinculación del turismo social con ods y las metas de Argentina.

Fuente: elaboración propia a partir de la Agenda 2030 y la adaptación de las metas Argentina.

4.1.4.- Turismo como derecho. Política federal de turismo social.

El turismo es también una forma de ocio y disfrute. Las prácticas del turismo, el tiempo libre y la recreación se encuentran vinculadas a la satisfacción de necesidades de descanso y desarrollo personal, contribuyendo a la calidad de vida a partir de un descanso en la cotidianidad, que puede reducir el estrés y favorecer el equilibrio emocional; a la interacción social, a partir de generar oportunidades para sociabilizar y salir del aislamiento; y al crecimiento personal, vinculado a los nuevos aprendizajes y habilidades y al fortalecimiento de la independencia (Schenkel, E., 2019) . En la misma línea, señala Elisa Pastoriza (2009):

...el hoy abre las posibilidades de conocer el mar, las sierras, y pasar por la experiencia del viaje, lo cual además de lo más obvio que es el conocimiento de nuevos espacios e individuos, conjuga sentimientos y emociones desconocidas. Experiencias relacionadas a la subjetividad del individuo que exceden el campo específicamente laboral que tienen que ver con el placer, el contacto con la naturaleza y la distancia y objetividad respecto de lo cotidiano. (pág 16)

Por ello, no hay que dejar de lado la capacidad del turismo como impulsor de estos derechos. En Argentina, es una responsabilidad del Estado generar instrumentos y medios que otorguen facilidades para que todos puedan viajar por el país “en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad”, conforme lo establece el art. 38 de la Ley Nacional de Turismo N° 25.997.

El sector público incide sobre el turismo tanto directa como indirectamente. Lo hace de manera directa a través de recaudación fiscal específica sobre la actividad



turística, o programas de gasto en desarrollo turístico (subvenciones, créditos) y/o políticas de promoción turística. Estas últimas, tal como señala Mochón (2004): “son especialmente adecuadas para desarrollar nuevas zonas y las suele llevar a cabo el sector público, pues superan las posibilidades de las empresas de la región” (cap. 1, p. 21). E incide de manera indirecta a través de inversiones en infraestructuras (rutas, aeropuertos, puertos, redes de telecomunicaciones y de energía, etc.) que tendrán efecto en toda la población (p. 21).

El turismo como actividad económica necesita de “la intervención de las autoridades en el sistema para orientar el funcionamiento de la industria hacia la obtención del máximo bienestar colectivo” (De Rus y León, 1997, p. 73) En la misma línea, es fundamental el rol estatal para ajustar la definición del producto desde la oferta a las necesidades de la demanda, con el objetivo de realizar “actividades de promoción de los destinos, potenciación de la oferta de actividades complementarias, la preservación y gestión de los atributos culturales y naturales” (p. 73) que tengan como fin de satisfacer las necesidades de los turistas.

Asimismo, corresponde destacar la importancia del rol del gobierno de “racionalizar la industria turística, asumiendo sus problemas y apoyando los proyectos cuando sean económica, social y medioambientalmente viables, a través de la planificación, para así remediar la debilidad y dirigir al sector turístico hacia los objetivos a largo plazo de la política turística” (Monfort Mir, 2000, p. 22).

En la misma línea se ha expresado la OMT en el artículo 7 del Código de Ética: “Los gobiernos tienen un protagonismo fundamental en el desarrollo y gestión del turismo y en lograr que sea más sostenible” (p. 24).

Toda política pública busca resolver una pretensión o satisfacer una demanda social, y los objetivos de dicha política desencadenan en un macroobjetivo que es la “*mejora de la calidad de vida y del bienestar de los ciudadanos residentes*” (p. 15). Asimismo, los problemas que se presentan tienen un conjunto de aristas que hay que tener en cuenta a la hora de diseñar una política, y suelen estar interrelacionados con otros problemas, ya sean sociales, económicos, ambientales, institucionales. Por ello, al diseñar una política pública, se debe tener en cuenta a los múltiples actores que hay en juego, y los distintos incentivos y horizontes. Tan es así, que es importante lograr un consenso amplio sobre las acciones diseñadas y objetivos, ya que esto dará estabilidad y durabilidad en el tiempo, además de que cierta adaptación entre los



actores contribuirá a la adecuada implementación (Casanova Ferro y Camusso, 2015).

Una política pública exitosa exige un profundo compromiso. Supone tener ideas claras “sobre las metas y los objetivos, saber dónde se desea llegar, situar esas metas y objetivos en el contexto de las limitaciones que plantean las normas jurídicas y sociales... realizar un seguimiento continuo para saber si se van alcanzando esos ...objetivos” (Arthur Pedersen, 2005, p. 7) y en caso contrario, tomar las medidas necesarias para encauzar hacia el objetivo.

Conforme a la Carta de Turismo Sostenible suscripta en 1995 OMT, los países se comprometieron a adoptar una serie de principios y objetivos, entre los cuales cabe destacar: “Los gobiernos y autoridades competentes, con la participación de las ONGs y las comunidades locales, deberán acometer acciones orientadas a la planificación integrada del turismo como contribución al desarrollo sostenible”.

Por ello, es necesaria una propuesta de reforma de la política pública de turismo social, que facilite el acceso al turismo de la población más vulnerable garantizando el derecho al turismo, mejorando la calidad de vida de la población. Dicha política permitirá, asimismo, direccionar la demanda turística en tiempo y espacio, atenuando los problemas de estacionalidad del sector, facilitando la desconcentración de la actividad en las temporadas, y con ella, promoviendo el mantenimiento de la oferta turística y de los puestos de trabajo durante todo el año.

Por otro lado, esta propuesta debe fomentar la diversificación de la oferta turística mediante la incorporación de nuevos destinos a la política de turismo social vigente, así como la diversificación de productos turísticos en destinos, promoviendo nuevos segmentos de oferta y el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas del sector y fomentando destinos y corredores turísticos no tradicionales. De esta manera, se promoverá el beneficio económico y bienestar tanto de la población que visita el destino como de la población receptora, elevando la calidad de vida de ambas partes, logrando un mutuo enriquecimiento cultural y, por sobre todo, permitiendo fortalecer, consecuentemente, la identidad nacional de los residentes y de los turistas.

Desde una perspectiva amplia, el turismo social incorpora entre sus preocupaciones a la población local (Minnaert, Maitland, Miller, 2009). Lynn Minnaert, la principal referente de este enfoque, lo define como “un turismo con un agregado valor moral, que tiene el objetivo de beneficiar al anfitrión o al visitante en la



experiencia turística” (Minnaert, 2007, p.13). Así, esta perspectiva que a lo largo del siglo XX se restringió a cuestionar y accionar en torno al acceso turístico, amplió su campo de actuación y fue en defensa de las comunidades de destino y la restricción de sus derechos esenciales. Para ello, añade a sus tradicionales propósitos: la sostenibilidad social y económica, la conservación de los ecosistemas, el respeto por la cultura local y la diversidad, la sensibilización y formación de los visitantes (Minnaert, 2007; Minnaert, Maitland, Miller, 2009).

En los últimos años, esta nueva concepción (que denominamos: amplia; para diferenciarla de la específica, que centra su preocupación en el acceso) es refrendada por la propia OITS, que afirma: “el turismo social debería beneficiar a las personas de bajos ingresos no solo facilitando las oportunidades de viaje, sino también extendiendo los beneficios del desarrollo turístico a personas de escasos ingresos a nivel de destino”. Bajo estos lineamientos, el organismo vuelve a reformular su tradicional definición: “las conexiones y fenómenos relacionados con la participación tanto en el destino como en los visitantes de personas de capas desfavorecidas de la sociedad por el motivo que sea y de los beneficios generados (Schenkel, 2019).

Esta ampliación del concepto, origina que en la actualidad el turismo social integre tanto iniciativas destinadas a facilitar el acceso al tiempo libre y las oportunidades de viaje en sectores postergados, como aquellas otras propuestas, que centran la preocupación en la población local, relacionadas a la promoción del desarrollo y la solidaridad a partir del turismo. El turismo social (en sentido específico) comienza entonces a compartir el campo de actuación con otras modalidades, como el turismo comunitario, el turismo responsable y el ecoturismo (Schenkel, 2019).

En el XII Foro de Hosteltur “La nueva economía del turismo: un nuevo modelo social y económico” en mayo de 2016 el periodista y especialista en Marketing y Branding Andy Stalman afirmó: *“el turismo se está dividiendo en 2 grandes grupos: eres parte del grupo VIP (“very important person”) o eres parte del grupo NIP (“not important person”). Es importante que evitemos llegar a tal límite antes de que sea demasiado tarde. Cada turista con un dólar o un euro o un yuan en el bolsillo es importante. No puede haber una categoría NIP en el mundo del turismo” (Hosteltur, 2016).*

En línea con lo expuesto, el turismo social en sentido específico, que había sido despreciado en un comienzo, ha empezado a ser más valorado por una parte



importante del empresariado. El sector privado turístico, especialmente el hotelero, descubre en el turismo social una original alternativa para el sostenimiento de sus economías. Más allá de la mejora en la imagen empresarial que pueden obtener por incorporarse en prácticas de este tipo, adiciona dos ventajas para su rentabilidad: en primer lugar, permite captar un nuevo segmento de clientes que a causa de su presupuesto medio y bajo no accede a la tradicional oferta comercial, por lo que su incorporación genera un aumento en la demanda y así un incremento de sus ventas; y en segundo lugar, aunque a un precio por debajo del mercado, permite ocupar plazas ociosas en periodos de temporada baja, contrarrestando los costos fijos y obteniendo a cambio un incremento de sus ganancias (Schenkel, 2019).

Como menciona Schenkel (2019), el interés del sector es tal que ha comenzado a ocupar un lugar protagónico en la defensa de esta modalidad en los diferentes espacios de discusión; incluso los gubernamentales, en los cuales disputa un incremento de las partidas destinadas a la financiación de estos programas, considerando las externalidades económicas que se asocian al impulso del turismo social, como generador de ingresos y empleo y un instrumento desestacionalizador, que contribuye, a su vez, al sostenimiento de las economías nacionales con su “derrame” económico. Este discurso que ha impulsado el propio empresariado (en base a los intereses y problemáticas de la oferta) ha calado fondo en parte del ámbito institucional e incluso académico, que en muchos espacios pasa a considerarlo una actividad económica más, relegando a un segundo plano sus valorables causas sociales. Desde estos espacios, los programas de turismo social se convierten tanto en una oportunidad económica para el empresariado como en un instrumento de reivindicación social para los sectores postergados, conciliando dos lógicas en conflicto: el turismo como negocio y el turismo como derecho (Schenkel, 2019).

En palabras de McCabe (2011, p. 38) “el turismo social es mucho más que bienestar...El turismo social también ofrece beneficios a la industria del turismo, a los destinos y proporciona un retorno positivo de la inversión para los gobiernos”.

Dada la magnitud de sectores involucrados, destinatarios e intereses que se encuentran implicados en el turismo social, resulta conveniente que participen en el programa la mayor cantidad de actores involucrados de todo el país, de manera que las diferentes regiones y los diversos sectores de la actividad turística se encuentren representados con voz y voto en una misma mesa, dando lugar al diálogo, al



intercambio y a la cooperación. La circunstancia de que el Estado Nacional gestione un programa, y a su vez, algunas provincias mantengan programas existentes o creen otros según la gestión de turno, imposibilita la ejecución de un plan integral eficiente y coordinado que pueda abarcar de manera equitativa a la población del país. Asimismo, muchas jurisdicciones no poseen los recursos necesarios para llevar adelante esta política, situación que lleva a gestionar de una manera incorrecta la iniciativa. Por ello, la política de turismo social resulta ineficiente si se encuentra fragmentada por jurisdicción, y brindaría tanto una mejor oferta como una mayor, adecuada y distribuida demanda turística si se articulan las autoridades provinciales, las cámaras, federaciones y asociaciones nacionales y jurisdiccionales del sector turístico, y las organizaciones sociales y de la economía popular bajo la coordinación centralizada del organismo nacional. Tener un objetivo perseguido compartido, los lineamientos claros, las funciones a desempeñar, los pasos definidos a seguir, los mecanismos e instrumentos de planificación, ejecución y medición; poner en común ideas, dialogar, compartir las experiencias, aciertos y errores, permitiendo el mutuo enriquecimiento y evitando un desgaste innecesario de recursos materiales y humanos, conlleva a una gestión participativa integral, eficiente y efectiva de la política pública.

4.2. Desarrollo de la política pública propuesta

El enfoque secuencial de las políticas públicas puede descomponer el ciclo de la acción pública en cuatro fases o etapas: identificación del problema, formulación de alternativas para resolverlo, implementación de la alternativa y evaluación de resultados.

En este marco, el problema identificado es la existencia de sectores de la sociedad que se encuentran con dificultades socioeconómicas para hacer turismo interno. A fin de resolver tal problemática, a través del presente trabajo se propone formular el Programa Federal de Turismo Social denominado “DESCUBRI TU PAIS”, que funcionaría de manera simultánea a los Programas entonces vigentes de Unidades Turísticas y de Turismo Accesible del ex MTyD. Cabe destacar que el presente Programa toma como referencia, en parte, al ya mencionado Programa Federal de Turismo Social gestionado por la Secretaría de Turismo y Deportes en el año 2020, cuyo objetivo era posibilitar el derecho al turismo a jubilados y familias de



escasos recursos en diferentes destinos del país, integrando a los destinos turísticos emergentes y tradicionales a la red de turismo social como instrumento para el desarrollo y contrarrestando la estacionalidad y la capacidad ociosa de la oferta hotelera. La oferta turística para estos colectivos se presta únicamente durante la temporada baja y media de cada destino, y ofrece productos turísticos a través de paquetes integrales en todo el territorio nacional que incluyen alojamiento con media pensión subsidiados hasta un 70% del total durante un periodo de tiempo determinado (SEGIB, 2008:22). La presente propuesta amplía su objetivo y presenta diferencias en su implementación.

A continuación, se detallan los objetivos generales y específicos del Programa propuesto, sus principios, los destinatarios, su implementación y evaluación.

4.2.1. Objetivo general y objetivos específicos

Objetivo general

El Programa Federal de Turismo Social “DESCUBRI TU PAIS” es una política pública diseñada para ser ejecutada desde el gobierno nacional, en conjunto con las provincias y actores clave (sector privado, académico, cámaras, organizaciones de la sociedad civil involucradas y sindicatos) que tiene por objetivo facilitar el acceso al turismo a sectores de la sociedad que se encuentran con dificultades socioeconómicas para hacer turismo interno, y promover el desarrollo local sostenible (económico, social, cultural y ambiental) de los destinos, dando cumplimiento a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 aprobada por la ONU, para el período 2024-2031.

Objetivos específicos

- Facilitar el acceso al turismo por parte de sectores con incapacidad de ejercer el derecho al turismo, eliminando barreras a fin de equiparar oportunidades y reducir desigualdades, considerando la importancia del mutuo enriquecimiento cultural y la integración socio-económica-cultural de la población y el desarrollo de la identidad nacional.

- Anticipación y distribución de la demanda: diversificar y *desestacionalizar* la oferta turística de regiones del país, fortaleciendo el turismo en localidades con infraestructura existente y disponibilidad de plazas (destinos consolidados) como así



también destinos emergentes y con potencial, conociendo la demanda de manera anticipada.

- Generar alianzas estratégicas regionales y provinciales entre jurisdicciones fronterizas o de cercanía, y promover el turismo intraprovincial e interprovincial entre jurisdicciones vecinas.

- Fortalecer la prosperidad local y el bienestar de las comunidades desarrollando y potenciando capacidades locales, generando espacios de encuentro entre empresas turísticas y emprendedores locales, así como promoviendo el comportamiento responsable de los turistas.

- Promover la calidad y sostenibilidad del empleo, alentando la capacitación y promoción laboral, generando mayores oportunidades de empleo registrado y de calidad durante todo el año.

- Involucrar a la comunidad local en la planificación turística, garantizando su participación y compromiso.

- Generar oportunidades de negocio, apoyando a los propietarios locales como prestadores de servicios turísticos, alentando el desarrollo sostenible y el emprendedurismo.

- Promover la satisfacción del visitante y las políticas de “fidelización”, mejorando la conectividad, la accesibilidad, la atención al visitante y elaborando herramientas de evaluación, medición y monitoreo de calidad de la experiencia del visitante.

- Impulsar la participación de la comunidad en el desarrollo de actividades que promuevan la cultura y tradición de la localidad, asegurando la sensibilización de toda la comunidad local sobre el valor de su cultura para la transmisión de la misma a los visitantes.

- Garantizar la eficacia de los recursos a la población y turistas, procurando una gestión sostenible del territorio, a través de medidas tendientes a reducir consumo energético, de agua y residuos, así como la reutilización y reciclaje.

- Instaurar el cuidado del medioambiente, del patrimonio y de los recursos naturales como guía y eje de toda actividad, tanto desde la oferta como la demanda turística



- Mejorar, reparar y fortalecer la dotación de infraestructura en servicios básicos, de hotelería y transporte, espacios de atractivos culturales y naturales, así como promover la inversión en infraestructura resiliente.

- Consolidar y promover la seguridad sanitaria de los residentes, visitantes y turistas mediante protocolos de calidad sanitaria, limpieza y controles de seguridad e higiene.

4.2.2. Principios

Los principios que rigen la presente política son los siguientes:

- Gobernanza colaborativa e inclusión y participación del sector privado y de la comunidad: activar los mecanismos de colaboración entre los ministerios nacionales, los gobiernos y organismos provinciales, interjurisdiccionales y locales, como asimismo con el sector privado, el académico, las asociaciones gremiales y la ciudadanía local.

- Descentralización: programa federal descentralizado, en el que es fundamental el rol provincial de la mano de su plan estratégico local considerando las particularidades de la región, fomentando el turismo intra e interprovincial a través de alianzas fronterizas, planificación de circuitos o itinerarios; el Estado Nacional como facilitador.

- Accesibilidad e igualdad de oportunidades: reducir las desigualdades existentes en la población y regiones del país.

- Sostenibilidad: promover la sensibilización, concientización, valoración, protección y conservación del destino, sus recursos culturales, naturales y patrimoniales y el consumo responsable antes, durante y después de la visita al destino.

- Identidad nacional: fomentar la interpretación y “apropiación” del patrimonio, así como la identidad nacional, promoviendo la integración y el enriquecimiento social, económico y cultural de visitantes y residentes.

- Formación de calidad: brindar a quienes forman parte del sistema turístico herramientas, capacitación y cualificaciones profesionales que les permitan ofrecer bienes, servicios y experiencias de calidad y de hospitalidad, generando valor añadido y logrando el confort y la satisfacción de las personas viajeras.



4.2.3. Destinatarios

En cuanto a la oferta turística, podrán postularse al Programa todos los prestadores turísticos con domicilio legal en Argentina que ofrezcan sus productos y/o servicios turísticos en el país, debiendo postularse oportunamente en la convocatoria presentando la documentación correspondiente.

En relación a la demanda turística, toda la población argentina podrá ser beneficiaria de políticas de turismo social, según el destino seleccionado y la forma de pago. En relación al Programa de Unidades Turísticas, los criterios de selección priorizarán a aquellas personas que demuestren mayor necesidad y menor posibilidad de acceder al turismo mediante sus propios medios.

