

---

# APORTES y Transferencias

---



Año 8

Volumen 2

2004

Mar del Plata

Centro de Investigaciones Turísticas  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Universidad Nacional de Mar del Plata

Centro de Documentación  
Instituto de Investigaciones  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Universidad Nacional de Mar del Plata  
cendocu@mdp.edu.ar  
<http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/>

## **EL CLUSTER TURÍSTICO DE MIRAMAR**

Cristina Varisco  
Universidad Nacional de Mar del Plata  
cvarisco@mdp.edu.ar

### **Resumen**

El artículo describe el cluster turístico de la ciudad de Miramar, en un estudio que forma parte del Plan de Desarrollo Turístico del Partido de General Alvarado, realizado por el Centro de Investigaciones Turísticas conforme a un convenio celebrado entre la Universidad Nacional de Mar del Plata y dicho municipio. El objetivo del informe es caracterizar la actividad turística desde el punto de vista económico y analizar su importancia para el municipio.

El análisis se encuadra dentro de la Teoría de Desarrollo Económico Local que asigna una especial relevancia a los procesos de competitividad territorial. Se utiliza el concepto de cluster para analizar las relaciones existentes entre el conjunto de empresas e instituciones que operan en el destino y forman el producto turístico Miramar. En relación a las diversas características que puede adoptar el cluster turístico, se considera el caso particular de sistema productivo local como concepto teórico que permite analizar la contribución de la actividad al proceso de desarrollo económico.

La metodología utilizada consistió en el análisis de datos socio - económicos secundarios, la información proporcionada por entrevistas a los actores sociales y las dos encuestas realizadas: una sobre demanda turística que recabó la opinión de los visitantes durante la temporada alta de 2004, y otra sobre oferta, que se realizó a los empresarios responsables de empresas prestadoras de servicios en el mismo período. En las conclusiones se remarcan los aspectos más relevantes del turismo en Miramar, que genera la principal actividad económica, y que por tratarse de un destino de sol y playa se encuentra particularmente expuesta a la estacionalidad.

**Palabras clave:** cluster turístico - sistema productivo - Miramar

## **TOURISTIC CLUSTER IN MIRAMAR**

Cristina Varisco  
National University in Mar del Plata  
cvarisco@mdp.edu.ar

### **Abstract**

The article describes the touristic cluster in the city of Miramar, in a study that makes up the Plan for Touristic Development in the Municipality of General Alvarado. It was carried out by the Touristic Research Center according to an agreement celebrated between the National University in Mar del Plata and the Municipality of General Alvarado. The objective of this report is to consider touristic activity from an economic point of view and analyze its importance for the Municipality.

The analysis is fitted within the theory of local economic development that gives a special relevance to processes of territorial competitiveness. The concept of cluster is used to analyze the relationships that exist between the set of enterprises and institutions that operate in the destination and make up the touristic product known as Miramar. As regards the different characteristics the touristic cluster can adopt, the particular case of local productive system is considered as a theoretical concept that allows for an analysis of the contribution of the activity to the economic development process.

The methodology employed consisted of an analysis of secondary socio-economic data. This information was provided through interviews to social actors and the two surveys carried out.: one of them was based on touristic demand and it collected the opinions of visitors during the summer season 2004, the other had to do with the offer, and it was carried out between businessmen responsible for providing services in that same period. The most remarkable aspects of tourism in Miramar are found in the conclusions. Tourism in Miramar generates the main economic activity and as it is a sun and beach resort is particularly exposed to seasonal change.

**Key words:** touristic cluster - productive system - Miramar

## **EL CLUSTER TURÍSTICO DE MIRAMAR**

Cristina Varisco  
Universidad Nacional de Mar del Plata

### **1. Introducción**

El Centro de Investigaciones Turísticas de la Universidad Nacional del Mar del Plata firmó en el año 2003 un convenio con el Municipio de General Alvarado para realizar un Plan de Desarrollo Turístico. La tarea, dirigida por Juan Carlos Mantero, incluyó un estudio de demanda, un estudio de oferta, el diagnóstico de la actividad y un conjunto de propuestas que fueron analizadas con los actores locales en talleres. La descripción del cluster turístico de Miramar, ciudad cabecera del partido, forma parte del diagnóstico en lo que respecta a la dimensión económica de la actividad.

Con el objetivo general de analizar la estructura productiva del Partido y realizar un informe económico que señale fortalezas y debilidades de la actividad turística, además de recurrir a la información secundaria disponible, se realizó una encuesta a prestatarios de servicios. Para cumplir con el objetivo propuesto, se apeló al concepto de cluster, que como se verá más adelante comprende el conjunto de empresas e instituciones que se encadenan para generar el producto Miramar, considerado en este sentido en su nivel más general, es decir, como destino turístico.