4.2.4. Implementación de “DESCUBRÍ TU PAÍS”. Plan de acción

Como se ha dicho precedentemente, la presente política será ejecutada por el Estado Nacional, a través de la Subsecretaría de Turismo o del organismo con competencia en materia turística que en el futuro la reemplace, junto con la participación de los gobiernos provinciales, quienes tienen un rol central en esta iniciativa. Por ello, será indispensable la correcta articulación entre ambos niveles de gobierno y la correspondiente asignación de compromisos, deberes y tareas. A tal fin, se constituirá una mesa de trabajo en el Consejo Federal de Turismo Social conformada por representantes del organismo nacional en materia turística, de los gobiernos provinciales, de las cámaras, federaciones y asociaciones nacionales y jurisdiccionales del sector turístico, y de las organizaciones sociales y de la economía popular, que se reunirá mensualmente a fin de acordar y planificar las acciones a realizar, controlar y monitorear los resultados a través de su seguimiento, y tras su evaluación, proponer modificaciones o nuevas acciones para el mejor funcionamiento del Programa.

Desde el gobierno nacional:

- Convocar la mesa de trabajo en el CFTS a fin de presentar el Plan y tras su lanzamiento, de manera mensual.
- El Estado Nacional, a través de la Subsecretaría de Turismo o del organismo que en el futuro la reemplace, tendrá a su cargo el desarrollo y mantenimiento de un Sistema Nacional de Turismo Social, que incluirá el Registro



Nacional de Prestadores del Programa Federal de Turismo Social; este registro, a su vez, se verá plasmado en una plataforma de encuentro e intercambio de oferta y demanda a fin de poder concretar propuestas a precios asequibles para los beneficiarios. El Registro se actualizará conforme a la incorporación de nuevos prestadores que cumplan los requisitos necesarios, evaluados por los gobiernos provinciales y posteriormente verificados por la Subsecretaría de Turismo nacional.

- “DESCUBRI TU PAIS” estará integrado a una alternativa del ex Programa de Incentivos a la Preventa de Servicios Turísticos Nacionales “PREVIAJE” (Resol. N° 456/MTDN/2020 y N° 305/MTDN/2021), destinada a sectores con incapacidad de ejercer el derecho al turismo, con la ventaja de bancarizar a las personas y al mismo tiempo formalizar la mayor cantidad de actividades turísticas. A tales fines, se reintegrará a los beneficiarios del Programa un 30% (treinta por ciento) de los consumos turísticos que realice en el marco de su viaje.

- Conectividad y transporte: la autoridad nacional de turismo suscribirá los convenios pertinentes junto con los demás Ministerios competentes del Estado Nación, la provincia y empresas de transporte a fin de establecer la distribución de la demanda y los descuentos en tarifas asociadas al Programa. Asimismo, en relación a los ferrocarriles se suscribirá un convenio de cooperación con SOFSE – Trenes Argentinos - a fin de proceder a la refuncionalización de los ferrocarriles existentes en etapas.

- Desde el organismo nacional en materia turística se adicionarán a las actuales capacitaciones y jornadas de formación diferentes módulos específicos destinados tanto a prestadores turísticos como a los gobiernos provinciales y locales relativos a la gestión integral de destinos, gestión y preservación del patrimonio, sustentabilidad, calidad, intercambio cultural y atención al turista.

- La Subsecretaría de Turismo mantendrá el vínculo con las asociaciones sindicales que acompañen el Programa, convocando a su participación en las mesas del CFTS.

- La Subsecretaría de Turismo gestionará, de corresponder, incentivos económicos al sector privado con el objetivo de ampliar oferta destinada a turismo social.



- La Subsecretaría de Turismo mantendrá el vínculo y coordinará acciones con los demás ministerios nacionales que se vinculan con el sector (de Economía, de Educación, de Transporte, y demás organismos según su competencia).
- Gestión de preservación del patrimonio: el Estado Nacional, desde la Subsecretaría de Turismo y los organismos nacionales de Cultura y de Ambiente de la Nación, en conjunto con los gobiernos provinciales, implementará la línea de acción “DESCUBRIR ES CUIDAR”, que se detalla en el punto siguiente.

Desde los gobiernos provinciales:

Preliminarmente, el gobierno provincial de cada jurisdicción deberá constituir un Consejo Provincial de Turismo Social, que convocará a una mesa de trabajo con representantes de organismos municipales, del sector gremial, del sector privado, académico, de las organizaciones sociales y de la economía popular.

La mesa de trabajo constituida elaborará los ejes de las acciones e identificará las áreas geográficas de interés turístico, de la mano del plan estratégico de desarrollo jurisdiccional, respetando, asimismo, los planes de estrategia local.

ACCION A: se deberá realizar un mapeo de las localidades, municipios, parajes y/o comunas existentes en cada jurisdicción, para distinguir y clasificar entre:

- a) destinos consolidados con disponibilidad de plazas (relevar y elaborar un ranking),
- b) destinos emergentes y potenciales, definiendo sus productos.

ACCION B: clasificados los destinos, se los ordenará por capacidad hotelera, identificando los productos que ofrece. Asimismo, se realizará un relevamiento de infraestructura existente ociosa y de los establecimientos a recuperar o refuncionalizar a fin de destinarlos como alojamiento habilitado para el turismo social, y se definirá una planificación de la infraestructura y de la distribución equilibrada de turistas en pos del bienestar de cada comunidad.

ACCION C: relevamiento y convocatoria a prestadores de servicios turísticos de los destinos, tanto registrados como informales, los que deberán ser registrados conforme a las habilitaciones correspondientes.



Se suscribirá un convenio entre la provincia y los prestadores, incorporando a estos a una Base de Datos, pasando a integrar el Registro de Destinos y el Registro de Prestadores del Programa Federal de Turismo Social. En el caso de alojamientos en los que resulten necesarias obras de infraestructura a los fines de su refuncionalización y puesta en valor, estos se inscribirán en el Registro Provincial de Alojamientos a Recuperar.

ACCION D: la provincia deberá presentar en el CFTS un informe que contenga una sección con el diagnóstico de la situación y contexto provincial, incluyendo el detalle del relevamiento realizado, el mapeo, la clasificación de los destinos y su capacidad hotelera diferenciada y una sección con la propuesta de planificación de la infraestructura (conforme Acción B), y las estrategias de diferenciación del destino.

Con esta información, se comenzará a articular con provincias fronterizas el intercambio y promoción de destinos, la creación de nuevos circuitos y la conectividad (diagnóstico de infraestructura existente y obras necesarias).

ACCION E: Una vez finalizado el Registro y la recopilación de las diferentes ofertas turísticas, las provincias entregarán a los prestadores incorporados al Programa el Sello “DESCUBRÍ TU PAÍS” para su reconocimiento y promoción, y se anunciará y comunicará el Programa mediante medios oficiales a fin de que los beneficiarios puedan hacer su elección.

Esto implicará un registro de los beneficiarios que soliciten plazas en diferentes destinos, en función de su elección. Entre los datos requeridos se incluyen los datos personales los beneficiarios, cantidad de personas, conformación del grupo, motivo del viaje, situación laboral, documentación respaldatoria que acredite los ingresos del requirente y demás personas que conforman el grupo, informe si las personas poseen cuenta bancaria, y forma y medio de pago, según corresponda en cada caso (conforme se explica en el capítulo 4, punto 3.B “*Forma de pago de los beneficiarios*”. En caso de grupos conformados por menores, se solicitará libreta escolar actualizada.

Con las solicitudes recibidas, se realizará una planificación de distribución de las visitas y en función de ella, se hará la pre-adjudicación equilibrada de las plazas disponibles y se realizará la reserva provisoria a los prestadores.

En caso de que un destino presente 100% de ocupación en la pre-adjudicación del alojamiento, se procederá a informar de ello al requirente junto con las alternativas



de destinos cercanos que se encuentran con plazas disponibles, permitiendo redistribuir a los turistas, incentivando la desconcentración.

A partir de la notificación de la pre-adjudicación, el beneficiario comenzará a abonar el viaje, según corresponda (conforme se explica en el capítulo 4, punto 3.B “Forma de pago de los beneficiarios”).)

En esta etapa, se informará al beneficiario sobre las actividades y talleres formativos que deberá realizar de “DESCUBRIR ES CUIDAR”, requisito obligatorio para la adjudicación del viaje.

Consideraciones:

- ✓ Según el destino, se definirán los servicios que incluye el programa acorde a las particularidades, circunstancias, desarrollo, infraestructura y mano de obra (alojamiento, pensión completa, transporte, actividades recreativas, culturales y deportivas, etc), como también acorde a los destinatarios (familias, jóvenes, escolar, personas con discapacidad, adultos mayores).
- ✓ Los prestadores podrán consolidar alianzas estratégicas a fin de ofrecer paquetes turísticos y diversificar la oferta del destino. Asimismo, podrán generar alianzas con prestadores de destinos cercanos, generando nuevos circuitos.

4.2.5. “DESCUBIR ES CUIDAR”. Preservación del patrimonio natural y cultural

Como hemos dicho, es de gran relevancia el impacto del turismo en las sociedades y economías afectadas, y, por sobre todo, el efecto multiplicador y dinamizador del turismo en las mismas. Ahora bien, considerando que en muchos casos el crecimiento turístico puede ir acompañado de impactos sociales y ambientales negativos, es menester la regulación estatal en la actividad a los fines de garantizar las condiciones de desarrollo local sostenible en las distintas esferas: social, cultural, económica y ambiental. Resulta necesario y fundamental que la política de turismo social, en línea con las palabras de Arthur Pedersen, ponga a “el turismo al servicio de la conservación”. Esto es, que contemple la preservación de patrimonio, que promueva la capacitación y profesionalización de los gestores e intérpretes del patrimonio, y tenga como fin la captación de los turistas y el fomento del turismo sostenible, inculcando valores de respeto y compromiso hacia las



comunidades del destino, así como la preservación y conservación del patrimonio, formando turistas responsables.

En este sentido, la meta 11.4 de los ODS es precisamente *“Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo”*, y el indicador es: Total de gastos (públicos y privados) per cápita destinados a la preservación, protección y conservación de todo el patrimonio cultural y natural, desglosado por tipo de patrimonio (cultural, natural, mixto y reconocido por el Centro del Patrimonio Mundial), nivel de gobierno (nacional, regional y local o municipal), tipo de gastos (gastos de funcionamiento o inversiones) y tipo de financiación privada (donaciones en especie, financiación procedente del sector privado sin fines de lucro y patrocinio) (ONU, s.f.)

Para ello, la política propuesta contemplará la preservación del patrimonio natural y cultural, ya sea este tangible e intangible, a través de la capacitación y profesionalización de los gestores e intérpretes del patrimonio, a los fines de captar y atraer a los turistas, y a través de talleres de fomento del turismo sostenible destinados al visitante, inculcando valores de respeto y compromiso hacia las comunidades del destino, así como la preservación y conservación del patrimonio, formando turistas responsables. En ese marco, se establecerá como requisito obligatorio para los destinatarios del Programa Federal de Turismo Social “DESCUBRI TU PAIS” la participación en talleres de sensibilización. Es decir, que a quienes se les concede el beneficio de viajar a un destino en el marco del Programa, se les exija la participación en talleres sobre el destino, su historia, patrimonio natural y cultural, la necesidad de conservación, compromiso y respeto, estrechando el vínculo con el destino desde entonces, fomentando la responsabilidad y valoración del mismo desde el lugar de residencia del turista para que, al llegar al destino, su apreciación y posicionamiento sea desde un lugar de interés, comprensión y cuidado, mejorando su experiencia.

En este contexto, la propuesta incluye una línea de acción denominada *“Descubrir es cuidar”* relativa a la preservación del patrimonio, que tiene como objeto el cuidado y conservación del patrimonio natural y cultural, tangible e intangible, de los destinos y regiones alcanzadas por el Programa Federal de Turismo Social, y está destinado tanto a quienes gestionan el patrimonio desde funciones públicas, incluyendo a los profesionales de la interpretación, como a los turistas.



A los fines de alcanzar los objetivos descriptos precedentemente, “*Descubrir es cuidar*” tendrá 2 sub-líneas de acción:

- FORMACION CAPACITACION PROFESIONALES – GESTIÓN E INTERPERTACION DEL PATRIMONIO
- FORMACIÓN TURISTAS RESPONSABLES –TALLERES DE SENSIBILIZACIÓN.

En este marco, “*Descubrir es cuidar*” tiene como objetivos:

1. Involucrar a la comunidad local en la planificación de gestión integral del patrimonio turístico, garantizando su participación y compromiso.
2. Promover la capacitación profesional de los gestores e intérpretes del patrimonio natural y cultural (tangible e intangible) de destinos turísticos.
3. Fortalecer la prosperidad local y el bienestar de las comunidades desarrollando y potenciando capacidades de los intérpretes del patrimonio, generando espacios de encuentro con los turistas, así como promoviendo un comportamiento responsable por parte de estos últimos.
4. Impulsar la participación de la comunidad en el desarrollo de actividades que promuevan la cultura y tradición de la localidad, asegurando la sensibilización de toda la comunidad local sobre el valor de su cultura para la transmisión de la misma a los visitantes.
5. Instaurar el cuidado del medioambiente y de los recursos naturales como guía y eje de toda actividad, tanto desde la oferta como la demanda turística.
6. Involucrar al visitante en el cuidado, a través de la concientización y la generación de sentido de pertenencia, mejorando asimismo su experiencia.

“Descubrir es cuidar”: EJES

1) PLANIFICACIÓN INTERPRETATIVA a través de “un equipo interdisciplinario de planificación”;

2) INVENTARIO con tres componentes: la audiencia, los recursos y los servicios actuales;

3) CAPACITACIÓN: la capacitación en gestión e interpretación del patrimonio en destinos turísticos tendrá como fin proporcionar un conjunto de metodologías y prácticas de gestión que sirvan como herramienta para resolver los problemas que



plantea la industria turística en relación al vínculo con el público, las estrategias de gestión de visitantes y la promoción e interpretación del sitio asegurando la preservación y el respeto.

4) PLAN DE MANEJO que dirija adecuadamente todas las actividades que se desarrollan, asegurando la sobrevivencia de los recursos que se desea conservar y preservar y que permita desarrollar además un “Plan de Interpretación”. Deberá preverse un desarrollo integral de los sitios de patrimonio, con determinación de zonas de concentración y zonas de observación, previo a ofrecerlos al uso público; y contar con “una administración y personal capaces y capacitados para la tarea tan particular de administrar un legado que a su vez hay que legar”;

5) JERARQUIZACIÓN DE LA INTERPRETACIÓN para garantizar la calidad de la experiencia interpretativa de los visitantes. Hay dos aspectos clave de la interpretación: su lugar como instrumento de gestión integral del patrimonio (protección, preservación del patrimonio, aprovechamiento del producto turístico, satisfacción de visitante), y su función educativa (proporcionar conocimientos, inculcar valores, influir en la conducta de los visitantes intencionadamente, orientar su comportamiento).

Tal como se ha expresado, la interpretación del patrimonio es una forma diferente y comprobadamente eficaz de aproximarse a la naturaleza y a la historia de las sociedades que merece una revalorización por parte de los funcionarios encargados de las áreas naturales protegidas, de los sitios de valor cultural y de los potenciales centros de atracción del público, ya que bien implementada en el desarrollo de sus técnicas es una estrategia eficaz para la educación ambiental y el manejo racional del patrimonio (Morales Miranda, Jorge, 2007).

Conforme a los principios de la Carta de Turismo Cultural del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios [ICOMOS] para sitios de patrimonio significativo, es necesario que la interpretación brinde “contenidos de máxima calidad para optimizar la comprensión del visitante acerca de las características significativas de ese patrimonio y la necesidad de su protección, haciéndole capaz de disfrutar adecuadamente de su visita”. Es imprescindible “despertar actitudes de respeto y conservación hacia el sitio visitado y establecer un vínculo afectivo con el medio y las personas, se presenta como algo posible pero complejo de ahí que la tarea del intérprete es fundamental: propongo y apuesto a una invitación a la reflexión de



nuestro vínculo con el medio y a la búsqueda de lo sencillo como motor de cambio” (Morales Miranda, 2007). Asimismo, no hay que dejar de lado el valor preventivo de la interpretación en la conservación. Se ha dicho que la interpretación ambiental es una disciplina que promueve la conservación desde la comunicación con la gente.

La Declaración del Consejo Internacional de Museos (ICOM) y la Federación Mundial de Amigos de los Museos (WFFM) para el Turismo Cultural Sostenible mundial, establece: “el Patrimonio cultural no puede convertirse en un producto de consumo ni puede su relación con el visitante ser superficial. Si el turista es capaz de identificarse con el patrimonio, puede apreciar su valor y la importancia de su preservación y, por tanto, convertirse en un aliado de los museos”.

Es fundamental dar al turista el rol de actor, involucrándolo afectivamente con las actividades y en las necesidades de conservación y preservación de bienes culturales tangibles e intangibles (Rico Mansard, L. F., 2008).

4.3. Presupuesto del Programa. Forma de pago de los beneficiarios.

El Programa se financiará con fondos provenientes de 3 fuentes:

- a) partida presupuestaria correspondiente del presupuesto anual nacional;
- b) complementariedad con provincias y municipios, y
- c) con los aportes de los propios beneficiarios del Programa.

A) Presupuesto anual nacional:

El Programa tendrá una partida específica en el presupuesto anual aprobado por Ley del Congreso de la Nación, que financiará parte de los gastos de la política propuesta.

- ##### **B) Si bien el Turismo Social siempre ha sido considerado en el presupuesto Nacional, el contexto político institucional actual da señales de que esta actividad no es una prioridad y en tal sentido lo que se propone para financiar el programa es firmar acuerdos de complementación con organismos gubernamentales de turismo, educación, cultura, deporte, personas mayores, discapacidad, género, agricultura familiar, campesina e indígena, y con organizaciones del sector privado, que integren y/o representen a los grupos sociales priorizados, de orden provincial y municipal, entre otras. Dichos acuerdos incluirán la gestión de instrumentos de apoyo y financiación por parte**



de las provincias y municipios que contribuyan a la generación de oportunidades de esparcimiento accesibles al público objetivo.

C) Forma de pago de los beneficiarios de la proporción correspondiente:

Se propone establecer distinciones en la forma de pago según situación ante organismos de la seguridad social, impositivos, agrupamiento en asociaciones de profesionales, o empleo no registrado. De esta manera, se prevé:

- empleados en relación de dependencia: pago anticipado en cuotas periódicas consecutivas descontadas de la remuneración mensual;
- empleados no registrados: pago anticipado y en cuotas;
- profesionales liberales asociados a Colegio/Consejos/asociaciones profesionales: pago anticipado y en cuotas;
- Jubilados y pensionados: descuento mensual de los haberes.

En caso de menores de edad, se aplicará sobre el ingreso de madre, padre, tutor, representante legal a cargo.

4.4. Seguimiento, monitoreo y evaluación del Programa

Se propone el seguimiento, monitoreo de las acciones y la evaluación de la propuesta a través del Observatorio de Turismo Social, creado mediante la ya mencionada Resolución 642/2021 del ex MTyD.

Asimismo, desde el mencionado Observatorio se procederá a la elaboración de indicadores específicos precisos y claros que permitan observar los datos de la realidad, medir los cambios producidos, los resultados, y evaluar progresos o retrocesos.

Cada año, el Observatorio realizará los informes que reflejen las acciones realizadas, la participación por parte de los gobiernos provinciales y de la población destinataria, y los resultados conforme a los datos relevados. Estos informes anuales serán publicados en la página web oficial y estarán disponibles para su consulta abierta.

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES

Preliminarmente, cabe mencionar que la Organización Internacional de Turismo Social [OITS] en el artículo N° 3 de sus estatutos, señala que el turismo social



es: “el conjunto de relaciones y fenómenos que resultan de la participación al turismo y en particular de la participación de capas sociales con recursos modestos. Esta participación es posible, o el menos facilitada, gracias a medidas con un carácter social bien definido” (OITS, 2003). Por su parte, nuestra Ley Nacional de Turismo N° 25.997 promulgada en el año 2005, define en su artículo 38 al turismo social como: “todos aquellos instrumentos y medios que otorguen facilidades para que todos los sectores de la sociedad puedan acceder al ocio turístico en todas sus formas, en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad”. Esta definición se encuentra alineada a uno de los principios de la Ley, el de accesibilidad, que establece como prioridad la eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los sectores de la sociedad, incentivando la equiparación de oportunidades, reafirmando la idea del turismo como derecho de todos los habitantes, sin discriminación alguna.

Una concepción amplia del turismo social lo define como un turismo con un agregado valor moral, que tiene el objetivo de beneficiar al anfitrión o al visitante en la experiencia turística. Sostiene que dentro de la modalidad deben incluirse tanto las iniciativas destinadas a hacer accesible las vacaciones a sectores vulnerables, como a aquellas otras propuestas de base comunitaria en áreas subdesarrolladas.

Ahora bien, a pesar del proceso de democratización turística, aún la mayoría de los argentinos no logra hacer efectivo el derecho al turismo. Conforme a las encuestas oficiales de las últimas décadas que analizan las prácticas de ocio de residentes en Argentina, surge que la mayoría de la población no realiza viajes turísticos en ningún momento del año. Además, quedó demostrado que la exclusión turística por ingresos representa al 60% del público que afirma no poder vacacionar, y que el turismo es la práctica de esparcimiento menos elegida por las personas de bajos ingresos, que optan por actividades de ocio más económicas.

Al momento del presente trabajo, no existe un registro institucional de las políticas de turismo social a nivel jurisdiccional, ni se cuenta con referentes de los organismos de turismo provinciales que se vinculen con acciones de turismo social. A partir de lo relevado, se observa que en muchas jurisdicciones del país el turismo social es gestionado desde ministerios de desarrollo social o desarrollo humano, o a través de estos organismos de manera conjunta con las dependencias de turismo provinciales. Esto muestra que, en gran medida, el turismo social es abordado con



una mirada de beneficencia hacia el turista, sin considerar que ser un destino de turismo social conlleva numerosas ventajas si se lo gestiona dentro de un marco estratégico que promueva el desarrollo local y beneficie al sector privado y a la comunidad en general.

En este sentido, es menester resaltar que la actividad turística puede contribuir al desarrollo local, incrementando el conocimiento, las habilidades, la plena participación social, el progreso institucional, y promoviendo el uso sostenible de los recursos, tanto naturales, culturales como humanos. De esta manera, se promueve el beneficio económico y bienestar tanto de la población que visita el destino como de la población receptora, elevando la calidad de vida de ambas partes, logrando un mutuo enriquecimiento cultural y, por sobre todo, permitiendo fortalecer, consecuentemente, la identidad nacional de los residentes y de los turistas, resultando tanto en una oportunidad económica para el empresariado como en un instrumento de reivindicación social para los sectores postergados, conciliando dos lógicas en conflicto: el turismo como negocio y el turismo como derecho.

A mayor redundancia, la Organización Mundial del Turismo [OMT] reconoce el valor del turismo como “acelerador de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible debido a su efecto transversal y multiplicador en otros sectores e industrias”, ya que el turismo aporta ingresos a través de la creación de empleo, actualización y adaptación de infraestructura, estimulación de la agricultura sostenible y la venta de productos locales a turistas, promueve la inclusión, y el acceso al agua potable y su seguridad. El turismo es, en muchos casos, una herramienta que contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de la población, al desarrollo local, regional y nacional, y al fortalecimiento de la identidad cultural nacional y de las culturas en particular, ocupando un rol fundamental en la vida de las personas, tanto desde la perspectiva de quienes visitan un destino como desde aquellos que ofrecen servicios a los visitantes (OMT, 2018, p.24). Por ello, es evidente la necesidad de eliminar las barreras existentes a fin de equiparar oportunidades y reducir desigualdades, considerando la importancia del mutuo enriquecimiento cultural, la integración socio-económico-cultural de la población y el desarrollo de la identidad nacional.

Ahora bien, considerando que en muchos casos el crecimiento turístico puede ir acompañado de impactos sociales y ambientales negativos, es menester la regulación estatal en la actividad a los fines de garantizar las condiciones de desarrollo



local sostenible en el aspecto social, cultural, económico y ambiental. Para que el turismo sea definitivamente un elemento determinante del desarrollo, debe existir una política pública coherente y eficiente que se rija por unos principios y que se practique a través de metodologías que permitan la realización de buenos diagnósticos e implantación óptima de las medidas.

Considerando las políticas de turismo social existentes por parte del Estado Nacional y de las jurisdicciones del país relevadas a través de la presente investigación, la necesidad identificada consiste en ampliar y federalizar la política de turismo social en Argentina, de la mano del desarrollo local de triple impacto y de la preservación del patrimonio natural y cultural, en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Por ello, la política de turismo social propuesta tiene como objetivo facilitar el acceso al turismo a sectores de la sociedad que se encuentran con dificultades para hacer turismo interno y, asimismo, promover el desarrollo local sostenible de diversos destinos del país, en la esfera social, cultural, económica, ambiental e institucional, dando cumplimiento a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 aprobada por la Organización de las Naciones Unidas.



BIBLIOGRAFÍA

- Actualidad Chaco (26 de marzo de 2015), "Capitanich presentó el programa de turismo social "Conocé tu Chaco"" http://www.actualidadchaco.com/vernota.asp?id_noticia=54416
- ADN Radio 979 (s.f.), *Perotti y Lammens firmaron un convenio para potenciar el turismo social*. <https://adn979.com/contenido/146043/perotti-y-lammens-firmaron-un-convenio-para-potenciar-el-turismo-social>
- Boletín Oficial de la República Argentina (30 diciembre de 2021), Resolución 642/2021 del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación. <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/255476/20211230>
- Butler, R. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources". Canadian Geographer, p. 5-12.
- Cárdenas-García, P. J., Sánchez-Rivero, M., Pulido-Fernández, J. I. (2015); *Does Tourism Growth Influence Economic Development?* Journal of Travel Research, Vol. 54, 2015.
- Casanova Ferro, G. y Camussom M (2015): *Gestión pública del turismo*, Buenos Aires, Argentina, Ed. UCA.
- CatamarcActual (28 de marzo de 2013), *Turismo social para niños, niñas y adolescentes*. <https://www.catamarcactual.com.ar/informacion-general/2013/3/28/turismo-social-para-nios-nias-adolescentes-43203.html>
- Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD): Informe para la Asamblea General de las Naciones Unidas titulado "Nuestro Futuro Común" (WCED, 1987)
- De Rus y León (1997): *Economía del turismo. Un panorama*, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Diputados Bonarenses (30 de junio de 2022), "La Provincia creó un programa de turismo social: ¿de qué se trata?". <https://diputadosbsas.com.ar/provincia-programa-de-turismo-social/>
- Formosa Diario de todos (27 de diciembre de 2022), Unos 1.436 niños realizaron en Formosa su iniciación al avistaje de aves. <https://www.diarioformosa.net/unos-1436-ninos-realizaron-en-formosa-su-iniciacion-al-avistaje-de-aves>
- Fundación INATAEL (<https://www.inatel.pt/>)
- Gobierno de España, Secretaría de Estado de Turismo (2019). *Directrices generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030*.
- Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (s.f), "Turismo social", recuperado el 15 de febrero de 2023 en <https://buenosaires.gob.ar/desarrollohumanoyhabitat/puerto-pibes>
- Gobierno de la provincia de Chaco (23 de febrero de 2023), *TURISMO SOCIAL PARA MÁS DE 400 JÓVENES: EL GOBIERNO LANZÓ EL PROGRAMA JUVENTUR CHACO DESDE LA ISLA DEL CERRITO*. Subsecretaría de Comunicación. <https://comunicacion.chaco.gov.ar/noticia/71253/turismo-social-para-mas-de-400-jovenes-el-gobierno-lanzo-el-programa-juventur-chaco-desde-la-isla-del-cerrito>



- Gobierno de la provincia de Chubut (17 de noviembre de 2021), *Continúa el Programa de Turismo Social y Educativo “Conociendo Chubut”*. Ministerio de Turismo y Áreas Protegidas. <https://chubutpatagonia.gob.ar/continua-el-programa-de-turismo-social-y-educativo-conociendo-chubut/>
- Gobierno de la provincia de Córdoba, *Recreación y turismo social*. <https://www.cba.gov.ar/programa/recreacion-y-turismo-social/>
- Gobierno de la provincia de Corrientes (11 de noviembre de 2022), “Continúa con gran éxito el Programa Turismo Social y educativo en Corrientes”, Ministerio de Turismo. <https://turismo.corrientes.gob.ar/noticia/continua-con-gran-exito-el-programa-turismo-social-y-educativo-en-corrientes>
- Gobierno de la provincia de Corrientes (16 de junio de 2015), “*Se presentó el Programa “Turismo Social y Educativo” del Ministerio de Turismo de Corrientes*”, Ministerio de Turismo. <https://turismo.corrientes.gob.ar/noticia/se-presento-el-programa-turismo-social-y-educativo-del-ministerio-de-turismo-de-corrientes>
- Gobierno de la provincia de Formosa (s.f.), Firma de Convenio De Cooperación entre El Ministerio De Turismo y La Caja De Previsión Social. <http://www.formosahermosa.gob.ar/firma-de-convenio-de-cooperacion-entre-el-ministerio-de-turismo-y-la-caja-de-prevision-social/>
- Gobierno de la provincia de La Pampa (s.f.), Turismo Social. Ministerio de Desarrollo Social. Deporte y Turismo Social. <https://mds.lapampa.gob.ar/turismo-social.html>
- Gobierno de la provincia de Mendoza (s.f.), *Programa Turismo Escolar: Conociendo Mendoza*. <https://www.mendoza.gov.ar/turismo/3101-2/>
- Gobierno de la provincia de Misiones (1 de agosto de 2022), *Desarrollo Social lanzó el programa de turismo social para personas mayores por Proyecto Volver a Viajar*. Ministerio de Desarrollo Social, la Mujer y la Juventud. <https://desarrollosocial.misiones.gob.ar/desarrollo-social-lanzo-el-programa-de-turismo-social-para-personas-mayores-por-proyecto-volver-a-viajar/>
- Gobierno de la provincia de Río Negro (1 de diciembre de 2015), *Programa de Turismo Social y Educativo: más de 1.300 alumnos rionegrinos visitaron Bariloche*. <https://rionegro.gov.ar/articulo/14244/programa-de-turismo-social-y-educativo-mas-de-1300-alumnos-rionegrinos-visitaron-bariloche>
- Gobierno de la provincia de Río Negro (14 de agosto de 2022) *Turismo Social: Río Negro impulsa actividades recreativas para las personas mayores*. <https://rionegro.gov.ar/articulo/42985/turismo-social-rio-negro-impulsa-actividades-recreativas-para-las-personas-mayores>
- Gobierno de la provincia de San Juan (7 de febrero de 2022), *Conociendo San Juan: un programa para que los sanjuaninos conozcan la provincia*. Servicio informativo. <https://sisanjuan.gob.ar/turismo-y-cultura/2022-02-07/38558-conociendo-san-juan-un-programa-para-que-los-sanjuaninos-conozcan-la-provincia> Agencia de Noticias San Luis (23 de junio de 2022), *El turismo para nosotros es un derecho y la inclusión social también*.



<https://agenciasanluis.com/notas/2022/06/23/el-turismo-para-nosotros-es-un-derecho-y-la-inclusion-social-tambien/>

- Gobierno de la provincia de Santa Fe (2021), La provincia avanza en el desarrollo del turismo social en todo el territorio provincial. <https://www.santafe.gov.ar/noticias/noticia/271867/>
- Gobierno de la provincia de Tucumán (s.f.), *Turismo social*. Ente Autárquico Tucumán Turismo. <https://www.tucumanturismo.gob.ar/institucional/15019/157/turismo-social>
- Gobierno de la provincia del Neuquén (s.f.). *Turismo Social por Intercambio*. Ministerio de Desarrollo y Trabajo. <https://mindesarrolloytrabajo.neuquen.gob.ar/subsecretaria-de-desarrollo-social-turismo-social/>
- Gobierno del Uruguay (s.f.), Sistema Nacional de Turismo Social. <https://www.gub.uy/ministerio-turismo/tematica/sistema-nacional-de-turismo-social>
- GUBERUK, H. (2019) Trabajo de investigación "TURISMO SOCIAL. ANÁLISIS DE LA ACTUALIDAD DE LAS UNIDADES TURÍSTICAS EMBALSE Y CHAPADMALAL". Repositorio Universidad Nacional del Gral. San Martín. <https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1048/1/TFPP%20EEYN%202019%20GH.pdf>
- Haukeland, J. (1990). *Non-travelers. The Flip Side of Motivation. Annals of Tourism Research*, 17, 172-184.
- Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P. (1997), Capítulo 4. Definición del tipo de investigación a realizar: básicamente exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa, *Metodología de la Investigación*, Mc Graw Hill, México.
- Hosteltur (mayo de 2016), Comunicación para la Economía del Turismo. *XII Foro de Hosteltur "La nueva economía del turismo: un nuevo modelo social y económico"*, <https://www.youtube.com/watch?v=Ggq8YKf84v0&list=WL&index=187&t=4055s>
- Instituto de Mayores y Servicios Sociales del Gobierno de España (<https://imserso.es/web/imserso>)
- Instituto de Obra Social del Empleado Provincial, (s.f.). Turismo Social. Viajes a Mar del Plata. <https://www.iosep.gob.ar/Turismo.php>
- La Vanguardia (23 de julio de 2018), "El Coloso de Prora", de lugar de retiro nazi a paraíso turístico en Alemania. Recuperado el 22 de junio de 2023 en <https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20180723/451018326659/coloso-de-prora-de-retiro-nazi-a-paraíso-turístico-alemania.html>.
- Linares, Hermys Lorenzo y Morales Garrido, Geily (2014): *Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo*, PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 12, núm. 2, enero-abril, 2014, pp. 453-466 Universidad de La Laguna El Sauzal (Tenerife), España.
- McCabe, S. (s.f.). Social tourism and its contribution to sustainable tourism, Nottingham University Business School, Cuadernos Económicos de ICE N°93.
- McCabe, Scott; Minnaert, Lynn; Diekmann, Anya. (2011), *Social Tourism in Europe: Theory and Practice*. Bristol: Channel View Publications.



- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (s.f.), Ley de deporte, recreación y turismo social de la provincia de Santa Cruz N°3187. <http://www.saij.gob.ar/3187-local-santa-cruz-ley-deporte-recreacion-turismo-social-provincia-santa-cruz-lpz0003187-2010-11-25/123456789-0abc-defg-781-3000zvorpyel>
- Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, “Curso de Turismo Social”, Campus Yverá.
- Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación (octubre 2022), Plan Provincial de Turismo Social en Entre Ríos. Observatorio de Turismo Social. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2022/06/plan_provincial_de_turismo_social_en_entre_rios_1_compressed.pdf
- Minnaert, Lynn, Maitland, Robert & Miller, Graham. (2009). Tourism and Social Policy. The Value of Social Tourism. *Annals of Tourism Research*, 36 (2), 316-334.
- Minnaert, Lynn. (2007). Social Tourism: a potential policy to reduce social exclusion? The effects of visitor-related social tourism for low-income groups on personal and family development. PhD thesis. University of Westminster: Westminster Research
- Mochón y Becker (2004): *Economía, principios y aplicaciones*, Argentina.
- Monfort Mir, V. (2000): *La política turística: una aproximación*, Cuadernos de Turismo N° 6.
- Morales Miranda, Jorge (2007); compilado por Carlos Fernández Balboa, *La interpretación del patrimonio en la Argentina: estrategias para conservar y comunicar bienes naturales y culturales* - 1a ed. Administración de Parques Nacionales, Buenos Aires.
- Municipalidad de Ushuaia (s.f.), *Programa de Turismo Social y Concientización*. <http://turismoushuaia.com/contenidos/programa-turismo-social-y-concientizacion/>
- Muñoz Mazón, A. I., Fuentes Moraleda, L., y Fayos-Solá, E. (s.f), *Turismo como instrumento de desarrollo: Una visión alternativa desde factores humanos, sociales e institucionales*, PASOS – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 10, recuperado de <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.061>.
- Observatorio de Turismo Social del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación (octubre, 2022), “Turismo social en Argentina. Informe sobre participación turística”; recuperado el 10 de marzo de 2023 en <https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes/social/observatorio-de-turismo-social>
- Organización de Naciones Unidas (2008) Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo. Recuperado el 12 de noviembre de 2022 en https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf
- Organización Internacional de Turismo Social [OITS] (s.f.). <https://isto.international/who-we-are/?lang=es>
- Organización Mundial del Turismo (2018), *La contribución del turismo a los objetivos de desarrollo sostenible en Iberoamérica*, recuperado de www.eunwto.org/doi/book/10.18111/9789284420018.
- Organización Mundial del Turismo (s.f.), *Guía Práctica para la Gestión de Destinos Turísticos*, Madrid.