### **2. Dimensión económica del turismo**

La teoría del turismo distingue en la actividad, múltiples dimensiones que hacen a su abordaje sistémico. El turismo genera efectos ambientales, sociales, culturales, políticos y económicos. Analizar la dimensión económica de la actividad, supone profundizar su estudio a través de conceptos que poniendo en un primer plano las relaciones de tipo económico, permiten visualizar en un segundo plano, el resto de las dimensiones interactuando para producir diversos impactos en el proceso de desarrollo de la sociedad.

La contribución del turismo al desarrollo se ha estudiado en base a los efectos económicos de la actividad bajo el supuesto de que el aporte al PBI, la generación de empleo y el efecto redistributivo de la actividad, generan impactos positivos en la economía local suficientes para identificar desarrollo turístico con desarrollo económico. La diversidad de situaciones presentes en las modalidades de desarrollo turístico observadas en la provincia de Buenos Aires, indican la conveniencia de profundizar en la relación entre turismo y desarrollo distinguiendo entre contribución real y contribución potencial.

Salvador Palomo Pérez distingue los conceptos de expansión turística de desarrollo turístico, indicando que el primero denota un proceso de crecimiento de la actividad sin que esta genere una mejora cualitativa en la economía general. Si bien reconoce que aún en esta situación la expansión turística puede generar algún grado de desarrollo, plantea el interrogante respecto al modelo que optimice el impacto económico en los países en vías de desarrollo (Pérez, 1998). En este sentido, Mantero diferencia el impacto de ubicar la actividad a través de inversiones y servicios en un determinado espacio, y localizar la actividad, como proceso que incluye la endogeneización de los beneficios (Mantero, 2004).

La distinción entre desarrollo turístico y desarrollo local se basa en dos situaciones: una referida a las sustentabilidad económica, ambiental y social, que requiere el análisis conjunto de las dimensiones antes mencionadas. Otra, de la que se ocupa este informe, referida a la distribución de los beneficios económicos generados por el turismo y a la dinamización de la estructura productiva general, para lo cual, la descripción estática de los efectos sobre el PBI geográfico, y la contribución al empleo, resultan insuficientes.

Al considerar las condiciones que hacen posible una mayor contribución de la actividad turística al proceso de desarrollo económico local, se parte de la hipótesis de que la formación de un Sistema Productivo Local genera la posibilidad de que los beneficios del turismo se traduzcan en mejoras en la calidad de vida del centro receptor. Una estructura productiva diversificada, integrada por pymes turísticas locales, con un importante nivel de asociatividad y con elevada capacidad de innovación, además de un conjunto de instituciones representativas y en condiciones de ejercer un liderazgo compartido, constituyen factores necesarios para generar un proceso de satisfacción creciente de las necesidades de los residentes.

### **3. El enfoque territorial del desarrollo económico**

Según Albuquerque, el desarrollo económico local se identifica con un proceso endógeno que contempla cuatro dimensiones: la económica, en tanto se promueve la

diversificación, eficiencia y competitividad productiva; la ambiental, que contempla la sustentabilidad en el uso de los recursos; la sociocultural, que contempla los valores e instituciones que sirven al proceso; y la político-administrativa que contempla el impulso por crear un entorno innovador territorial (Alburquerque, 1997). La noción de territorio adquiere un significado particular como variable económica, en tanto se lo concibe como "unidades espaciales especializadas en la organización social de los procesos de generación acumulativa de bienes públicos y activos empresariales" (Cividanes, 2000).

La visión territorial del desarrollo, implica según Vázquez Barquero, considerarlo como un actor del proceso y no solamente como un soporte físico de actividades y recursos. La endogeneidad del proceso está definida por el protagonismo de los actores locales en la construcción de un entorno innovador, y por lo tanto, competitivo. "Se puede definir el desarrollo económico local como un proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio conduce a la mejora del bienestar de la población de una localidad o una región. Cuando la comunidad local es capaz de liderar el proceso de cambio estructural, la forma de desarrollo se puede convenir en denominarla desarrollo local endógeno" (Vázquez Barquero, 1988 /2000).