- Organización Mundial del Turismo (s.f.), Introducción al Turismo (s.f.). Recuperado el 3 de marzo de 2019 en <http://www.e-unwto.org>.
- Pastoriza, E. (2008), "Estado, gremios y hoteles. Mar del Plata y el peronismo", Programa Buenos Aires de Historia Política del Siglo XX, Estudios Sociales, Revista Universitaria Semestral, año XVIII, número 34, Santa Fe, Argentina, Universidad Nacional del Litoral, primer semestre de 2008, pp. 121-146. Recuperado el 15 de agosto de 2022 en <http://historiapolitica.com/datos/biblioteca/pastoriza.pdf>
- Pastoriza, E. (2008), El turismo social en la Argentina durante el primer peronismo. Mar del Plata, la conquista de las vacaciones y los nuevos rituales obreros, 1943-1955. *Nuevo Mundo Nuevos Mundos*, Debates, 2008. Puesto en línea el 16 de junio de 2008. URL: <http://nuevomundo.revues.org/index36472.htm>
- Pastoriza, E. y Pedetta, M. (2009), "Lo que el pueblo necesita". Turismo social y Peronismo. Argentina, 1945-1955.
- Pedersen, Arthur (2005), *Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial: Manual práctico para administradores de sitios del Patrimonio Mundial*, Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO, Francia.
- Piglia, M. y Pastoriza (2017), La construcción de políticas turísticas orientadas a los sectores medios durante el primer peronismo: Argentina 1946-1955, P. 417), recuperado el 23 de julio de 2022 en <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/34671>
- Presidencia de la Nación Argentina (29 de marzo de 2022), *Con la presencia de Lammens y Perotti, se llevó adelante la 157° Asamblea del Consejo Federal de Turismo*. Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/con-la-presencia-de-lammens-y-perotti-se-llevo-adelante-la-157deg-asamblea-del-consejo>
- Presidencia de la Nación Argentina (s.f.), Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales. <https://www.argentina.gob.ar/politicassociales/ods/institucional>
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y Organización Mundial del Turismo (OMT): "*Por un Turismo más Sostenible. Guía para responsables políticos*", 2006, capítulos 1, 2 y 5.
- *Revista Aire Libre* (s.f.), Turismo Social, pura vida en Costa Rica. <https://webairelibre.com/turismo-social-pura-vida-en-costa-rica/>
- Richards, Greg. (1998). Time for a Holiday?: Social Rights and International Tourism Consumption. *Time & Society*, 7 (1), 145-160.
- Rico Mansard, L. F. (2008): *El museo en busca de los turistas*, El Periplo Sustentable, núm. 14, julio, pp. 27-44, Universidad Autónoma del Estado de México Toluca, México
- San Juan hoy (22 de octubre de 2018), "*Conociendo San Juan*", un programa turístico que llegó a más de mil personas de bajos recursos. <https://sanjuan hoy.com/contenido/19787/conociendo-san-juan-un-programa-turistico-que-llego-a-mas-de-mil-personas-de-baj>



- Schenkel, E. (2017). *Política turística y turismo social. Una perspectiva latinoamericana*. Editorial CLACSO - CICCUS. Secretaría de Turismo de la Nación - SECTUR. (2004a). Primera Carta Compromiso con el Ciudadano. Programa Carta Compromiso con el Ciudadano. Secretaría de Gabinete y Gestión Pública
- Schenkel, E. (2019). *Turismo social en América Latina. Aprendizajes de las experiencias regionales*. Barcelona: ALBA SUD. <http://www.albasud.org/publ/docs/91.pdf>.
- Schenkel, E. (2019a). *Principales experiencias de turismo social en Latinoamérica*. ALBA SUD, 9 de mayo de 2019. Recuperado el 15 de marzo de 2023 en <https://www.albasud.org/noticia/es/1108/principales-experiencias-de-turismo-social-en-latinoam-rica>
- Schenkel, E. (2019b), *El turismo social como modelo alternativo*, ALBA SUD, 12 de abril de 2019. Recuperado el 15 de marzo de 2023 en <https://www.albasud.org/noticia/es/1104/el-turismo-social-como-modelo-alternativo>
- Schenkel, E. (2022), *Participación turística e inmovilidades: el universo que no viaja*, ALBA SUD. Recuperado el 30 de noviembre de 2022 en <https://www.albasud.org/noticia/1522/participacion-turistica-e-inmovilidades-el-universo-que-no-viaja>
- Secretaría General Iberoamericana [SEGIR] (2008), *Buenas prácticas de gestión de turismo social*. Recuperado el 12 de febrero de 2023 en <https://segib.org/wp-content/uploads/Manual-de-BBPP-Turismo-Social.pdf>
- Servicio Nacional de Turismo de Chile [SERNATUR] (marzo de 2015) *Informe de Intensidad Turística y Definición de Destinos Turísticos*. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile.
- SISTEMA DE INFORMES LABORALES, IMPUESTOS y SOCIEDADES (s.f.). <http://sil1.com.ar/soft/IMPOSITI/provinci/Chaco/I1861V.htm>
- Unión Europea (2011), *Iniciativa Calypso, el turismo al alcance de todos*. Recuperado el 3 de marzo de 2022 en http://publications.europa.eu/resource/cellar/a1887a07-91be-4ac5-b190-6360523180bc.0013.02/DOC_1
- Universidad Nacional de San Martín [UNSAM] (2021), MAESTRÍA EN PLANIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS PROGRAMA SELECCIONADO: ASISTENCIA TURÍSTICA SOCIAL, “Diseño de Estrategias e Intervenciones”.
 - Universidad Oberta de Catalunya. *La Política Turística. El marco de actuación*, capítulos 3 y 4.
- World Tourism Organization [UNWTO], *Glosario de términos de turismo*. Recuperado el 5 de junio de 2022 en unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos
- World Tourism and Travel Council [WTTC], *Sector de viajes y turismo argentino avanza hacia su recuperación en la contribución al PIB: WTTC*, 30 de mayo de 2023, recuperado el 15 de junio de 2023 en <https://wttc.org/news-article/sector-de-viajes-y-turismo-argentino-avanza-hacia-su-recuperacion-en-la-contribucion-al-pib-wttc#:~:text=En%202022%2C%20la%20contribuci%C3%B3n%20del,8%25%20de%20la%20econom%C3%ADa%20argentina.>



ANEXOS

ANEXO 1 - ENTREVISTAS

ENTREVISTA N° 1

Sexo: Masculino
Rango etario: 60 a 65 años
Profesión: Docente universitario
Cargo actual: Docente universitario y asesor en proyectos educativos en Hotelería y Turismo
Estudios realizados: Lic. En administración – Especializado en Adm. Empresas Turísticas y Hoteleras
Lugar de residencia actual: Tandil
Tiempo vivido en el lugar de residencia actual: 50 años
Otros lugares en los que ha vivido: Buenos Aires

1. **¿Qué es lo primero que le viene a la cabeza cuando escucha la palabra “turismo”?** Hace un tiempo leí un artículo que se llama “El combustible del turismo” y hacía mención que el combustible del turismo es la felicidad y me pareció interesante porque es cierto eso. Las personas que están haciendo turismo están felices y ese es realmente el combustible. Uno puede identificar fácilmente a un turista en un paseo o en la calle, por la forma de vestirse, por los temas de conversación que escucha, y es gente que está feliz. Es lo primero que se me viene a la cabeza.
2. **Cuando se habla de turismo, se lo relaciona con crecimiento económico, ingresos, generación de empleo, pero también con contaminación, daño, generación de residuos. ¿Cuál es su opinión al respecto?** Es cierto, es cierto. Tiene su lado positivo y su lado negativo y ese tema, todo lo relacionado, con el impacto ambiental, impacto cultural, impacto sociocultural, e impacto económico, es cierto. Pero bueno, lo que hay que hacer, precisamente, es tratar de evitar o minimizar en lo posible esos impactos.
3. **El art. 14 de la Constitución Nacional menciona, entre otros, al derecho a transitar el territorio argentino, y el art. 14 bis se refiere al derecho al trabajo y, en este marco, al descanso y vacaciones pagados. Hoy en día, ¿podemos decir que “hacer turismo” se ha convertido en un derecho humano?** No sé si lo podemos considerar como un derecho humano, pero creo que el hecho de hacer turismo es precisamente consecuencia del derecho a viajar, a transitar, y de tener un nivel de vida digno. Es consecuencia de eso. No sé si es un derecho humano específicamente. Es consecuencia de esas otras cosas, si no existen esas cosas, tampoco va a existir la posibilidad de que la gente haga turismo.
4. **Según estadísticas nacionales, aprox. el 51% de la población argentina no ha hecho turismo en su vida; esto es, no ha salido de su lugar de residencia habitual. ¿Qué opinión le merece este dato?** Es mucho. Tendría que ser mucho menor el porcentaje de gente que no ha hecho turismo. Es un porcentaje alto, realmente.
5. **¿Considera que el Estado debería tomar medidas para reducir esta desigualdad?** Y, está un poco relacionado con la pregunta anterior. Porque en realidad tomar medidas específicas para que la gente haga turismo... Yo creo que lo importante es tomar medidas para mejorar el nivel y la calidad de vida de la gente. Entonces mejorando el nivel de vida y la calidad de vida, el turismo es una consecuencia de eso. La gente va a tener más posibilidad de hacer turismo. No lo tomaría como el hecho de fomentar solamente el turismo, creo que va de la mano de otras cosas, no del turismo solamente.



6. **En un país como Argentina, con gran desigualdad social, económica y cultural, con tanta violencia presente en todos los estratos sociales, ¿ve el turismo como una herramienta posible de unión, de integración, de creación o desarrollo de una identidad nacional?** Sí, totalmente. De hecho, la nueva tendencia en turismo es precisamente el intercambio cultural. Cuando una persona se traslada desde su lugar de residencia a otro lugar con fines turísticos, se produce ese intercambio cultural y eso es fundamental y es beneficioso para ambas partes, para el turista y para la población del lugar.
7. **¿Conoce alguna política actual de turismo social en el país?** Sí, hay algunas. De hecho, está vigente ahora, creo que empezó el año pasado en la Provincia de Buenos Aires. Hay una política de viajes de egresados para grupos de bajo nivel económico que no está en condiciones de hacer un viaje de egresados y eso lo solventa el gobierno de la provincia de Buenos Aires.
8. **¿Conoce la política actual de turismo social que lleva adelante el gobierno nacional? ¿Conoce el Programa de Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse?** Si, los conozco. A Chapadmalal he entrado. A Embalse lo conozco desde afuera. Es una tarifa muy, muy económica.
9. **Hay sectores de la sociedad y del sector turístico específicamente que consideran que atraer a turistas beneficiarios de políticas de turismo social no resulta ventajoso para las economías del destino, dado que el gasto de este tipo de turistas es notoriamente menor al de un turista de clase media, sin tener en cuenta el beneficio que implica la presencia de turistas en el destino en épocas de temporada baja, que como mínimo permiten sobrellevar los costos fijos que tiene el prestador. De todas maneras, dejando esto de lado ¿considera que sería posible y conveniente promover la mixtura de clases en un mismo destino, es decir, promover la convivencia de turistas beneficiarios de turismo social y turistas “comunes”?** Sí, no creo que eso sea un problema en sí. De hecho, por ejemplo, en el caso de Tandil, de este programa que te comenté recién de la pregunta anterior, turismo social para viajes de egresados para chicos que no tienen posibilidad de afrontar los gastos de su bolsillo. Están viniendo contingentes de egresados por ese plan y Tandil es un destino caro, bastante caro, dentro de lo que son los destinos turísticos acá en Argentina. Las tarifas de alojamiento en Tandil no son baratas, si bien hay de todo. Y sin embargo están viniendo estos contingentes. Estos contingentes de egresados no se alojan generalmente en los mismos lugares que se aloja la gente de mayor nivel económico. Tandil, por ejemplo, tiene mucha variedad de tipos de alojamiento, hay mucha diversidad. Hay bases de campamento, camping con dormis, y los viajes de egresados que vienen por turismo social de la provincia de Buenos Aires se alojan en este tipo. Después obviamente salen a hacer paseos, actividades, y ahí van a los mismos lugares que va todo el turismo. No lo considero como algo negativo.
10. **¿Considera que la actividad turística actual, con foco en el crecimiento económico, debe cambiar?** Sí, que simplemente se piense en lo económico, tiene que cambiar.
11. **¿Cree posible la concreción de un turismo que busque el desarrollo sostenible y no tenga como eje central el crecimiento económico?** Si, lo que pasa es que falta bastante para lograr eso. De hecho, los destinos turísticos que más adoptan este tema de la sustentabilidad turística tal vez no lo hacen por un tema de convencimiento propio sino porque son precisamente destinos que tienen turismo internacional, como es el caso de Patagonia, Iguazú, o provincias del noroeste como Salta. Entonces al recibir turismo internacional, ese turista internacional está más concientizado con todo lo que es sustentabilidad. Y a los prestadores turísticos de esos lugares no les queda más remedio que adaptarse a lo que la demanda les pide. Creo que lo hacen más por ese lado que por convencimiento propio, lo hacen obligados, no les queda otra.
12. **¿Y los destinos que tienen un atractivo de naturaleza y que viven de eso?** Sí, pero hay muchos que aun así no son conscientes de la importancia de cuidar el recurso. Parece difícil de entender, pero hay muchos que están destruyendo, no se dan cuenta. Por una cuestión de beneficio y una visión cortoplacista totalmente.
13. **¿Conoce los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 aprobada por la ONU, con los cuales Argentina se ha comprometido?** Sí.
14. **En los últimos años y hasta la actualidad, un mayor sector de la población ha priorizado viajar y recorrer lugares fuera de su entorno habitual por sobre otros hábitos que anteriormente eran costumbre. En virtud de ello, es notable cómo muchos destinos consolidados se hicieron conocidos, captando la atención de miles de turistas y causando “sobreturismo”, a tal punto que se perjudica a**



la comunidad local y los recursos naturales, e inclusive se agotan los servicios públicos básicos. ¿Cree Ud. que resulta necesario buscar destinos alternativos a los ya consolidados? Sí, totalmente. La pandemia en ese sentido ha influido mucho en lo que es el turismo. En primer lugar, perjudicándolo, siendo una de las actividades más perjudicadas en cuarentena. Muchos turistas han cambiado sus hábitos y están dejando de viajar a destinos masivos, buscan destinos tranquilos, con menos amontonamiento de gente y donde haya más contacto con la naturaleza.

- 15. ¿Le resulta preocupante la posibilidad de que el aumento del turismo en nuestro país, tanto interno como internacional, traiga aparejado un creciente daño al ambiente y al patrimonio natural y cultural?** Sí. Es uno de los temas que más se tendría que cuidar y trabajar en eso.
- 16. Muchas de las provincias de nuestro país poseen numerosos rincones mágicos dignos de ser descubiertos y recorridos. ¿Considera que los gobiernos provinciales se encuentran en condiciones de relevar esos destinos emergentes con potencial turístico, a fin de desarrollar una planificación para su desarrollo?** Si, totalmente. El hecho de explorar nuevos recursos turísticos no es algo que demande una inversión de dinero muy grande. Es simplemente que la inversión en dinero viene después cuando se quiera desarrollar a esos lugares. En cuanto a relevamiento no implica prácticamente ningún costo, solamente tener la voluntad de hacerlo. De hecho, una de las cosas que a mí me llamó mucho la atención, los años en que se corrió el Rally Dakar en Argentina, yo veía esos lugares por donde ocurría, y había lugares que yo lo nos había escuchado nombrar. Y se hicieron conocidos esos lugares gracias al rally. Y es al día de hoy que ya forman parte de la oferta turística de la provincia Y si no fuera por el rally seguramente seguirían ahí sin ningún tipo de desarrollo.
- 17. ¿Considera necesaria una política pública de turismo social amplia y federal, que exceda la prestación del Programa de Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse?** No es que yo piense que el turismo social no tiene que existir. Tiene que existir, tal vez de una manera diferente a la que se está implementado ahora. Creo que estamos con una idea del turismo social de mediados del siglo veinte, y eso cambió mucho. Y, por ejemplo, que estemos hablando de las Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse que son precisamente lugares que surgieron en la década del siglo 20, en ese momento era eso la tendencia en cuanto a turismo social, ahora ya cambió, no es lo mismo. Yo, por ejemplo, estuve en Chapadmalal el año pasado, la mayoría de los hoteles están prácticamente en ruinas, no están en condiciones de usarse. Están en mal estado y creo que sería muy difícil recuperarlos por el estado de deterioro. Si el Estado quiere seguir haciendo una política de turismo social, no se justifica ya tener semejantes estructuras en cuanto a construirlas y después a mantenerlas, se puede hacer turismo social de otra manera. Haciendo convenios con hoteles o con campings, sin necesidad de mantener semejantes estructuras, creo que es algo que ya quedó en el pasado. Si se sigue haciendo una política de turismo social, creo que tendría que ir acompañada de otro tipo de desarrollo también, buscar la concientización de la gente que se ve beneficiada por el turismo social, que no quede solamente en un viaje. Esto es un poco como la pirámide de Maslow, una persona lo primero que tiene que satisfacer son sus necesidades más básicas, y luego pasa al escalón siguiente hasta llegar a la cima de la pirámide. Si se hace una política de turismo social llevando gente que no tiene recursos para viajar, perfecto. El problema está en que, a lo mejor a esa gente se la lleve a hacer turismo durante una semana a un costo muy económico o directamente sin costo, pero después esa gente vuelve a su lugar de residencia y sigue teniendo los mismos problemas que tenía antes. Esa política de turismo social tendría que ir acompañada de otro tipo de medidas. Por ejemplo, si son chicos en edad escolar, aprovechar para concientizarlos, para darles charlas, que vean que hay otro mundo distinto. Me parece que no debe ser solamente turismo, que no quede solamente en una semana de viaje, que está perfecto que hayan podido conocer cosas que no conocían, pero después vuelven a su casa y se encuentran con la misma realidad que tenían antes.
- 18. Recién hablamos de las Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse. ¿Crees que la política de turismo social del Estado nacional debería ser más federal? ¿Crees que debería delegarlo en los estados provinciales?** Sí. No sé si delegar en la provincia como que tengan una obligación de hacerlo. Pero que se den cuenta que tener el sistema de las unidades turísticas ya no es de esta época. El gobierno provincial puede tener una política de turismo social contratando hoteles, no hace falta



construir más unidades turísticas, sino como se está haciendo ahora en la provincia de Buenos Aires, eso es una iniciativa provincial y que está funcionando bien.

19. **¿Y qué piensa sobre refuncionalizar hoteles en mal estado o abandonados, ponerlos en valor y en funcionamiento?** Sí, claro, y de paso cuando no se está usando para turismo social que se utilice para un turismo convencional. Estaría perfecto.
20. **Volviendo al tema del turismo como derecho, y de la mano de una política pública que acompañe esta idea ¿Quién cree que debería financiar las políticas de turismo social: la sociedad en su totalidad, los sectores con mayor poder adquisitivo, o las personas que periódicamente viajan?** Es muy relativo el hecho de decir a quien habría que cobrarle para que exista el turismo social. Yo creo que no habría que cobrarle a alguien específico, tendría que haber fondos para turismo social que vengan de rentas general, no poner un impuesto específico a un sector para que financie el turismo social. Lamentablemente, en este país, uno ha visto tantas cosas. Cuando ponen un impuesto que es para un fin específico, después queda totalmente distorsionado y se sigue cobrando el impuesto, pero a donde menos va es al fin específico con el que se había creado. Creo que tienen que salir los fondos de los ingresos generales que tiene un país, no específicamente a un sector, no lo veo como que sea justo. Por ejemplo, acá en Tandil existe un instituto mixto, todas las decisiones se toman en forma consensuada entre sector privado y público. ¿Cómo se solventa? Todos los prestadores turísticos pagan una tasa mensual que va al instituto y esa tasa se utiliza para hacer promoción, distintas cosas. Pero la pagan quienes se ven beneficiados con el turismo, los beneficiarios indirectos. En turismo social es todo más difuso. ¿Quién se beneficia con el turismo social? Se beneficiarán los hoteles donde van, pero es más complicado. Yo lo solventaría con rentas generales sin necesidad de poner un impuesto específico a uno o más sectores.
21. **Si Ud. estuviera a cargo del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación y se le presenta una propuesta de un Programa federal de turismo social diseñado para ser ejecutado desde su cartera, en conjunto con las provincias y actores clave del sector, con el objetivo facilitar el acceso al turismo a sectores de la sociedad que se encuentran con dificultades para hacer turismo interno, y que asimismo promueva el desarrollo local sostenible de los destinos, desde la esfera económica, social, cultural, y ambiental, dando cumplimiento a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 aprobada por la ONU, ¿la apoyaría?** Sí, yo la apoyaría, con la salvedad de que, no solamente sirva para el desarrollo local en lugares donde van a ir esos turistas, sino que también sirva para el desarrollo personal de esas personas que se ven beneficiadas por el turismo social. Que para esas personas no sea solamente un viaje, que en ese viaje además de haber conocido un lugar que no conocían y no tienen posibilidad de hacerlo por su propio medio, que traigan algo más, que otras cosas se pueden hacer, y como eso les puede mejorar su calidad de vida. La clave del turismo social me parece que es que además de hacer turismo, esas personas se desarrollen, tengan un desarrollo personal ellos. Creo que esa es la clave. Así tendría que ser el turismo social del siglo 21, sino estamos haciendo turismo social del siglo veinte y el mundo cambió. Creo que todo pasa por ahí.

ENTREVISTA N° 2

Sexo: Femenino
Rango etario: 40 a 50 años
Profesión: Lic. En turismo– Mg. En Economía y Desarrollo del Turismo
Cargo actual: Asesora/asistente técnica en ENTE TURISMO CABA (hace 20 años aprox.)
Estudios realizados: Lic. En turismo (UNIV. NAC. LANUS)– Mg. En Economía y Desarrollo del Turismo (UNSAM)



Lugar de residencia actual: CABA
Tiempo vivido en el lugar de residencia actual: CABA (hace 10 años)
Otros lugares en los que ha vivido: Hasta los 30 años en PBA – partido de LA MATANZA

1. **¿Qué es lo primero que le viene a la cabeza cuando escucha la palabra “turismo”?** Viajes
2. **Cuando se habla de turismo, se lo relaciona con crecimiento económico, ingresos, generación de empleo, pero también con contaminación, daño, generación de residuos. ¿Cuál es su opinión al respecto?** Sí, totalmente estoy de acuerdo. Ambas, generación de empleo, generación de ingresos y también puede producir impactos negativos en el destino.
3. **El art. 14 de la Constitución Nacional menciona, entre otros, al derecho a transitar el territorio argentino, y el art. 14 bis se refiere al derecho al trabajo y, en este marco, al descanso y vacaciones pagados. Hoy en día, ¿podemos decir que “hacer turismo” se ha convertido en un derecho humano?** Sí. Pero no lo tienen todos, hay muchas personas que no tienen la prioridad o el derecho o la oportunidad de viajar, lamentablemente, porque no tienen satisfechas sus necesidades básicas también.
4. **Según estadísticas nacionales, el 51% de la población argentina no ha hecho turismo en su vida; esto es, no ha salido de su lugar de residencia habitual. ¿Qué opinión le merece este dato?** ¿El 51%? Guau... es un montón. Pensé que era un poco menos. Y tiene que ver con lo que decía antes, sí, la falta de posibilidades de gran parte de la población.
5. **¿Considera que el Estado debería tomar medidas para reducir esta desigualdad? (En caso afirmativo, se pasa a la 6)** Sí.
6. **En ese caso, ¿cree que el Estado nacional debería ocuparse de ello, o los estados provinciales?** Una articulación entre el Estado Nacional y las provincias.
7. **En un país como Argentina, con gran desigualdad social, económica y cultural, con tanta violencia presente en todos los estratos sociales, ¿ve el turismo como una herramienta de unión, de integración, de creación o desarrollo de una identidad nacional?** Sí, totalmente. Porque viajar fortalece, enriquece, hace conocer al otro, ser más empático, minimizar los prejuicios, no generalizar. Así que, sí, totalmente.
8. **¿Considera que la actividad turística actual, con foco en el crecimiento económico, debe cambiar?** El crecimiento económico va a seguir siendo foco, yo imagino, pero es necesario que haga foco desde un punto de vista más sustentable, sostenible.
9. **¿Conoce los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 aprobada por la ONU, con los cuales Argentina se ha comprometido?** Sí, he escuchado, algo recuerdo.
10. **¿Cree posible la concreción de un turismo que busque el desarrollo sostenible y no tenga como eje central el crecimiento económico?** Sí, yo creo que es posible. También tiene que llegar el conocimiento a toda la comunidad de esto, no solo quedarse en los libros y en los proyectos escritos, sino que tiene que haber una bajada más general, que no sé si se hace, ignoro. Por ejemplo, ya desde el secundario se podrían enseñar los ODS, no sé si se hace.
11. **¿Conoce alguna política actual de turismo social en el país? ¿Cuál/es? (En caso de que la respuesta sea afirmativa, pasar a la 12)** Sí, conozco los programas de Embalse y Chapadmalal. Hace unos años, hace mucho tiempo, había unos programas a otros destinos turísticos también, eran más limitados porque no tenían el alojamiento con pensión completa como Chapadmalal y Embalse. Pero era un poco complicado acceder a la información y nunca conocí a nadie que haya sido beneficiario.
12. **¿Conoce la política actual de turismo social que lleva adelante el gobierno nacional? ¿Conoce el Programa de Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse?** Sí.
13. **Hay sectores de la sociedad y del sector turístico que consideran que atraer a turistas beneficiarios de políticas de turismo social no resulta ventajoso para las economías del destino, dado que el gasto de este tipo de turistas es notoriamente menor al de un turista de clase media, sin tener en cuenta el beneficio que implica la presencia de turistas en el destino en épocas de temporada baja, que como**



mínimo permiten sobrellevar los costos fijos que tiene el prestador. ¿Cuál es su opinión? Sí, es verdad, volvemos a ver la parte económica del turismo, estaría cubriendo mínimamente los gastos fijos, es verdad.

14. **En los últimos años y hasta la actualidad, un mayor sector de la población ha priorizado viajar y recorrer lugares fuera de su entorno habitual por sobre otros hábitos que anteriormente eran costumbre. En virtud de ello, es notable cómo muchos destinos consolidados se hicieron conocidos, captando la atención de miles de turistas y causando “sobreturismo”, a tal punto que se perjudica a la comunidad local y los recursos naturales, e inclusive se agotan los servicios públicos básicos. ¿Cree Ud. que resulta necesario buscar destinos alternativos a los ya consolidados?** Sí, buscar destinos nuevos o emergentes, donde no llegue tanta población y necesiten; desarrollar la infraestructura, mejorarla. Muchas veces primero tienen que llegar estas mejoras o tiene que haber mayor conectividad para que la gente llegue, obras en rutas, en los accesos, y un trabajo de los destinos en también desarrollar productos, darse a conocer, promocionarse.
15. **¿Le resulta preocupante la posibilidad de que el aumento del turismo en nuestro país, tanto interno como internacional, traiga aparejado un creciente daño al ambiente y al patrimonio natural y cultural?** Y podría pasar, no tengo bien estudiados los casos, pero en algunos destinos como Iguazú o Bariloche sucede, en temporada alta en estos dos destinos. Habría que estudiar los indicadores de cantidad de personas y demás. Puede ser preocupante, sí. Es importante que los destinos midan la capacidad de carga y tomen los recaudos.
16. **Muchas de las provincias de nuestro país poseen numerosos rincones mágicos dignos de ser descubiertos y recorridos. ¿Considera que los gobiernos provinciales se encuentran en condiciones de relevar destinos emergentes con potencial turístico, a fin de desarrollar una planificación para su desarrollo?** Sí, es en lo que tendrían que hacer hincapié los organismos de turismo de cada provincia, de cada destino, los destinos emergentes o que no están desarrollados y tienen potencial turístico, buscar cual es el potencial que tienen y que pueden tener. Eso y trabajar en el desarrollo. Proteger a los que están consolidados y desarrollar sustentablemente a los emergentes.
17. **¿Considera necesaria una política pública de turismo social amplia y federal, que exceda la prestación del Programa de Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse?** Sí, totalmente.
18. **Volviendo al tema del turismo como derecho, y de la mano de una política pública que acompañe esta idea ¿Quién cree que debería financiar las políticas de turismo social: la sociedad en su totalidad, los sectores con mayor poder adquisitivo, o las personas que periódicamente viajan?** Esta es la parte difícil, nadie quiere que le saquen plata del bolsillo mediante impuestos. Es un punto difícil. Los impuestos de riqueza ya están y son todo un tema. Es la parte más complicada la de financiamientos. Quizás las grandes empresas prestadoras. Podría venir un poco por patrocinios, por los hoteles donde podrían llegar estos turistas. Por ejemplo, recibir promociones, si van a recibir gente en temporada baja su marca a va a poder posicionarse y mejorar el rendimiento o la cantidad de visitantes que reciben durante todo el año. Y por una cuestión de responsabilidad social también, o sea, mejora de la imagen de cada empresa que participe, o sea, visibilizar a los prestadores. Y que no sea solo al hotel, que se financie también una cabalgata. Las excursiones también son bastantes costosas para una familia. Por ejemplo, una familia tipo de bajos recursos es muy difícil que pueda muchas veces realizar actividades turísticas en el destino entonces podría ir por ahí, del lado de visibilizar o promocionar distintos prestadores.
19. **Si Ud. estuviera a cargo del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación y se le presenta una propuesta de Programa federal de turismo social diseñado para ser ejecutado desde su cartera, en conjunto con las provincias y actores clave, con el objetivo facilitar el acceso al turismo a sectores de la sociedad que se encuentran con dificultades para hacer turismo interno, y que asimismo promueva el desarrollo local sostenible de los destinos, desde la esfera económica, socio-cultural, y ambiental, dando cumplimiento a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 aprobada por la ONU, ¿la apoyaría?** Y hay que evaluarla, como a todos los proyectos, hay que darles la oportunidad, evaluarlos con el equipo.



ENTREVISTA N°3

Sexo: Masculino
Rango etario: 40/50
Profesión: Lic. En Ciencias Políticas – Mg. En Políticas Públicas
Cargo actual: Cargo en organismo público de turismo
Estudios realizados: Lic. en Ciencias Políticas
Lugar de residencia actual: Bella Vista - Provincia de Buenos Aires
Tiempo vivido en el lugar de residencia actual: 2 años
Otros lugares en los que ha vivido: EEUU- CABA- Tandil- Vicente Lopez (PBA)

1. **¿Qué es lo primero que le viene a la cabeza cuando escucha la palabra “turismo”?** Placer, buenas noticias, algo muy importante para un individuo, para una pareja, para una familia; experiencias que quedan y recuerdos que se crean. Es como algo muy importante para cada persona y familia, y termina siendo algo muy bueno porque es lo que la persona eligió para poder descansar, generar un lindo recuerdo, vivir una linda experiencia, es algo muy bueno porque alimenta la razón del ser y del día a día de cada persona. Uno trabaja con el sueño de poder irse de vacaciones, y eso implica muchas veces planificar un viaje, pensarlo y demás. Para mí es todo eso, y es todo bueno.
2. **Cuando se habla de turismo, se lo relaciona con crecimiento económico, ingresos, generación de empleo, pero también con contaminación, daño, generación de residuos. ¿Cuál es su opinión al respecto?** Sí, entiendo el punto, pero creo que actualmente ya la sociedad cambió y que hoy se piensa más todo desde la óptica del desarrollo sostenible. Creo que se puede aprovechar la actividad turística tomando los recaudos necesarios y dando los incentivos para beneficiar a los prestadores y gestiones que tengan un impacto favorable o menos dañino. Tomando recaudos en el impacto ambiental y social, en el tratamiento de residuos, uso de la energía, del agua, la actividad turística puede dar mayores beneficios a los destinos que el impacto negativo que genera. Hay que fomentar las buenas prácticas.
3. **El art. 14 de la Constitución Nacional menciona, entre otros, al derecho a transitar el territorio argentino, y el art. 14 bis se refiere al derecho al trabajo y, en este marco, al descanso y vacaciones pagados. Hoy en día, ¿podemos decir que “hacer turismo” se ha convertido en un derecho humano?** A ver... sí, te diría que es casi un derecho, para mí. El artículo 14 bis es el artículo sobreviviente de la Constitución de Perón; la Revolución Libertadora y todas las reformas se encargaron de anular casi todo salvo esto, la humanidad evolucionó en términos de que el domingo sea el día del descanso para el trabajador. Es bueno que cada trabajador tenga la posibilidad de poder irse de vacaciones.
4. **Según estadísticas nacionales, aprox. el 51 % de la población argentina no ha hecho turismo en su vida; esto es, no ha salido de su lugar de residencia habitual. ¿Qué opinión le merece este dato?** Es triste, pero entendiendo el contexto del país, no me sorprende el dato. Teniendo 40/42% de pobreza en Argentina, es un dato entendible. Es triste porque el turismo tiene su lado formativo también, más allá de su parte de ocio, el ir a otra realidad, poder estar en otro lugar, conocer, poder conectarse con ese entorno, te enseña a vos mismo. Por ejemplo, la señora que trabaja en mi casa, fue en tren a Mar del Plata porque tenía vacantes en el complejo de Chapadmalal, la acerca la posibilidad de dormir en un hotel, comer en comedores, ir a una playa, conocer el mar, un montón de cosas que hacen a la



integralidad de una persona, desde lo formativo, desde el derecho de que vos puedas descansar una vez al año también te hace mejor persona en tu contribución al mundo y a la familia. Si podés tomarte vacaciones fuera de tu casa te hace bien a la cabeza y a la dinámica familiar poder cortar con la rutina e irse de vacaciones, no es lo mismo que estar en tu casa. Entonces sí, es entendible. Pero, por otro lado, entendiendo las prioridades del Estado, es difícil también garantizar que todos viajen porque primero el Estado tiene que garantizar la educación, tiene que dar un plato de comida a todos los argentinos, y la salud básica. Entonces creo que debería ser una consecuencia resolviendo esas primeras tres. Si vos podés garantizar la salud indispensable para que una persona tenga una mayor expectativa de vida, una mayor expectativa de chequeos médicos, pueda estar en el sistema, y garantizar una educación con herramientas que te permitan ser autónomo el resto de tu vida, y podés garantizar que cada persona pueda tener su plato de comida, con eso resuelto, hay una mayor chance de una expectativa de que estas personas puedan tener una experiencia de un viaje, de hacer turismo en su país.

5. **¿Considera que el Estado debería tomar medidas para reducir esta desigualdad? (En caso afirmativo, se pasa a la 6)** Es difícil el tema porque, como decía recién, entendiendo el contexto socio-económico de Argentina, hay otras prioridades que tiene el Estado. Primero tiene que garantizar la educación, la alimentación, la salud básica para todo el país, y resuelto eso, como consecuencia puede haber una mayor expectativa de que más personas puedan viajar y recorrer el país.
6. **En ese caso, ¿cree que el Estado nacional debería ocuparse de ello, o los estados provinciales?** Yo creo que la estrategia la tendría que impulsar la Nación y tendrá que haber una coordinación con las provincias sí o sí. Las políticas que perduran son las políticas de Estado, que emanan generalmente del Gobierno nacional que pone en agenda un tema. Por ejemplo, en el gobierno de Néstor Kirchner o Cristina Fernández, estaba claro que el turismo era una política de Estado y el vuelo que se le quería dar. Era una iniciativa de gobierno nacional la de posicionar a Argentina en el mundo, conseguir el Dakar, hacer un montón de acciones, toda la bola que se le dio a Aerolíneas con la reivindicación de la aerolínea de bandera, el impulso fue nacional, el gobierno no puede hacerlo solo, la provincia tiene que “sumarse al barco”, y la implementación tiene que ser provincial, 100 % provincial. Y dentro de cada una de las provincias tiene que estar la cámara turística de cada provincia y los sindicatos involucrados. Entonces ahí tenés las tres patas: cámaras, sindicatos y el Estado, para que de alguna forma vayan haciendo la definición de un plan de acción y un monitoreo del cumplimiento de ese plan de acción, porque tampoco lo podés dejar librado al azar a la provincia porque corrés grandes riesgos de que la provincia no cumpla entonces necesitas a todos los actores en la mesa. Esa es la dinámica: sector público y privado. Y que el privado tenga un lugar, y tenga poder de veto. Me parece que así todos los intereses están representados, que es clave para poder hacer sostenible la política pública. Tiene que haber un derrame al sector.
7. **En un país como Argentina, con gran desigualdad social, económica y cultural, con tanta violencia presente en todos los estratos sociales, ¿ve el turismo como una herramienta de unión, de integración, de creación o desarrollo de una identidad nacional?** Sí, por supuesto. Salir de tu casa, conocer otro lugar de tu país, es formativo, es importante para la salud mental e integralidad de las personas y también como herramienta de unión, de integración y de identidad nacional.
8. **¿Considera que la actividad turística actual, con foco en el crecimiento económico, debe cambiar?** Me parece que ya de por sí hay un cambio en el mundo. Creo que hoy cada empresa y negocio está pensado desde la óptica del desarrollo sostenible. Mismo hoy en día hay grupos financieros y empresas que no pueden acceder a ciertos créditos porque que dentro de las condiciones crediticias ya te imponen que haya un triple impacto; todo el auge de los bonos verdes hace que la tendencia sea salir del modelo solamente lucrativo y ser un modelo más sostenible, de que haya un recupero de carbono por un lado, una correlación mejor con el ambiente, como que se generen los incentivos para que se puedan ir haciendo algunos ajustes y pudiendo tener un impacto favorable en aquellos espacios que lo requieran, desde lo ambiental y desde lo social. Me parece que hay una tendencia, que el sector privado lo entiende más que el público por ahí, pero está todo dado para pensarlo desde esta mirada.
9. **¿Conoce los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 aprobada por la ONU, con los cuales Argentina se ha comprometido?** Sí, los conozco.



10. **¿Cree posible la concreción de un turismo que busque el desarrollo sostenible y no tenga como eje central el crecimiento económico?** Sí, como dije, creo que la tendencia actual es hacer también foco en el desarrollo sostenible.
11. **¿Conoce alguna política actual de turismo social en el país? ¿Cuál/es? (En caso de que la respuesta sea afirmativa, pasar a la 12)** Sí, conozco el Programa de Unidades Turísticas en Chapadmalal y Embalse.
12. **¿Conoce la política actual de turismo social que lleva adelante el gobierno nacional? ¿Conoce el Programa de Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse?** Sí.
13. **Hay sectores de la sociedad y del sector turístico que ven al turismo social como la oveja negra del turismo; consideran que atraer a turistas beneficiarios de políticas de turismo social no resulta ventajoso para las economías del destino, dado que el gasto de este tipo de turistas es notoriamente menor al de un turista de clase media, sin tener en cuenta el beneficio que implica la presencia de turistas en el destino en épocas de temporada baja, que como mínimo permiten sobrellevar los costos fijos que tiene el prestador. ¿Cuál es su opinión?** Sí, 100%. Justamente si uno le pone un poco de cabeza, todos podrían tener la posibilidad de ir una semana a algún lugar en este país con tantas opciones. Ir a Bariloche en enero, uno de los destinos turísticos más atractivos internacionalmente e internamente, implica tener que tener un poder adquisitivo alto para poder afrontar todo lo que eso implica. Es como la carne, tenés cortes Premium para personas que tienen más poder adquisitivo tienen acceso a, y después tenés otras opciones para otro tipo de familias con otras posibilidades. En la costa de la Provincia de Buenos Aires está repleto de opciones, no tenés que ni siquiera ir Mar del Plata en temporada alta, podés ir a otros destinos que van a ser más baratos y vas a tener más opciones que se acomoden. Y es verdad lo que decís, yendo por fuera de la temporada seguramente tengan más posibilidad. Hay un turismo posible para todos; como hay un turismo de lujo y alta gama, hay un turismo accesible para todos. Las posibilidades que se dan desde Embalse y Chapadmalal de las Unidades Turísticas que dependen de Nación. Esto le da una posibilidad a una persona que no tiene chances a vivir una experiencia. Ojalá hubiera más. Pero creo que hay cosas más urgentes que atacar antes en términos de estabilidad económica, proyecto país, un montón de cuestiones de estabilidad macro, que hace que quizás esto no sea tan urgente. Pero es cuestión de quizás tener más cabeza a la hora de fomentar. Mismo se podría ir a campings durante más tiempo y gastar menos plata, es cuestión de buscar y ser más vivos en la profesión.
14. **En los últimos años y hasta la actualidad, un mayor sector de la población ha priorizado viajar y recorrer lugares fuera de su entorno habitual por sobre otros hábitos que anteriormente eran costumbre. En virtud de ello, es notable cómo muchos destinos consolidados se hicieron conocidos, captando la atención de miles de turistas y causando “sobreturismo”, a tal punto que se perjudica a la comunidad local y los recursos naturales, e inclusive se agotan los servicios públicos básicos. ¿Cree Ud. que resulta necesario buscar destinos alternativos a los ya consolidados?** Sí, o sea, uno puede buscar destinos alternativos, pero quien va a esos destinos y los elige todos los años, es muy difícil que quiera ir a otro lado. El que va a Mar del Plata, Bariloche, Pinamar, Córdoba, sabiendo lo que es, va a ser muy difícil convencerlo de que vaya a otro lado. Me parece que algunas personas están dispuestas a pagar lo que vale en esos casos y no tienen problema en hacer horas de colas para volver del lago o de la playa. Uno puede generar alternativas, van a haber ciertos consumidores que va a ser muy difícil cambiarles el hábito, me parece.
15. **¿Le resulta preocupante la posibilidad de que el aumento del turismo en nuestro país, tanto interno como internacional, traiga aparejado un creciente daño al ambiente y al patrimonio natural y cultural?** No, porque se hace mucho en términos de buenas prácticas de la calidad turística. De mi experiencia en el ministerio ya desde el 2009 se forma a prestadores de servicios en buenas prácticas, se va premiándolos con reconocimientos cuando van incorporando normas ISO 9000 y pico vinculadas al turismo para adaptarse y adecuarse. Justamente muchas veces me parece que se cae en el sesgo de evitar una actividad por el daño ambiental que pueda haber. Y justamente es creo que se puede hacer la actividad tomándose los recaudos, y hay muchas experiencias. Por ejemplo, en Tandil, “Alojamientos Turísticos Sustentables” es un Programa de OPDS de la provincia de Buenos Aires que premian a aquellos prestadores que hacen trabajos de uso de eficiencia eléctrica, como hacen el proceso de desechos, como hacen el reciclado, el tema del uso de sábanas, del uso de agua, hay muchísimo avance.