Si bien existe un marcado consenso respecto de la importancia del territorio como categoría de análisis para entender los procesos y experiencias concretas de desarrollo local, en las últimas décadas, se han desarrollado un conjunto amplio de conceptos y variables que explican desde diferentes perspectivas la competitividad territorial. En este punto, se sigue el análisis de Carlo Ferraro que resume estos aportes según cuatro criterios:

" Los distritos industriales italianos, estudiados por Marshall en el siglo XIX, constituyen el punto de partida del análisis de economías externas generadas por la aglomeración de empresas en un determinado espacio. En 1989, Becattini redefine la noción de distrito, incorporando la dimensión sociocultural, y pone de manifiesto la importancia de la confianza y la cooperación para generar un ambiente innovador.

" Conforme a los aportes de los Neoschumpeterianos, se incorpora la idea de que es el cambio tecnológico y la innovación la fuente principal de crecimiento económico y lo que propicia la cercanía física es la posibilidad de generación y apropiación colectiva por parte de las firmas de ese conocimiento tecnológico.

" A los estudios anteriores, se suma el enfoque de los institucionalistas, que incorporan la importancia de las instituciones, en tanto patrones de conducta, que posibilitan los procesos innovativos a través de pautas culturales de cooperación basadas en la confianza entre los actores locales.

" Por último, dentro de otros aportes al desarrollo local se distinguen los conceptos que analizan el territorio como un entorno innovador y un sistema de relaciones donde es la comunidad organizada la que posibilita el aprovechamiento de las oportunidades que presenta el entorno local y el contexto global. La característica que se incorpora a los estudios anteriores, es la posibilidad que tienen los actores locales de tomar decisiones consensuadas y asumir estrategias que beneficien al conjunto del distrito. En este conjunto de aportes se destaca el concepto de cluster de Porter, como aglomeraciones de empresas vinculadas por un sistema de valor que potencia la creación de ventajas competitivas (Ferraro, 2003).

Estos aportes no conforman una corriente única de pensamiento, por el contrario, cada enfoque supone un énfasis diferente respecto de las condiciones que hacen posible el proceso de desarrollo económico local o regional, pero su interés para analizar la actividad turística es claro, dado que se parte de una teoría que reconoce las múltiples dimensiones que involucra todo proceso de desarrollo, económica, social, cultural, ambiental y política, y esta perspectiva arroja una luz más completa sobre la actividad turística y su contribución a este proceso.

### **3.1. El concepto de cluster**

El concepto de Porter de cluster, como agrupamientos de empresas que actúan en un espacio geográfico en relación a una cadena de valor, se encuadra en su análisis de la forma en que se crean ventajas competitivas, primero a nivel empresarial, y luego, a través del "sistema de valor", que incluye la organización de la producción a través de enlaces entre proveedores, productores, distribuidores y clientes. La creación de ventajas competitivas reconoce dos elementos prioritarios: la rivalidad de las empresas y la concentración geográfica, que combinados, facilitan la incorporación permanente de innovaciones en el sistema. Si bien en su modelo el Estado no juega un rol determinante, reconoce que "la existencia de un agrupamiento de varios sectores que se nutren con insumos, técnicas e infraestructura comunes también estimula a los entes oficiales, a las instituciones educativas, a las empresas y a los particulares a invertir más en mecanismos para la creación de factores pertinentes" (Porter 1990).

En análisis posteriores, mantiene la idea de que es la rivalidad entre las empresas el factor de impulso del cluster pero asigna un papel importante a la cooperación, en especial la vertical, que se da entre empresas e instituciones: "la competencia puede convivir con la cooperación porque ambas se dan en dimensiones diferentes y entre distintos jugadores" (Porter, 1999). El cluster aporta a las empresas los beneficios de una gran escala, mientras mantienen su flexibilidad. Para el conjunto, esta forma de

organizar la producción tiene beneficios en torno a la productividad, a la innovación, y a la creación de nuevos negocios:

- Acceso a empleados y proveedores
- Acceso a información especializada
- Coordinación de actividades complementarias
- Acceso a instituciones y bienes públicos
- Más motivación y mejores rendimientos
- Oportunidades para desarrollar innovaciones
- Surgimiento de nuevas empresas

Finalmente, es interesante remarcar dos cuestiones: primero, el concepto de cluster de Porter no está referido exclusivamente a pequeñas y medianas empresas, por el contrario, en sus ejemplos se destacan los cluster de grandes empresas (p.ej: Hollywood); segundo, la ubicación de la sede de la empresa es una cuestión de estrategia, y por lo tanto, los cluster no remiten necesariamente a empresas de origen local. No obstante esto, en sus ejemplos, considera la utilidad del cluster de turismo para el desarrollo y la posibilidad de su impulso: "Los clusters integrados por pequeñas y medianas empresas - de turismo, indumentaria y agricultura, por ejemplo - necesitan cuerpos colectivos que asuman la responsabilidad de ciertas funciones críticas para el conjunto" (Porter, 1999).