Para mí, sería privar un sector muy muy grande que genera posibilidades en todo el país en la cadena, genera oportunidades de puestos laborales concretas si uno se pusiera en una mirada más de limitar. Al revés, hay que fomentar y en el fomento enseñar las buenas prácticas.

- 16. Muchas de las provincias de nuestro país poseen numerosos rincones mágicos dignos de ser descubiertos y recorridos. ¿Considera que los gobiernos provinciales se encuentran en condiciones de relevar destinos emergentes con potencial turístico, a fin de desarrollar una planificación para su desarrollo?** Yo creo que no están en condiciones. Igual hay que separar. Los destinos turísticos más consolidados sí tienen esa planificación y sí lo desarrollan. La oficina de promoción turística en el exterior de Bariloche, por ejemplo, trabaja a la perfección y tiene una consolidada manera de trabajar de muchos años en el EMPROTUR (ente mixto de la ciudad) me parece que es. Salta lo mismo, trabajan muy bien. Córdoba tiene capacidad, Buenos Aires también, todas las grandes provincias están hiper consolidadas, y también Corrientes, para mí si tienen capacidad. El problema para mí también son más los destinos más exóticos de las provincias más pobres. Por ejemplo, si vas a Chaco vos tenés el Impenetrable, cerca tenés el Bañado la Estrella, en Formosa, que es un diamante en bruto, sumamente super explotado. El Chaco tiene otro nivel de demanda en términos de nutrición y de recursos, no tiene esa capacidad. Como Catamarca, creo que sería otra opción de destinos más vírgenes que no tienen esa capacidad. Poniendo en limpio, creo que los que están bien consolidados se pueden arreglar solos y los que no, necesitan asistencia y para mí ahí el rol del Ministerio de turismo nacional es central en término de asesoramiento técnico, capacitación, capacidades. Las provincias donde el turismo no es lo principal son las que más ayuda necesitan pero no significa que no tengan un potencial. Por ejemplo, San Luis, me parece que la gestión debe ser buena porque uno sabe que tiene que ir a Merlo y al Parque Nacional de los dinosaurios o lo que fuera, pero es una provincia que no te llama tanto desde su geografía, y vos la elegís, y muchas personas, en promedio, alguna una vez fuimos a San Luis. Y eso se debe 100% a la provincia. Me parece que falta en otras provincias, en Catamarca, en Chaco, por ahí en Corrientes también, y sí, el gobierno nacional va a tener más recursos.
- 17. ¿Considera necesaria una política pública de turismo social amplia y federal, que exceda la prestación del Programa de Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse?** Sí, ojalá hubiera más oferta, no quedar reducido a esos dos lugares.
- 18. Volviendo al tema del turismo como derecho, y de la mano de una política pública que acompañe esta idea ¿Quién cree que debería financiar las políticas de turismo social: la sociedad en su totalidad, los sectores con mayor poder adquisitivo, o las personas que periódicamente viajan?** Yo creo que un poco y un poco. Vos podés tener un presupuesto asignado, que no debería ser la mayor parte. Todos deberíamos poner. El Estado debería poner una base, el 50%, por ejemplo. Después sí, me parece que se podría perfectamente hacer un redireccionamiento de lo que dejan los turistas extranjeros en pasaje, hotelería, que parte se destine a esto. Lo que es más flujo de alta gama, porcentajes mínimos pueda ir. No es comerse la ganancia de hoteleros ni mucho menos, sino que haya una parte que vaya a eso. Pero me parece que el socio mayoritario en esto tiene que ser el Estado. Me parece que tendría que ser en el consumo, cuando todos consumimos, que parte del porcentaje vaya a eso, habría que ver bien la proporcionalidad, pero sí me parece que todos deberíamos contribuir. Me imagino un esquema similar al Previaje pero orientado a los que realmente lo necesitan. El Estado financiando parte del viaje, está generado incentivos para que más gente viaje, incentivos y está cubriendo a los que no pueden viajar. Pero al mismo tiempo se me viene esto de que no sea solamente el Estado el que pague la cuenta. Que todos generemos algún tipo de contribución, en definitiva, que todos ganemos. El hotelero gane algo de plata por recibir a la persona, que el Estado financie la plata que la persona no puede, que la persona ponga un poco, y a los que les sobra más, ponga un poquito más, pero que tampoco vaya en desmedro del servicio turístico o del hotelero que se perjudique. Habría que ser muy cauteloso a la hora de armarlo, pero me imagino una dinámica que se concentre en la actividad sectorial, no me imagino que todos deberíamos pagar un impuesto adicional a los que venimos pagando. Agregar impuestos no, no tendría su aceptación. Sí me parece generar un círculo virtuoso, donde a raíz del crecimiento del turismo más posibilidad le genera al resto de las personas para que los que no viajan, viajen, pero que dependa de todos.



19. Si Ud. estuviera a cargo del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación y se le presenta una propuesta de Programa federal de turismo social diseñado para ser ejecutado desde su cartera, en conjunto con las provincias y actores clave, con el objetivo facilitar el acceso al turismo a sectores de la sociedad que se encuentran con dificultades para hacer turismo interno, y que asimismo promueva el desarrollo local sostenible de los destinos, desde la esfera económica, socio-cultural, y ambiental, dando cumplimiento a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 aprobada por la ONU, ¿la apoyaría? Hay que evaluar primero la propuesta y el contexto político y económico, tanto interno como externo, pero probablemente sí.

ENTREVISTA N° 4

Sexo: Femenino
Rango etario: 30 a 40 años
Profesión: Lic. En Turismo y Hotelería
Cargo: Asesora técnica en el ex MTyD
Estudios realizados: Lic. En Turismo y Hotelería - Diplomado en Turismo Accesible
Lugar de residencia actual: Exaltación de la Cruz (Prov. De Buenos Aires)
Tiempo vivido en el lugar de residencia actual: 2 años
Otros lugares en los que ha vivido: CABA

1. **¿Qué es lo primero que le viene a la cabeza cuando escucha la palabra “turismo”?** Paisajes, naturaleza, gastronomía, recreación, descanso, tiempo libre.
2. **Cuando se habla de turismo, se lo relaciona con crecimiento económico, ingresos, generación de empleo, pero también con contaminación, daño, generación de residuos. ¿Cuál es su opinión al respecto?** Considero que, si bien el turismo genera empleo y crecimiento económico, el desplazamiento de personas que visitan un lugar también genera distintas problemáticas tales como la contaminación, y daño a la naturaleza, cuando la actividad turística no se planifica correctamente.
3. **El art. 14 de la Constitución Nacional menciona, entre otros, al derecho a transitar el territorio argentino, y el art. 14 bis se refiere al derecho al trabajo y, en este marco, al descanso y vacaciones pagados. Hoy en día, ¿podemos decir que “hacer turismo” se ha convertido en un derecho humano?** Estoy de acuerdo que es un derecho humano acceder a un descanso y viajar porque contribuye al desarrollo integral de todas las personas
4. **Según estadísticas nacionales, aprox. el 51% de la población argentina no ha hecho turismo en su vida; esto es, no ha salido de su lugar de residencia habitual. ¿Qué opinión le merece este dato?** Mucha gente no tiene interés, tiene inseguridad o desconocimiento frente a un lugar que no conoce, y otras veces pesan más otras elecciones y/o prioridades sobre el turismo y descanso ya que tienen otras urgencias económicas que afrontar.
5. **¿Considera que el Estado debería tomar medidas para reducir esta desigualdad? (En caso afirmativo, se pasa a la 6)** Sí, El Estado a través de políticas turísticas sostenibles e inclusivas debe promover el desarrollo del turismo para todos.



6. **En ese caso, ¿cree que el Estado nacional debería ocuparse de ello, o los estados provinciales?** Creo que en ambas escalas se deben generar acciones en materia de turismo social, y a la vez de manera articulada entre Nación y los organismos provinciales de turismo.
7. **En un país como Argentina, con gran desigualdad social, económica y cultural, con tanta violencia presente en todos los estratos sociales, ¿ve el turismo como una herramienta de unión, de integración, de creación o desarrollo de una identidad nacional?** Entre tanto panorama negativo y violento, el turismo es una salida de unión, tolerancia, comprensión, empatía, y vehículo para la paz y mejor convivencia de los pueblos.
8. **¿Considera que la actividad turística actual, con foco en el crecimiento económico, debe cambiar?** Considero que el enfoque puesto en el turismo como motor de crecimiento económico debe primar, a la vez de coexistir con la esfera ambiental, cultural y social. Pero sobre todas las cosas, entender la actividad turística prioritaria en las políticas de Estado como una actividad socioeconómica estratégica, tal como lo indica la Ley Nacional de Turismo 25997.
9. **¿Conoce los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 aprobada por la ONU, con los cuales Argentina se ha comprometido?** Sí, conozco los 17 objetivos ODS.
10. **¿Cree posible la concreción de un turismo que busque el desarrollo sostenible y no tenga como eje central el crecimiento económico?** Considero la actividad turística debe tener como objetivo central el crecimiento económico de las comunidades, y debe lograrse a través de un desarrollo sostenible de la actividad.
11. **¿Conoce alguna política actual de turismo social en el país? ¿Cuál/es? (En caso de que la respuesta sea afirmativa, pasar a la 12.)** Turismo Social en las Unidades Turísticas de Chapadmalal en Pcia, buenos Aires. y en Embalse Rio Tercero, Córdoba, llevada adelante por el actual Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación.
12. **¿Conoce la política actual de turismo social que lleva adelante el gobierno nacional? ¿Conoce el Programa de Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse?** Sí, son programas de 6 noches con pensión completa en Embalse y en Chapadmalal.
13. **Hay sectores de la sociedad y del sector turístico que consideran que atraer a turistas beneficiarios de políticas de turismo social no resulta ventajoso para las economías del destino, dado que el gasto de este tipo de turistas es notoriamente menor al de un turista de clase media, sin tener en cuenta el beneficio que implica la presencia de turistas en el destino en épocas de temporada baja, que como mínimo permiten sobrellevar los costos fijos que tiene el prestador. ¿Cuál es su opinión?** Pienso yo la clave es poder generar acciones de promoción que fomenten la actividad turística durante todo el año y poder redistribuir los flujos turísticos de manera más equitativa en las temporadas para evitar el sobreturismo y a la vez fomentar la visitación en las temporadas menos concurridas.
14. **En los últimos años y hasta la actualidad, un mayor sector de la población ha priorizado viajar y recorrer lugares fuera de su entorno habitual por sobre otros hábitos que anteriormente eran costumbre. En virtud de ello, es notable cómo muchos destinos consolidados se hicieron conocidos, captando la atención de miles de turistas y causando “sobreturismo”, a tal punto que se perjudica a la comunidad local y los recursos naturales, e inclusive se agotan los servicios públicos básicos. ¿Cree Ud. que resulta necesario buscar destinos alternativos a los ya consolidados?** Sí, por un lado, resulta necesario fomentar el turismo y sus condiciones para el desarrollo en destinos emergentes poco conocidos, y también es crucial trabajar en la planificación y en la gestión sustentable de destinos turísticos ya consolidados y masivos.
15. **¿Le resulta preocupante la posibilidad de que el aumento del turismo en nuestro país, tanto interno como internacional, traiga aparejado un creciente daño al ambiente y al patrimonio natural y cultural?** Sí, me preocupa la falta de conciencia ambiental tanto en algunos turistas argentinos como extranjeros.
16. **Muchas de las provincias de nuestro país poseen numerosos rincones mágicos dignos de ser descubiertos y recorridos. ¿Considera que los gobiernos provinciales se encuentran en condiciones de relevar destinos emergentes con potencial turístico, a fin de desarrollar una planificación para su desarrollo?** Los gobiernos provinciales en articulación con los municipios deben identificar posibles



destinos emergentes y planificar el desarrollo y la gestión del turismo en estos destinos de manera sustentable e incluyendo a la comunidad local que sea partícipe.

17. **¿Considera necesaria una política pública de turismo social amplia y federal, que exceda la prestación del Programa de Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse?** Teniendo en cuenta que la mitad de los habitantes de Argentina no ha viajado nunca en su vida, considero necesario aumentar las alternativas de programas de turismo social en todo el territorio argentino, más allá de las UT. Que haya programas con distintas opciones de estadías, régimen de pensión, destinos variados. Y darle su respectiva comunicación.
18. **Volviendo al tema del turismo como derecho, y de la mano de una política pública que acompañe esta idea ¿Quién cree que debería financiar las políticas de turismo social: la sociedad en su totalidad, los sectores con mayor poder adquisitivo, o las personas que periódicamente viajan?** Considero un equilibrio entre las personas que tienen mayores posibilidades de viajar y mayores ingresos económicos.
19. **Si Ud. estuviera a cargo del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación y se le presenta una propuesta de Programa federal de turismo social diseñado para ser ejecutado desde su cartera, en conjunto con las provincias y actores clave, con el objetivo facilitar el acceso al turismo a sectores de la sociedad que se encuentran con dificultades para hacer turismo interno, y que asimismo promueva el desarrollo local sostenible de los destinos, desde la esfera económica, socio-cultural, y ambiental, dando cumplimiento a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 aprobada por la ONU, ¿la apoyaría?** Si, sin dudas, lo apoyaría y promovería las condiciones, recursos y medios para poder ejecutarlo de manera eficiente en todo el territorio

ENTREVISTA N° 5

Sexo: Masculino
Edad: 30 a 40
Profesión: Lic. en Marketing
Trabajo actual: Marketing en empresa privada y alquiler de alojamiento turístico en Traslasierra, Córdoba.
Estudios realizados: Lic. en Marketing
Lugar de residencia actual: C.A.B.A- Córdoba
Tiempo vivido en el lugar de residencia actual: 28 años
Otros lugares en los que ha vivido: Córdoba, España

1. **¿En qué consiste el complejo que tienen en Córdoba?**
Tenemos un complejo de 6 cabañas grandes, de 8 personas, y 4 departamentos para 4 personas. Ahora queremos poner una casa de té que trabaje todo el año.
2. **¿Cómo es la ocupación en general?** Meses de temporada alta y después más tranquilo. Este enero tuvimos 95% de ocupación. En febrero no tanto. A partir de marzo baja la ocupación. Ahora cambió mucho el turismo. Antes era 15 días, 1 mes, y ahora la gente tal vez va tres días. Tenés 2 opciones: o le decís que no, no alquilo por menos de 7 días, o te abris y aceptás 2 días- Si ya reservó ya está. Este año empezamos a tomar reservas en septiembre y perdimos un poco. Porque a partir del 21 de diciembre ya tenés los precios de la temporada alta. Entonces reservaron en septiembre y le congelamos el precio, porque teníamos que hacer arreglos. Y terminó pagando menos pero bueno, puso antes la plata



también. Post-pandemia empezó a venir más gente los fines de semana. Noviembre, diciembre, enero bastante gente. Febrero menos. Vacaciones de invierno se alquila poco.

3. **¿Cómo transitan la temporada baja?** Ahí en general sacamos alguna promoción ahí a corto plazo. Se hicieron cosas con empresas y cupones en algunos momentos. Nunca estuvimos a full a full. Cuando fue lo de Previaje hubo mucha ocupación y después hay alguna promoción fuera de temporada. También hay paracaidistas que caen en el día y quieren pasar la noche. Por otro lado, nosotros lo llevamos tranqui. No es mi ingreso principal, es algo que me ayuda. Si generás demasiada demanda tenés que estar para responderla del otro lado tmb, poner gente. Nosotros tenemos dos o tres personas que trabajan. A la gente no la podés poner en blanco porque si no pierden el plan y no quieren. Al complejo no le sirve tener una persona en blanco todo el año, hay q ver cómo generar ingreso todo el año y que genere un poco de ganancia.
4. **¿Conocés acciones que se estén haciendo desde el gobierno local, o tenés vínculo con autoridades de turismo locales o provinciales?** Hace un tiempo fui para hablar con el jefe comunal de acá a ver si podemos empezar a promocionar, capacitar a la gente. Tenés mucha gente que se va a trabajar a otro lado, que fuera de temporada no pueden trabajar. Hay cosas para hacer, nadie se mete, cuesta encontrar gente idónea que administre ese tipo de lugares. La gente vota al jefe comunal, ahora es el ferretero del barrio, antes era el constructor. Entonces esas personas por ahí no están capacitadas, no planifican. No hacen nada para capacitar. No hacen nada con el pueblo. Convenios con facultades, convenios para pasantías y que trabaje todo el año. Hasta el gobierno podría aportar también, o no cobrar impuestos.
5. **¿Y el gobierno provincial?** Siempre alguna cosa hay, descuentos en algunos impuestos, capacitaciones, créditos. Siempre hay alguna cosa con más beneficios para que uno genere en la provincia. Ahora estuvieron juntándose con Entre Ríos, Santa Fe, haciendo como una unión entre esas 3 provincias para mejorar la infraestructura, las rutas. Se valora mucho el tema del turismo y también para que la gente emprenda; tal vez deberían hacerlo a nivel país. En Córdoba tenés lugares donde no tenés que pagar para ir, son de bajo costo. No es que están tratando de lucrarte todo el tiempo. Entonces también por eso mucha gente va a Córdoba. Además de que tiene lugares muy lindos. Y el gobierno trata de poner también valor lógico y te dan un rango. Por ejemplo, entre 20 y 30. Te da un margen, no hay tanta disparidad como hay en la costa que un lugar sale 10 y otro 100. O, por ejemplo, vas a comer afuera y un lugar caro sale lo mismo que un lugar común en CABA. Eso no sé si se da por oferta y demanda o si el gobierno lo regula.
6. **Cuando se habla de turismo, se lo relaciona con crecimiento económico, ingresos, generación de empleo, pero también con contaminación, daño, generación de residuos. ¿Cuál es su opinión al respecto?** Es cierto, en algún punto, pero creo que si la gente, los prestadores, los turistas, los gobiernos, son conscientes y están educados, existe un turismo más sostenible posible.
7. **Según estadísticas nacionales, aprox. el 51 % de la población argentina no ha hecho turismo en su vida; esto es, no ha salido de su lugar de residencia habitual. ¿Qué opinión le merece este dato?** Es triste eso, sí, si lo ves así. Para el que quiere y no logró hacerlo por cuestiones económicas, es triste. Pero no en todos los casos es un tema económico. Hay gente que no tiene interés en salir de su lugar, está bien así, no viajaba a ningún lado, no quiere salir de las cosas que hace en su lugar. Hay gente en Traslasierra que no salió de ahí ni a Córdoba Capital, le gusta eso Y después tenés la gente que se queja de que no puede viajar, pero gasta mucho en salidas, en ropa, en celulares. Yo trabajé muchos años en Ventas y atendía gente de barrios humildes y venían y compraban celulares de alta gama, ejemplo hoy de \$100mil; son 7 días en Córdoba, o 3 días con viaje, con comida, con todo. Es una elección de la gente, a veces no tienen necesidad o por un tema aspiracional, prefieren comprar zapatillas de marca o un buen celular. Hay gente que por ahí tiene posibilidades, pero nadie les enseña que hay posibilidades de cambiar las cosas tal vez podés generarla. Progreso en un corto plazo venezolanos y mi amigo se queja. Yo cuando era remisero en Avellaneda y Constitución y escuchabas mucha queja pero siempre estaban ahí, viviendo así y quejándose, era ese su mundo y se quedaban encerrados en eso. A veces es un tema cultural también. También hay un tema de elección y de entorno también. Te influye, y la gente repite lo de su entorno y se termina contaminando. Hay gente que no tiene posibilidades y se queda ahí. A mí me pasaba cuando necesitaba vendedores y les preguntaba si quieren vender, y no querían saber nada.



Tal vez cobran un plan. Pero se quejan de que no juntan plata para poder progresar, mejorar. Yo me estoy moviendo todo el tiempo para mejorar mi calidad de vida. Podés esperar herramientas del Estado pero vos también tenés que hacer, no podés esperar las soluciones de arriba.

8. En un país como Argentina, con gran desigualdad social, económica y cultural, con tanta violencia y odio presente en todos los estratos sociales, ¿ve el turismo como una herramienta de unión, de integración, de creación o desarrollo de una identidad nacional?

Identidad nacional, intercambio: sí, eso se da. Cuando viajás, empezás a aprender cosas que ni siquiera te imaginabas. Y lo ves en redes sociales. Hay mucha gente que viene de afuera y hay intercambio y también para el de acá, aunque no viaje, ya estás intercambiando y aprendiendo. Inclusive en comida, también se conoce la gastronomía. El turismo une, siempre. Sí o sí te implica intercambiar cosas, momentos; desde alguien que te atiende en un micro, en un restaurant. Salvo inseguridad e inflación, Argentina es lo más. Hay que solucionar eso. Y te diría más la seguridad, prefiero la inflación a la inseguridad. El Estado tiene que poner foco en la seguridad y en promover esa unión. Sobre todo, los políticos, que generan mucha desunión. En pandemia cuando inició por un momento parecía que había unión. Cuando viajas te das cuenta que este país está buenísimo, pero siempre terminás en el tema ese de la inflación y del poder adquisitivo que se pierde.

9. ¿Considera que la actividad turística actual, con foco en el crecimiento económico, debe cambiar?

Creo que ya está cambiando, que hay un fin social y ambiental actualmente. Pero sí hay que trabajar para reafirmarlo, para enseñar a proteger los lugares, a cuidar y respetar el ambiente, el patrimonio, a las personas turistas y a los residentes.

10. ¿Cree posible la concreción de un turismo que busque el desarrollo sostenible y no tenga como eje central el crecimiento económico? Sí, con educación y concientización, se puede. También incentivos.

11. ¿Conoce los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 aprobada por la ONU, con los cuales Argentina se ha comprometido? Sí, los he escuchado.

12. ¿Conoce alguna política actual de turismo social en el país? ¿Cuál/es? Lo de Previaje o los que tienen descuento en algunos hospedajes, pero no para transporte, sino para hospedaje, en un par de lugares, no mucho. En Córdoba creo, y en la Costa, pero tenés que anotarte. Creo que es solo para fuera de temporada y solo para hospedaje, pero creo que en algunos casos daban pensión completa o media. Con eso que cobran no pueden cubrir los costos. Bueno el Previaje, para mí pusieron muchísima plata y fue tirar plata. Le estabas dando un beneficio al que podía y al que no. Casi todos los que venían acá era por Previaje. Si estabas en Previaje terminabas blanqueando cosas que sino si no estabas adentro de Previaje no las tenían en la mira, como si pagan en efectivo. También les sirvió porque el estado también recauda. Ese tipo de cosas podrían expandirlas más, no a tan bajo costo quizás, pero podrían aportar un poco y después que cada uno de los que tienen complejo brinden un servicio y generen movimiento fuera de la temporada y ello también ayuda que gente que no se pueda ir, viaje. Hoy a los chicos los hacen faltar, no pasa nada, no es como antes que la gente se iba solo en vacaciones. Ahora la gente se va en cualquier momento del año cuando les sale más barato y se va, avisan en el colegio. Promueven el movimiento no solo en hospedaje, se va al almacén cercano, a la pizzería, va en micro y genera gastos, si va en auto baja a comprar algo, a tomar algo, a cargar agua para el viaje. Genera movimiento. Con un control, hacerlo bien a conciencia para que le sirva a todos y no estén regalando a gente que no necesita que le estén regalando. La primera vez lo pusieron en temporada, lo tendrían que haber hecho fuera de temporada de una y hasta inclusive en lugares que no se mueven mucho, que necesitan esa ayuda, para que la gente conozca más, que vaya a otros lugares.

13. Hay sectores de la sociedad y del sector turístico que consideran que atraer a turistas beneficiarios de políticas de turismo social no resulta ventajoso para las economías del destino, dado que el gasto de este tipo de turistas es notoriamente menor al de un turista de clase media, sin tener en cuenta el beneficio que implica la presencia de turistas en el destino en épocas de temporada baja, que como mínimo permiten sobrellevar los costos fijos que tiene el prestador. ¿Cuál es su opinión al respecto? Tenés razón, eso a veces no lo piensan pero es verdad, en temporada baja podría viajar gente a precios más bajos, más accesibles y ayudan a aunque sea a saldar los costos fijos. Sí.



14. En los últimos años y hasta la actualidad, un mayor sector de la población ha priorizado viajar y recorrer lugares fuera de su entorno habitual por sobre otros hábitos que anteriormente eran costumbre. En virtud de ello, es notable cómo muchos destinos consolidados se hicieron conocidos, captando la atención de miles de turistas y causando “sobreturismo”, a tal punto que se perjudica a la comunidad local y los recursos naturales, e inclusive se agotan los servicios públicos básicos. **¿Cree Ud. que resulta necesario, ya sea desde el sector público o privado, buscar destinos alternativos a los ya consolidados?** Sí, hay muchos lugares de Argentina, muchos. Me pasa cuando viajo que digo “Che esto no lo ví nunca”, la señora te cocinaba en la casa, y eso no es conocido, te enterás ahí. Hay mucha gente que alquila su espacio para que vaya alguien; también si habría más hospedaje bajarían los precios y más gente puede ir a visitarlo. Lugares muy lindos, pero algunos no saben cómo gestionarlo, o tienen miedo o no quieren meter a nadie en sus casas. Acá también hay miedo por la inseguridad, mucha gente y empiezan a tener miedo. Pensar que necesitás a la gente porque el turismo también genera mucho trabajo. Allá un carnicero tenía una carnicería chiquitita hace unos años, ahora es mucho más grande, se hizo la casa arriba, hizo unos departamentitos al lado para alquilar, ya no es solo carnicería, ahora también es supermercado. Un almacén chiquito ahora es un gran supermercado, esas personas no eran millonarias, empezaron con poquitas cosas y le metieron esfuerzo y laburo y ahora tienen supermercado ahí y el hecho de que vaya mucha gente y pasen por ahí, automáticamente hace q empiecen a crecer, mejorar la calidad de vida ahí. Está todo el grupo familiar laburando ahí.
15. **¿Le resulta preocupante la posibilidad de que el aumento del turismo en nuestro país, tanto interno como internacional, traiga aparejado un creciente daño al ambiente y al patrimonio natural y cultural?** No, lo que hay que hacer es, primero, controlar, y enseñar a educar a la gente para que cuide más el ambiente. Vos vas a lugares donde la gente termina un yogur y tira el envase al piso; a mí me enseñaron a no hacerlo y yo eso se lo trasladé a mis hijas. Si se genera mucho turismo de ese tipo de turista que no le importa nada, y sí. Y también tiene que ver el Estado y la gestión de la basura. Si pone la bolsa negra y la verde y terminan juntando y quemando todo, también termina contaminando si no saben qué hacer con eso. Argentina tiene espacios increíbles, si no empiezan a hacer cosas para cuidar va a haber daño ambiental con el paso del tiempo. Pero hay que educar a la gente para hacer el menor daño posible.
16. **¿Considera necesaria una política pública de turismo social amplia y federal, que exceda la prestación del Programa de Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse?** Sería bueno porque mucha gente queda excluida, no todos pueden viajar hasta esos lugares, aunque les del alojamiento económico y comida.
17. **Si Ud. estuviera a cargo del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación y se le presenta una propuesta de Programa federal de turismo social diseñado para ser ejecutado desde su cartera, en conjunto con las provincias y actores clave, con el objetivo facilitar el acceso al turismo a sectores de la sociedad que se encuentran con dificultades para hacer turismo interno, y que asimismo promueva el desarrollo local sostenible de los destinos, desde la esfera económica, socio-cultural, y ambiental, dando cumplimiento a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 aprobada por la ONU, ¿la apoyaría?** Sí, creo que hay que ser cuidadosos con controlar bien a quién se le da el beneficio, no regalarle a cualquiera, y hacer acuerdos con el sector privado para que funcione bien, concientizando también a la gente que viaja para que cuide el destino.

ENTREVISTA N° 6

Sexo: Femenino
Edad: 30 a 40
Profesión: Lic. en Turismo



Trabajo actual: Propietario de alojamiento turístico en S.C. de Bariloche, Río Negro.
Estudios realizados: Lic. en Turismo
Lugar de residencia actual: San Carlos de Bariloche
Tiempo vivido en el lugar de residencia actual: 30 años
Otros lugares en los que ha vivido: Epuyén (Chubut)

- 1. ¿En qué consiste el alojamiento que tienen en Bariloche?**
Tenemos un hostel y hostería hace ya diez años.
- 2. ¿Cómo es la ocupación en general?** Tenemos meses de temporada alta en verano y en invierno y después más tranquilo el resto del año.
- 3. ¿Cómo transitan la temporada baja?** Se hace difícil, tratamos de promocionar más y hacer descuentos o paquetes especiales para captar turistas. Ahí reducimos empleados y muchas personas nos escriben para ser voluntarias, así que en general recibimos y nos ayudan con las cosas básicas del alojamiento y a recibir a los pocos huéspedes que vienen.
- 4. ¿Cómo ves el turismo en Bariloche?** Funciona bien el turismo acá, inclusive te diría que hay sobreturismo, es increíble la gente que viene. El sector privado acá se mueve mucho, mejora, ofrece cosas buenas.
- 5. Cuando se habla de turismo, se lo relaciona con crecimiento económico, ingresos, generación de empleo, pero también con contaminación, daño, generación de residuos. ¿Cuál es su opinión al respecto?** Creo que lamentablemente, sí, el turismo implica todo eso. Tiene su impacto positivo y su impacto negativo. Creo que todos los sectores, público, privado, la ciudadanía, todos tenemos que mejorar, capacitarnos, cuidar los recursos, concientizarnos de lo que implica el patrimonio natural y cultural. No podemos seguir cómo estamos, hay que cambiar, priorizar, tener mirada a largo plazo.
- 6. Según estadísticas nacionales, aprox. el 51 % de la población argentina no ha hecho turismo en su vida; esto es, no ha salido de su lugar de residencia habitual. ¿Qué opinión le merece este dato?** Da pena escuchar eso porque demuestra una desigualdad enorme en nuestra sociedad. Es un poco injusto, quizás, si hay gente que se mata trabajando y esforzándose y no pudo nunca hacer turismo. Después tenés otra gente que no quiere trabajar y eso ya es otra cosa; pero el que quiere y no puede arreglarse económicamente, es una pena. Sería importante buscar maneras, desde el Estado y desde el privado para reducir esa brecha.
- 7. En un país como Argentina, con gran desigualdad social, económica y cultural, con tanta violencia y odio presente en todos los estratos sociales, ¿ve el turismo como una herramienta de unión, de integración, de creación o desarrollo de una identidad nacional?**
Sí, sin dudas. El turismo en primer lugar es eso, intercambio, y siempre si el intercambio es con respeto, genera unión, integración. Una cultura conociendo otra cultura, una persona dejando su estilo habitual y conociendo algo distinto, gente nueva, cambiando su rutina. Sobre todo, si el “choque” cultural es grande, por ejemplo, un norteco yendo a la costa o al sur, ahí es alucinante. Se abre un nuevo mundo para el que viaja y para el que recibe. Y conocer tu país genera, sin dudas, identidad nacional, conocer tu país, experimentarlo.
- 8. ¿Considera que la actividad turística actual, con foco en el crecimiento económico, debe cambiar?** Sí, si bien se están dando emprendimientos que cambian el foco, la mayoría del sector solo piensa en lo económico. Hay que hacer un giro, concientizar, poner el foco donde realmente tiene que estar desde una mirada integral, no solo de rentabilidad, sino de conciencia, de cuidado, de respeto, de pensar en las generaciones que vienen, en el planeta.
- 9. ¿Cree posible la concreción de un turismo que busque el desarrollo sostenible y no tenga como eje central el crecimiento económico?** Sí, hace falta educar, capacitar y sensibilizar muchísimo, pero se puede. Hay que hacerlo, no es opcional, no te queda otra.



10. **¿Conoce los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 aprobada por la ONU, con los cuales Argentina se ha comprometido?** Sí, los conozco a los ODS.
11. **¿Conoce alguna política actual de turismo social en el país? ¿Cuál/es?** Los hoteles de Chapadmalal y Embalse.
12. **Hay sectores de la sociedad y del sector turístico que consideran que atraer a turistas beneficiarios de políticas de turismo social no resulta ventajoso para las economías del destino, dado que el gasto de este tipo de turistas es notoriamente menor al de un turista de clase media, sin tener en cuenta el beneficio que implica la presencia de turistas en el destino en épocas de temporada baja, que como mínimo permiten sobrellevar los costos fijos que tiene el prestador. ¿Cuál es su opinión al respecto?** Creo que, si uno se pone a pensarlo y planificarlo, puede armarse bien para que funcione. Aunque sea poder permitir que gente viaje y al mismo tiempo cubrir costos y algo más, sería una buena opción. Además del fin social, también genera una buena imagen, es parte de la responsabilidad social de una empresa. Y el turista además genera otros gastos necesariamente en el destino.
13. **En los últimos años y hasta la actualidad, un mayor sector de la población ha priorizado viajar y recorrer lugares fuera de su entorno habitual por sobre otros hábitos que anteriormente eran costumbre. En virtud de ello, es notable cómo muchos destinos consolidados se hicieron conocidos, captando la atención de miles de turistas y causando “sobreturismo”, a tal punto que se perjudica a la comunidad local y los recursos naturales, e inclusive se agotan los servicios públicos básicos. ¿Cree Ud. que resulta necesario, ya sea desde el sector público o privado, buscar destinos alternativos a los ya consolidados?** Sí, absolutamente. Te diría que urgente. Ya debemos buscar otros rincones del país con mucho potencial pero poca infraestructura. Hay que hacerlo. Y generar nuevos circuitos para no matar a los que hoy son consolidados pero van a arruinarse si sigue yendo tanta gente.
14. **¿Le resulta preocupante la posibilidad de que el aumento del turismo en nuestro país, tanto interno como internacional, traiga aparejado un creciente daño al ambiente y al patrimonio natural y cultural?** Un poco sí, porque la gente no está educada. No le importa nada. Creo que hay que tener cuidado con masificar más el turismo si no se hace de manera controlada, con medición, indicadores, saber los límites. Y educar a la gente a que cuide.
15. **¿Considera necesaria una política pública de turismo social amplia y federal, que exceda la prestación del Programa de Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse?** El programa está bueno, pero creo que hoy hay que ir por otro lado. Es un regalo para los que quieren viajar, y también contribuye a las ciudades porque la gente también gasta ahí. Pero también creo que debería ampliarse, que haya algo así en distintos puntos del país, que traiga más beneficio para otros destinos y que la gente pueda ir no tan lejos. Por ejemplo, si tenés algo parecido en tu propia provincia o en la provincia vecina, tenés menos costo de viaje también, es más accesible. Cada provincia debería tener algo así de turismo social.
16. **Si Ud. estuviera a cargo del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación y se le presenta una propuesta de plan federal de turismo social diseñado para ser ejecutado desde su cartera, en conjunto con las provincias y actores clave, con el objetivo facilitar el acceso al turismo a sectores de la sociedad que se encuentran con dificultades para hacer turismo interno, y que asimismo promueva el desarrollo local sostenible de los destinos, desde la esfera económica, socio-cultural, y ambiental, dando cumplimiento a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 aprobada por la ONU, ¿la apoyaría?** Sí, justamente creo que es lo que hace falta. Y fundamental que el sector privado participe, que estén todos los interesados para que sea integral y de la mejor manera para todos.