### **3.2. La competitividad de los destinos turísticos**

A partir del análisis de Porter, Bordas define la competitividad como la capacidad de una industria de alcanzar sus objetivos de forma superior al promedio del sector de referencia, de forma sostenible. Esto significa la capacidad para mantener la rentabilidad de las inversiones en un nivel superior al promedio, y la capacidad de hacerlo con bajos costes sociales y ambientales (Bordas, 1993).

Existen varios modelos de competitividad, pero aquí se tendrán en cuenta los dos más difundidos en los estudios turísticos: el diamante de Porter y el modelo de Competitividad Sistémica de Esser. Ambos modelos se desarrollaron para explicar los determinantes de la competitividad en mercados internacionales, en especial, de sectores industriales, pero no solo se aplican también a los servicios, sino que se adaptan al nivel de análisis del destino turístico con demanda internacional y nacional.

El diamante de la competitividad conjuga cuatro elementos principales:

- 1) Condiciones de los factores de producción
- 2) Condiciones de la demanda
- 3) Sectores conexos y de apoyo
- 4) La estrategia, estructura y rivalidad de las empresas.

Estos cuatro determinantes de la competitividad nacional interactúan entre sí a través de múltiples influencias, por lo que el modelo de análisis es sistémico. También inciden sobre ellos factores casuales externos al sistema y el gobierno, que puede influir en forma negativa o positiva (Porter, 1990).

La aplicación de este modelo en la investigación turística es muy difundida, ya que tradicionalmente la planificación de la actividad ha requerido de estudios de oferta (recursos turísticos, infraestructura y equipamiento), y estudios de demanda (cuantificación y características). Con escasos estudios empíricos, el análisis de los sectores conexos ha estado siempre presente en el concepto del multiplicador y del efecto intersectorial del turismo, al menos en su aspecto teórico. El tema de la estructura y rivalidad de las empresas no ha sido abordado más allá de los inventarios de equipamiento, en concordancia con el retraso de la investigación en microeconomía. Por último, la influencia del gobierno, por acción u omisión, es un tema recurrente al analizar la política turística y el rol de los organismos oficiales de turismo.

El interés del diamante de Porter radica en su encuadre dentro del análisis de cluster y también el enfoque sistémico de sus determinantes. En su aplicación a la actividad turística, es probable que por la influencia de los estudios sobre economía industrial, en muchos casos se asocia en forma directa el posicionamiento de los destinos en mercados internacionales con el desarrollo económico, sin hacer distinción entre competitividad internacional y mejora en la calidad de vida de los centros receptores conforme a lo mencionado en el punto 2.

El modelo de competitividad sistémica fue desarrollado por Esser, Hillebrand, Messner y Meyer-Stamer en la década del noventa. Estos autores proponen un análisis de la competitividad en cuatro niveles:

a) El nivel meta de la competitividad se refiere a los aspectos culturales vinculados al desarrollo, tales como los valores, la tradición, las estructuras sociales, etc. Los autores consideran indispensable la integración social y la existencia de consenso respecto del modelo de desarrollo a seguir.

b) El nivel macro que condiciona la eficiencia de las empresas, requiere de estabilidad macroeconómica, punto de partida del modelo.

c) El nivel meso corresponde al análisis del entorno empresarial, donde las instituciones públicas y privadas promueven la innovación y facilitan las condiciones para su transferencia.

d) En el nivel micro se analiza el grado de eficiencia, flexibilidad y capacidad innovativa de las empresas.

También en este caso el carácter sistémico del modelo requiere del análisis de cada uno de estos niveles, pero sobre todo, de las recíprocas influencias entre ellos. De tal forma que un contexto macroeconómico estable, crea condiciones favorables para la competitividad de las empresas, pero esto requiere también de un entorno innovador que facilite la difusión del conocimiento y la formación de redes. Este objetivo no puede alcanzarse si no existe confianza entre los actores y mecanismos de concertación. A nivel meta, la organización exclusiva en lobbies o la falta de una cultura emprendedora también dificulta el proceso de creación de ventajas competitivas (Esser, 1996)

A diferencia del diamante de Porter, donde es la rivalidad entre las empresas lo que otorga impulso al cluster, el modelo de competitividad sistémica asigna un rol más relevante a las políticas públicas tanto en el nivel macro como en el nivel meso. El análisis del nivel meta otorga un marco conceptual para incorporar variables culturales en el análisis.