ANEXO B - GRILLADO DE ENTREVISTAS							
ETIQUETA	CATEGORIA	ENTREV. 1	ENTREV. 2	ENTREV. 3	ENTREV. 4	ENTREV. 5	ENTREV. 6
Perfil	Rango etario	60 a 65 años	40 a 50 años	40 a 50 años	30 a 40 años	30 a 40 años	30 a 40 años
	Genero	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Femenino	Femenino
	Sector	Academico	Público	Público	Academico / Público	Privado	Privado
	Profesión/Cargo/Empleo	Docente universitario en Hotelería y Turismo	Asesor/a/asistente técnica en ENTE TURISMO CABA (hace 20 años aprox.)	Cargo en organismo público de turismo	Asesora técnica en MTDN	Propietario de alojamiento turístico en Traslasierra, Córdoba.	Propietario de alojamiento turístico en S.C. de Bariloche.
	Estudios	Lic. En administración – Especializado en Adm. Empresas Turísticas y Hoteleras	Lic. En Turismo- Mg. En Economía y Desarrollo del Turismo	Lic. En Ciencias Políticas – Mg. En Políticas Públicas	Lic. en Turismo y Hotelería - Diplomado en Turismo Accesible	Lic. en Marketing	Lic. en Turismo
Turismo y sostenibilidad	Lugar de residencia actual	Tandil (Prov. De Bs. As.)	CABA	Bella Vista - (Prov. De Bs. As.)	Exaltación de la Cruz (Pcia. De Buenos Aires.)	Córdoba y Capital Federal	S.C. de Bariloche (Rio Negro)
	Otras residencias	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	La Matanza (Prov.de Bs. As.)	EEUU- CABA- Tandil (Prov. De Bs. As.)		Córdoba, España.	S.C. de Bariloche (Rio Negro)
					CABA		
	Turismo en general	"El combustible del turismo es la felicidad", "las personas que están haciendo turismo están felices"	"Viajes"	"Placer, buenas noticias, algo muy importante para un individuo, para una pareja, para una familia, experiencias que quedan y recuerdos que se crean", "algo muy importante para cada persona y familia, y termina siendo algo muy bueno porque es lo que la persona eligió para poder descansar, generar un lindo recuerdo, vivir una linda experiencia, es algo muy bueno porque alimenta la razón del ser y del día a día de cada persona. Uno trabaja con el sueño de poder irse de vacaciones, y eso implica muchas veces planificar un viaje, pensarlo y demás. Para mí es todo eso, y es todo bueno"	"Paisajes, naturaleza, gastronomía, recreación, descanso, tiempo libre"	"Cuando viajás, empezás a aprender cosas que ni siquiera te imaginabas.", "Al complejo no le sirve tener una persona en blanco todo el año, hay que ver cómo generar ingreso todo el año y que genere un poco de ganancia"	"El turismo en primer lugar es eso, intercambio, y siempre si el intercambio es con respeto, genera unión, integración."
	Impactos positivos	"Tiene su lado positivo", "la nueva tendencia en turismo es precisamente el intercambio cultural. Cuando una persona se traslada desde su lugar de residencia a otro lugar con fines turísticos, se produce ese intercambio cultural y eso es fundamental y es beneficioso para ambas partes, para el turista y para la población del lugar"	"Generación de empleo, generación de ingresos", "Viajar fortalece, enriquece, hace conocer al otro, ser más empático, minimizar los prejuicios, no generalizar"	"Salir de tu casa, conocer otro lugar de tu país, es formativo, es importante para la salud mental e integridad de las personas y también como herramienta de unión, de integración y de identidad nacional"	"Considero que si bien el turismo genera empleo y crecimiento económico, el desplazamiento de personas que visitan un lugar también genera distintas problemáticas tales como la contaminación, y daño a la naturaleza, cuando la actividad turística no se planifica correctamente."	"Identidad nacional, intercambio. Si, eso se da. Cuando viajás, empezás a aprender cosas que ni siquiera te imaginabas. Y lo ves en redes sociales. Hay mucha gente que viene de afuera y hay intercambio y también para el de acá, aunque no viaje, ya estás intercambiando y aprendiendo. Inclusive en comida, también se conoce la gastronomía. El turismo una, siempre. Si o si le implica intercambiar cosas, momentos, desde alguien que le atiende en un mico, en un restaurant". "El Estado tiene que poner foco... en promover esa unión."	"El turismo en primer lugar es eso, intercambio, y siempre si el intercambio es con respeto, genera unión, integración. Una cultura concierne otra cultura, una persona deja su estilo habitual y conociendo algo distinto, genera nueva, cambiando su rutina. Sobre todo, si el "shoque" cultural es grande, por ejemplo, un noruego yendo a la costa o al sur, ahí es alocante. Se abre un nuevo mundo para el que visita y para el que recibe. Y conocer tu país genera, sin dudas, identidad nacional, conocer tu país, experimentarlo."
	Impactos negativos	"Impacto ambiental, impacto cultural, impacto socioeconómico, e impacto económico, es cierto. Pero lo que hay que hacer, precisamente, es tratar de evitar o minimizar en lo posible esos impactos"	"también puede producir impactos negativos en el destino"	"Creo que hoy cada empresa y negocio está pensando desde la óptica del desarrollo sostenible. Mismo hoy en día hay grupos financieros y empresas que no pueden acceder a ciertos créditos porque que dentro de las condiciones crediticias ya le imponen que haya un triple impacto, todo el auge de los bonos verdes hace que la tendencia sea salir del modelo solamente lucrativo y ser un modelo más sostenible, de que haya un recupero de carbono por un lado, una correlación mejor con el ambiente, como que se generen los incentivos para que se puedan ir haciendo algunos ajustes y pudiendo tener un impacto favorable en aquellos espacios que lo requieren, desde lo ambiental desde lo social. Me parece que hay una tendencia, que el sector privado lo entiende más que el público por ahí, pero está todo dado para pensarlo desde esta mirada."	"Considero que si bien el turismo genera empleo y crecimiento económico, el desplazamiento de personas que visitan un lugar también genera distintas problemáticas tales como la contaminación, y daño a la naturaleza, cuando la actividad turística no se planifica correctamente."	"Es cierto, en algún punto, pero creo que si la gente, los prestadores, los turistas, los gobiernos, son conscientes y están educados, existe un turismo más sostenible posible."	"Creo que lamentablemente, si, el turismo impacta todo eso. Tiene su impacto positivo y su impacto negativo. Creo que todos los sectores, público, privado, la ciudadanía, todos tenemos que mejorar. Capacitarnos, cuidar los recursos, concientizando de lo que implica el patrimonio natural y cultural. No podemos seguir cómo estamos, hay que cambiar, priorizar, tener mirada a largo plazo"
	Desigualdad y turismo como derecho humano	"No sé si lo podemos considerar como un derecho humano, pero creo que el hecho de hacer turismo es precisamente consecuencia del derecho a viajar, a transitar, y de tener un nivel de vida digno", "si no existen esas cosas, tampoco va a existir la posibilidad de que la gente haga turismo."	"Hay muchas personas que no tienen la prioridad o el derecho a la oportunidad de viajar, lamentablemente, porque no tienen satisfechas sus necesidades básicas también", "es un montón. Pensé que era un poco menos. Y tiene que ver con lo que decía antes, si, la falta de posibilidades de gran parte de la población."	"Te diría que es casi un derecho, para mí. El artículo 14 bis es el artículo sobrevidente de la Constitución de Perón, la Revolución Libertadora y todas las reformas se encargaron de anular casi todo salvo esto, la humanidad evolucionó en términos de que el domingo sea el día del descanso para el trabajador. Eso bueno que cada trabajador tenga la posibilidad de poder irse de vacaciones."	"Estoy de acuerdo que es un derecho humano acceder a un descanso y viajar porque contribuye al desarrollo integral de todas las personas". "El Estado a través de políticas turísticas sostenibles e inclusivas debe promover el desarrollo del turismo para todos."	"Es triste eso, sí, si lo ves así. Para el que quiere y no lo logró hacerlo por cuestiones económicas, es triste. Pero no en todos los casos es un tema económico. Hay gente que no tiene interés en salir de su lugar, están bien así, no viaja a ningún lado, no quiere salir de las cosas que hace en su lugar". "Podés esperar herramientas del Estado pero vos también tenés que hacer, no podés esperar las soluciones de arriba."	"Es un poco injusto, quizás, si hay gente que se mata trabajando y esforzándose y no pudo nunca hacer turismo. Después tenés otra gente que no quiere trabajar y eso ya es otra cosa, pero el que quiere y no puede emplearse económicamente, es una pena. Sería importante buscar maneras, desde el Estado y desde el privado para reducir esa brecha."
	Pocentaje de argentinos que no ha hecho turismo en su vida	"Es mucho. Tendría que ser mucho menor el porcentaje de gente que no ha hecho turismo. Es un porcentaje alto, realmente"		"Entendiendo el contexto del país, no me sorprende el dato. Teniendo 4042% de pobreza en Argentina, es un dato entendible. Es triste porque el turismo tiene su lado formativo también, más allá de su parte de ocio, el ir a otra realidad, poder estar en otro lugar, conocer, poder conectar con ese entorno. Le enseña a vos mismo... un montón de cosas que hacen a la integralidad de una persona, desde lo formativo, desde el derecho de que vos puedas descansar una vez al año también le hace mejor persona en la contribución al mundo y a la familia. Si podés tomar vacaciones fuera de tu casa te hace bien a la cabeza y a la dinámica familiar poder cortar con la rutina e irse de vacaciones, no es lo mismo que estar en tu casa. Entonces sí, es entendible. Pero, por otro lado, entendiendo las prioridades del Estado, es difícil también garantizar que todos viajen porque primero el Estado tiene que garantizar la educación, tiene que dar un plato de comida a todos los argentinos, y la salud básica. Entonces creo que debería ser una consecuencia resolviendo esas primeras 3. Si vos podés garantizar la salud indispensable para que una persona tenga una mayor expectativa de vida, una mayor expectativa de cheques médicos, pueda estar en el sistema, y garantizar una educación con herramientas que le permitan ser autónomo el resto de su vida, y podés garantizar que cada persona pueda tener su plato de comida, con eso resuelto, hay una mayor chance de una expectativa de que estas personas puedan tener una experiencia de un viaje, de hacer turismo en su país."	"Mucha gente no tiene interés, tiene inseguridad o desconocimiento frente a su lugar pero no conoce, y otras veces pesan más otras elecciones y prioridades sobre el turismo y descanso ya que tienen otras urgencias económicas que afrontar."	"Es triste eso, sí, si lo ves así. Para el que quiere y no lo logró hacerlo por cuestiones económicas, es triste. Pero no en todos los casos es un tema económico. Hay gente que no tiene interés en salir de su lugar, están bien así, no viaja a ningún lado, no quiere salir de las cosas que hace en su lugar. Hay gente en Traslasierra que no salió de ahí ni a Córdoba Capital, le gusta eso. Y después tenés la gente que se queja de que no puede viajar, pero gasta mucho en salidas, en ropa, en celulares. Yo trabajé muchos años en ventas y atención gente de barrios humildes y venían y compraban celulares de alta gama, ejemplo hoy de \$100mil, son 7 días en Córdoba, o 3 días con viaje, con comida, con todo. Es una elección de la gente, a veces no tienen necesidad o por un tema aspiracional, prefieren comprar zapatillas de marca o un buen celular. Hay gente que por ahí tiene posibilidades, pero nadie les enseña que hay posibilidades de cambiar las cosas tal vez podés generarlas. Progreso en un corto plazo venezolanos y mi amigo se queja. Yo cuando era ministro en Avellaneda y Constitución y escuchabas mucha queja pero siempre estaban ahí, viviendo así y queándose, era ese su mundo y se quedaban encerrados en eso. A veces es un tema cultural también. También hay un tema de elección y de entorno también. Te influye, y la gente repite lo de su entorno y se termina contagiando. Hay gente que no tiene posibilidades y se queda ahí. A mí me pasaba cuando necesitaba venderles y les preguntaba si quieren vender, y yo quería saber nada. Tal vez cobren un plan. Pero se quejen de que no juntan plata para poder progresar, mejorar. Yo me estoy moviendo todo el tiempo para mejorar mi calidad de vida. Podés esperar herramientas del Estado pero vos también tenés que hacer, no podés esperar las soluciones de arriba."	"De pena escuchar eso porque demuestra una desigualdad enorme en nuestra sociedad. Es un poco injusto, quizás, si hay gente que se mata trabajando y esforzándose y no pudo nunca hacer turismo. Después tenés otra gente que no quiere trabajar y eso ya es otra cosa, pero el que quiere y no puede emplearse económicamente, es una pena. Sería importante buscar maneras, desde el Estado y desde el privado para reducir esa brecha."
	Sobreturismo y necesidad de buscar destinos alternativos	"Muchos turistas han cambiado sus hábitos y están dejando de viajar a destinos masivos, buscan destinos tranquilos, con menos amontonamiento de gente y donde haya más contacto con la naturaleza."	"no tengo bien estudiados los casos, pero en algunos destinos como Iguaçu o Bariloche suceden, en temporada alta en estos dos destinos. Habría que estudiar los indicadores de cantidad de personas y demás. Puede ser preocupante, sí. Es importante que los destinos midan la capacidad de cara y tomen los recaudos", "buscar destinos nuevos o emergentes, donde no llegue tanta población y necesiten, desarrollar la infraestructura, mejorarla. Muchas veces primero tienen que llegar estas mejoras o tiene que haber mayor conectividad para que la gente llegue, obras en ruta, en los accesos, y un trabajo de los destinos en también desarrollar productos, darse a conocer, promocionarse."	"Uno puede buscar destinos alternativos, pero quien va a esos destinos y los elige todos los años, es muy difícil que quiera ir a otro lado. El que va a Mar del Plata, Bariloche, Pinaros, Córdoba, sabiendo lo que es, va a ser muy difícil convencerlo de que vaya a otro lado. Me parece que algunas personas están dispuestas a pagar lo que vale en esos casos y no tienen problema en hacer horas de cola para volver del lago de la Plata. Uno puede generar alternativas, van a haber ciertos consumidores que va a ser muy difícil cambiarlos e hábitos, me parece"	"Sí, por un lado resulta necesario fomentar el turismo y sus condiciones para el desarrollo en destinos emergentes poco conocidos, y también es crucial trabajar en la planificación y en la gestión sustentable de destinos turísticos ya consolidados y masivos."	"Sí, hay muchos lugares de Argentina, muchos. Me pasa cuando digo que digo "esto no lo vi ni nunca". Pero no en todos los casos es un tema económico. Hay mucha gente que alquila su espacio para que vaya alguien, también si habría más hospedaje bajarían los precios y a más gente puede ir a visitarlo. Lugares muy lindos, pero algunos no saben cómo gestionarlo...". "Pensar que necesitás ir a visitar porque el turismo también genera mucho trabajo. Alán un camión tenía una camióneta chiquita hace unos años, ahora es mucho más grande, se hizo la casa arriba, hoy uno desarrollamientos al lado para alquilar, ya no es solo camióneta, ahora también es supermercado. Un almacén chiquito ahora es un gran supermercado, esas personas no eran millonarias, empezaron con papillas cosas y le metieron esfuerzo y labor y ahora tienen supermercado ahí y el hecho de que vaya mucha gente y pasan por ahí, automáticamente hace e empleen a crecer, mejoran la calidad de vida ahí. Está todo el grupo familiar laborando ahí." "Cuando viajás te das cuenta que este país está buenísimo"	"Sí, absolutamente. Te diría que urgente. Ya debemos buscar otros lugares del país con mucho potencial para poca infraestructura. Hay que hacerlo. Y generar nuevas circuitos para no matar a los que hoy son consolidados pero van a amarrarse si sigue yendo tanta gente."
	Crecimiento económico vs. Desarrollo sostenible	"Hay muchos que aun así no son conscientes de la de la importancia de cuidar el recurso. Parece difícil de entender, pero hay muchos que están destruyendo, no se dan cuenta. Por una cuestión de beneficio y una visión cortoplacista totalmente."	"La economía va a seguir haciendo foco en el crecimiento, yo imagino, pero es necesario que haga foco desde un punto de vista más sustentable sostenible."	"Me parece que ya de por sí hay un cambio en el mundo. Creo que hoy cada empresa y negocio está pensando desde la óptica del desarrollo sostenible. Mismo hoy en día hay grupos financieros y empresas que no pueden acceder a ciertos créditos porque que dentro de las condiciones crediticias ya le imponen que haya un triple impacto, todo el auge de los bonos verdes hace que la tendencia sea salir del modelo solamente lucrativo y ser un modelo más sostenible, de que haya un recupero de carbono por un lado, una correlación mejor con el ambiente, como que se generen los incentivos para que se puedan ir haciendo algunos ajustes y pudiendo tener un impacto favorable en aquellos espacios que lo requieren, desde lo ambiental desde lo social. Me parece que hay una tendencia, que el sector privado lo entiende más que el público por ahí, pero está todo dado para pensarlo desde esta mirada.", "Considero la actividad turística debe tener como objetivo central el crecimiento económico de las comunidades, y debe lograrse a través de un desarrollo sostenible de la actividad." "Para mí, sería privar un sector muy muy grande que genera posibilidades en todo el país en la cadena, genera oportunidades de puestos laborales concretos si uno se pusiera en una mirada más de limitar. Al revés, hay que fomentar y en el fomento enseñar las buenas prácticas"	"Considero que el enfoque puesto en el turismo como motor de crecimiento económico debe primar, a la vez de coexistir con la esfera ambiental, cultural y social. Pero sobre todas las cosas, entender la actividad turística prioritaria en las políticas de Estado como una actividad socioeconómica estratégica. Ir como lo indica la Ley Nacional de Turismo."	"Creo que ya está cambiando, que hay un fin social y ambiental actualmente. Pero sí hay que trabajar para realinear la zona enseñar a proteger los lugares, a cuidar y respetar el ambiente, el patrimonio, a las personas turistas y a los residentes. Si, con educación y concientización, se puede. También incentivos."	"Si, si bien se están dando emprendimientos que cambian el foco, la mayoría del sector solo piensa en lo económico. Hay que hacer un giro, concientizar, poner el foco donde realmente tiene que estar desde una mirada integral, no solo de rentabilidad, sino de conciencia, de cuidado, de respeto, de pensar en las generaciones que vienen, en el planeta."
	Conciencia de sostenibilidad	"Los destinos turísticos que más adoptan este tema de la sustentabilidad turística tal vez no lo hacen por un tema de convencimiento propio sino porque son precisamente destinos que tienen turismo internacional, como es el caso de Patagonia, Iguaçu, o provincias del noroeste como Salta. Entonces al recibir turismo internacional, ese turista internacional está más concientizado con todo lo que es sustentabilidad. Y a los prestadores turísticos de esos lugares no les queda más remedio que adaptarse a lo que la demanda les pide. Creo que lo hacen más por ese lado que por convencimiento propio, lo hacen obligados, no les queda otra."	"Tiene que llegar el conocimiento a toda la comunidad de esto, no solo quedarse en los libros y en los proyectos escritos, sino que tiene que haber una bajada más general, que no se si se hace, ignore. Por ejemplo, ya desde el secundario se podrían enseñar los ODS, no sé si se hace."	"Se hace mucho en términos de buenas prácticas de la calidad turística. De mi experiencia en el ministerio ya desde el 2009 se formó a prestadores de servicios en buenas prácticas, se va premiando con reconocimientos cuando van incorporando normas ISO 9001 poco vinculadas al turismo para adaptarse y adecuarse. Justamente muchas veces me parece que se cae en el sesgo de evitar una actividad por el daño ambiental que pueda haber. Y justamente es creo que se puede hacer la actividad tomándose los recaudos, y hay muchas experiencias. Por ejemplo, en Tandil, "Algunamientos Turísticos Sustentables" es un Programa de OPOS de la provincia de Buenos Aires que premia a aquellos prestadores que hacen trabajos de uso de eficiencia eléctrica, como hacen el proceso de fomento, como hacen el reciclado, el tema del uso de sabanas, del uso de agua, hay muchísimo avance... hay que fomentar y en el fomento enseñar las buenas prácticas."	"Sí, me preocupa la falta de conciencia ambiental tanto en algunos turistas argentinos como extranjeros."	"Creo que ya está cambiando, que hay un fin social y ambiental actualmente. Pero sí hay que trabajar para realinear la zona enseñar a proteger los lugares, a cuidar y respetar el ambiente, el patrimonio, a las personas turistas y a los residentes. Si, con educación y concientización, se puede. También incentivos."	"Si, si bien se están dando emprendimientos que cambian el foco, la mayoría del sector solo piensa en lo económico. Hay que hacer un giro, concientizar, poner el foco donde realmente tiene que estar desde una mirada integral, no solo de rentabilidad, sino de conciencia, de cuidado, de respeto, de pensar en las generaciones que vienen, en el planeta."
	Conoce los ODS	"Sí"	"Sí"	"Sí"	"Sí, conozco los 17 objetivos ODS."	"Sí, conozco los ODS"	"Sí, conozco los ODS"
	Preservación del patrimonio	"Es uno de los temas que más se tendría que cuidar y trabajar en eso"	"Habría que estudiar los indicadores de cantidad de personas y demás. Puede ser preocupante, sí. Es importante que los destinos midan la capacidad de carga y tomen los recaudos"	"Se hace mucho en términos de buenas prácticas de la calidad turística.", "hay que fomentar y en el fomento enseñar las buenas prácticas"	"Me preocupa la falta de conciencia ambiental tanto en algunos turistas argentinos como extranjeros"	"No, lo que hay que hacer es, primero, controlar, y enseñar a educar a la gente para que cuide más el ambiente. Vos vas a lugares donde la gente termina un y jugar y a mí me enseñaron a no hacerlo y yo eso se lo trasladé a mis hijas. Si se genera mucho turismo de ese tipo de turista que no le importa nada, y si. Y también tiene que ver el Estado y la gestión de la basura. Si pone la bolsa negra y la verde y terminan juntando y quemando todo, también termina diciendo si no saben que hacer con eso importa nada. Creo que hay que tener cuidado con masificar más el turismo si no se hace de manera controlada, con medición, indicadores, saber los límites. Y educar a la gente a que cuide."	"Creo que todos los sectores, público, privado, la ciudadanía, todos tenemos que mejorar. Capacitarnos, cuidar los recursos, concientizando de lo que implica el patrimonio natural y cultural. No podemos seguir cómo estamos, hay que cambiar, priorizar, tener mirada a largo plazo. Si, sin dudas, te gente no está educada. No le importa nada. Creo que hay que tener cuidado con masificar más el turismo si no se hace de manera controlada, con medición, indicadores, saber los límites. Y educar a la gente a que cuide."

[illegible]