### **3.3. El cluster turístico**

El concepto de cluster es de suma utilidad para analizar la estructura productiva de la actividad turística, ya que en la mayoría de los destinos esta involucra un conjunto de empresas articuladas en torno a la creación de un producto. La conformación del cluster turístico puede identificarse a partir de la interrelación de los actores de la actividad:

\* recursos naturales y culturales: constituyen la materia prima del turismo y definen el potencial de la actividad para motivar desplazamientos regionales, nacionales o internacionales de visitantes. Se incluyen aquí las organizaciones públicas y privadas que en algunos casos los generan (museos, parques, ferias, actividades programadas, etc.) y las instalaciones necesarias para su uso.

\* los turistas: conforman la demanda y el gasto que realizan en el consumo de bienes y servicios se convierte en el ingreso que origina el análisis económico del turismo; pero su experiencia de viaje, y la posibilidad de concretar un disfrute pleno del tiempo libre en contacto con la naturaleza o con la cultura local definen una dimensión de análisis psico-social esencial para comprender el significado del turismo.

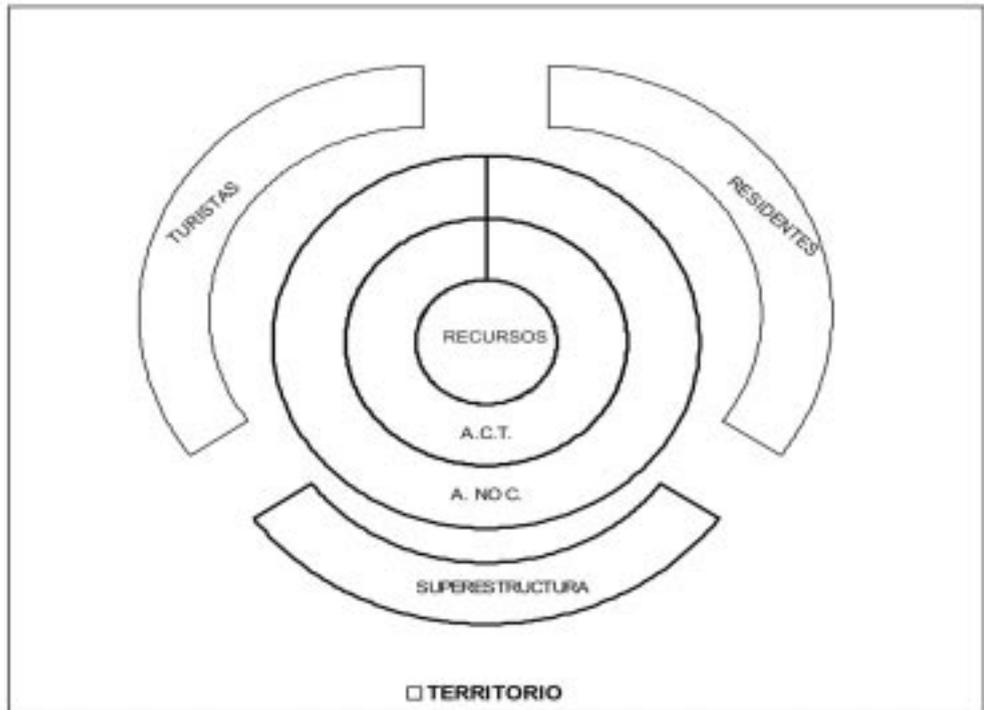
\* el sector productivo: conformado por las empresas que prestan los servicios que hacen posible el desplazamiento y permanencia del turista en el centro receptor. Estas empresas pueden clasificarse según desarrollen actividades características del turismo (A.C.T), como transporte, alojamiento, gastronomía, agencias de viajes y operadores mayoristas y esparcimiento (OMT, 1999), o actividades no características (A.NO C), entre las que se encuentran empresas del sector agropecuario, construcción, industria y comercio entre otras. Se asume como supuesto básico que un sector productivo local, dinámico, innovador, diversificado y desconcentrado es clave para generar procesos de desarrollo. La unidad de análisis para este subsistema es la empresa turística.

\* la superestructura turística es el subsistema integrado por las instituciones públicas y privadas "encargadas de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico" (Boullón, 1985). Estas instituciones constituyen otro elemento clave para el desarrollo local, vinculado al análisis mesoeconómico de la competitividad. Se asume como supuesto que un conjunto de instituciones democráticas, comprometidas con el bien común, con capacidad de liderazgo, es indispensable para producir la articulación de acciones locales en pos de un objetivo de desarrollo común.

\* los residentes considerados en su calidad de habitantes de una localidad, estén vinculados o no con la actividad turística, representan la finalidad de todo programa que apunte a una mejor calidad de vida. En la medida en que el turismo aporta opciones de trabajo, de capacitación y de recreación, es importante la participación activa de los residentes en la planificación.

\* el territorio, que conforme a lo mencionado anteriormente es un actor relevante para el análisis del desarrollo económico, supone la consideración de las múltiples relaciones entre el resto de los actores que dan forma a una identidad particular y diferenciada de otros espacios turísticos. También se incluye en este subsistema la infraestructura, en especial las vías de transporte y terminales.

El modelo expuesto, representado en el gráfico 1, permite visualizar la conformación del cluster integrado por los subsistemas de recursos, el sector productivo y la superestructura:

**GRÁFICO 1: ACTORES DEL SISTEMA TURÍSTICO**

Fuente: elaboración propia

Hace varios años que se comenzó a utilizar el concepto de cluster para describir la ventaja competitiva de algunos destinos turísticos. En 1993, Gutiérrez y Bordas utilizan los conceptos de Porter sobre el diamante competitivo para analizar la competitividad de destinos como Manaos, Iguazú, Bariloche, Varadero, Cancún, etc. Definen el cluster como la "agrupación de atractivos turísticos, infraestructuras, equipamientos, servicios y organización turística concentrado en un ámbito geográfico bien delimitado" (Gutiérrez y Bordas, 1993).

En forma más reciente, la CEPAL impulsó una serie de estudios en Latinoamérica vinculados a la formación de cluster basados en la explotación de recursos naturales, que dio origen al "Seminario internacional de ecoturismo: políticas locales para oportunidades globales" (CEPAL, 2001). En Argentina se destaca el trabajo de Artesi sobre el centro turístico Calafate (Artesi, 2003). Estos trabajos tienen en común la descripción de destinos turísticos en términos de cluster, aunque difieren en el análisis de la competitividad utilizando el diamante de Porter en algunos casos, o el modelo de competitividad sistémica en otros.

Los cluster aplicados a destinos de ecoturismo coinciden en asignar un rol central a los recursos naturales. Para la descripción de Bonito, en Brasil, se utiliza el esquema de círculos concéntricos con los atractivos naturales en el centro, las actividades de servicios ("trade turístico") en un segundo anillo, las instituciones en un tercer anillo, los organismos supralocales en un cuarto anillo y como telón de fondo el medio urbano, rural y la estructura de competencia supralocal. El estudio incluye la descripción de cada componente, el análisis económico del sector ("trade") y el análisis de competitividad sistémica a nivel micro, meso, macro y meta. También se hace referencia a un workshop realizado con los actores turísticos para discutir el diagnóstico y las propuestas (Cunha Barbosa y Aricó Amboni, 2001).

El cluster de ecoturismo de San Pedro de Atacama, en Chile, se describe también con el modelo de competitividad sistémica. Para la evaluación, se utilizan como criterio definitorio de un cluster, las siguientes variables:

- a) Potencialidad asociativa
- b) Concentración territorial y economías externas
- c) Potencial de desarrollo en relación a las condiciones de la demanda
- d) Enlaces estratégicos actuales y potenciales en la cadena de valor
- e) Impacto socioeconómico
- f) Innovación y aprendizaje tecnológico (Montero y Parra, 2001).

El cluster de la región de Aysén, se estudia como consecuencia de la importancia que adquiere en el sur de Chile el crecimiento del ecoturismo, impulsado principalmente por inversiones externas en la región, pero que contempla también la importancia para el desarrollo local por el liderazgo de pequeñas y medianas empresas turísticas. En este caso el análisis de competitividad se realiza con el modelo de diamante de Porter, y la investigación aporta un interesante debate sobre el rol del gobierno en el impulso de cluster, y sobre la aparente contradicción entre competencia y colaboración. En este sentido propone la cooperación regional como forma de visualizar la cadena de valor del ecoturismo: "cooperar regionalmente y competir localmente, para ampliar la estadia de los turistas desde un enfoque integral de la actividad" (Silva Lira, 2002).

Conforme al análisis precedente se consideran a continuación un conjunto de variables relevantes para el estudio del cluster turístico:

\* dimensión del cluster: esta variable se refiere a la descripción de los componentes que lo integran: recursos, estructura y superestructura. Con respecto a la estructura, interesa la descripción de actividades características y no características presentes, así como su importancia relativa y la composición de cada subsector en términos de cantidad y tamaño de empresas. Para evaluar la dimensión del sector turístico (actividades

características) es importante contar con datos de oferta de servicios, niveles de ocupación e impacto económico. Con respecto a la Superestructura interesa analizar las instituciones presentes, su organización y su importancia relativa en términos de liderazgo.

\* *integración*: los encadenamientos productivos constituyen una característica inherente a la actividad turística, tengan estos carácter formal o no. La integración vertical está presente en el armado de paquetes por acuerdo entre empresas o por intermediación de agencias y operadores de viajes, pero en última instancia, de no existir una integración formal, en el producto que el turista consume, existe dependencia al punto que una falla en un servicio, puede significar la valoración negativa del conjunto. La integración horizontal está presente en el nivel de productos genéricos, como agroturismo, aventura, salud, golf, etc. Estos productos enlazan tipos de alojamientos, gastronomía, esparcimiento, etc., para conformar a un segmento de demanda y son una clave para la competitividad de los destinos. Finalmente existe una integración transversal en el concepto de producto global, definido como el "destino turístico", que implica por lo menos un nivel mínimo de enlace, formalizado en las guías de servicios y promoción. Un dato importante a identificar con respecto a esta variable, es la relación entre actividades características y el resto, debido a que este tipo de encadenamientos tiene un efecto redistributivo y dinamizador de las economías locales poco explotado.

\* *innovación*: esta variable es fundamental para analizar el fenómeno de competitividad, cualquiera sea el enfoque que se adopte. En forma independiente a los factores que la impulsan (la rivalidad, la cercanía física, el entorno, la cultura local, etc), de las innovaciones de productos, organización o procesos depende la competitividad de las empresas y del cluster. Existen dos planos para analizar este proceso, uno es el microeconómico que contempla la "capacidad innovativa" de las empresas, y el otro es el ambiente, que contempla el entorno socio - institucional y su influencia sobre la construcción de competencias colectivas (Yoguel y Boscherini, 1998). Para ambas dimensiones, interesa analizar los sistemas de capacitación, las actividades desarrolladas para mejorar la calidad de los productos y servicios, y las inversiones realizadas.

\* *endogeneidad*: En forma reiterada se ha hecho mención de la correspondencia entre desarrollo económico local y endogeneidad, entendida como el liderazgo de los actores locales. Para ampliar este punto es importante partir del supuesto de que no existe una única lógica en el modelo de acumulación capitalista: "no se trata de presentar el desarrollo económico endógeno como un modelo alternativo de funcionamiento al sistema de acumulación capitalista actual, sino de constatar la heterogeneidad de dicho proceso de acumulación a fin de diseñar las diferentes políticas y líneas de actuación" (Albuquerque, 1997). En la actividad turística, la fuerte presencia de microemprendimientos y pequeñas empresas instala en la actividad diferentes lógicas, (como por ejemplo en el interior del componente alojamiento extrahotelero) y esto

incluye casos de lógica precapitalista, donde se persigue la reproducción de la fuerza de trabajo familiar (Artesi, 2002), así como también situaciones que pueden encuadrarse dentro de lo que Coraggio denomina "economía popular" que involucra una lógica de "reproducción ampliada de la vida humana" (Coraggio, 1994). La relación entre el modelo de acumulación y el rol de los actores locales se aclara en la siguiente cita de Arocena: "Si se produce una coexistencia de diferentes lógicas de acumulación concretas, quiere decir que se está ubicando esta problemática fuera del campo de las racionalidades absolutas, y sujeta por lo tanto, a los efectos de la acción de los actores locales" (Arocena, 2001). En resumen, en la variable endogeneidad del cluster turístico se reconocen dos dimensiones que condicionan la construcción de un proceso de desarrollo local: el modelo de acumulación, que requiere de un estudio particular y excede el alcance de este informe, y el carácter local / extralocal de los actores.

\* articulación: Esta variable está referida al tipo de relación existente entre los miembros del cluster, en especial, a la constitución de redes. Szarka menciona tres tipos de redes: de intercambio, de comunicación y sociales. Si bien los tres tipos están relacionados, de la red de intercambio que se produce entre las empresas, distingue a su vez, tres tipos de elementos constitutivos: las redes de intercambio basadas en el control, de unas empresas sobre otras; redes basadas en la coordinación, que requieren de una empresa "nodo" que articule al resto; y las redes de intercambio basadas en la cooperación, que implican "una asociación bilateral o multilateral en la que, con relación a un proyecto específico, los socios se encuentran en un estado general de igualdad y equilibrio y trabajan juntos sobre la base de la confianza que surge de la dependencia mutua" (Szarka, 1998). La importancia de la cooperación como forma particular de articular el cluster turístico, es manifiesta por la implicancia que tiene respecto de otras variables, en especial la vinculación con la creación de un ambiente innovador y con esa construcción local que se mencionó en el punto anterior. También se resalta aquí el rol de la superestructura, ya que es difícil pensar en un cluster articulado fuertemente por relaciones de cooperación sin la mediación de ese subsistema que tiene por definición la capacidad de articular al resto de los actores. Por último, cabe aclarar que mientras en la variable integración se pretende reflejar la existencia o no de vinculaciones, la variable articulación se propone para analizar el tipo de relaciones existente en el cluster.

### **3.4. Sistemas productivos locales (SPL)**

El concepto de cluster se utiliza en algunos casos como equivalente al concepto de sistema productivo local, en tanto ambos comparten una raíz común vinculada a la noción de distritos industriales, y se refieren a conglomerados de empresas e instituciones donde la innovación es un factor clave para la competitividad del territorio. No obstante, es posible considerar algunas características particulares y analizar los sistemas productivos locales como casos particulares de clusters.

Según Vazquez Barquero, un SPL es un "milieu" o entorno que amplía la noción de distrito industrial en tanto introduce la dimensión cognoscitiva de los actores y les caracteriza con la capacidad de tomar decisiones para el conjunto del sistema, "para que los entornos sean innovadores, es necesario que tengan capacidad de introducir y desarrollar nuevos paradigmas productivos en el sistema productivo local. Para ello el milieu tiene que comportarse creativamente y desplegar su capacidad de aprendizaje" (Vazquez Barquero, 2000). De la relación que plantea este autor respecto del desarrollo económico local y los sistemas productivos locales, pueden extraerse las siguientes características de los SPL:

- Aglomeración formada principalmente por pequeñas y medianas empresas
- Dimensión territorial
- Papel preponderante de las empresas e instituciones locales
- Concepción endógena del desarrollo
- Organización sistémica y estructura en forma de red
- Relaciones de cooperación y competencia

Estas características, no excluyen la noción de cluster analizada anteriormente, por el contrario, motivan la formulación de que un Sistema Productivo Local Turístico, se integra por un Cluster Turístico que tiene la característica de generar procesos innovativos a nivel de empresas y de entorno, que responde a un modelo de acumulación endógeno liderado por empresas e instituciones principalmente locales, y que desarrolla una organización en forma de red, que hace posible que los actores asuman estrategias cooperativas vinculadas al destino turístico. A fin de aclarar esta definición, el siguiente cuadro muestra un esquema simplificado de los valores que pueden tomar las variables mencionadas en el apartado anterior:

<b>CUADRO 1: CLUSTER TURÍSTICO</b>			
<b>Valores simplificados de las variables</b>			
<b>Dimensión</b>	Componentes	Concentrado	Diversificado
	Empresas	Mipymes	Grandes
	Impacto económico	Bajo	Alto
<b>Integración</b>	Vertical	Escasa	Elevada
	Horizontal	Escasa	Elevada
	Transversal	Escasa	Elevada
<b>Innovación</b>	Empresas	-	+
	Ambiente	-	+
<b>Endogeneidad</b>	Origen	Local	Extralocal
<b>Articulación</b>	Control	Si	No
	Coordinación	Si	No
	Cooperación	Si	No

Las variables consideradas no son dicotómicas, pero sus valores se han simplificado con el objetivo de mostrar como el sistema productivo local turístico supone una forma de cluster turístico, representado por los recuadros remarcados. La distinción es relevante ya que se parte del supuesto de que todo centro turístico consolidado puede ser analizado en términos de cluster turístico, pero que la contribución real del turismo al proceso de desarrollo local depende de las características particulares del cluster. Finalmente, la hipótesis subyacente en este análisis, es que la contribución del turismo al proceso de desarrollo económico local depende de la conformación de un sistema productivo local turístico.

#### **4. Miramar como cluster turístico**

Para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de General Alvarado se realizaron dos encuestas en sus localidades turísticas: Miramar y Mar del Sur. Una encuesta de demanda realizada a los turistas y una encuesta a prestadores de servicios. En ambos casos se partió de encuestas realizadas por el Centro de Investigaciones Turísticas en destinos de la costa bonaerense en investigaciones anteriores y a fin de poder comparar los datos, se mantuvieron la mayoría de las cuestiones indagadas en aquella oportunidad.

El informe económico parte de una descripción general de la estructura socio económica del partido, que tuvo por objetivo describir el contexto en que se desarrolla la actividad turística. Para la descripción del cluster turístico de Miramar, se integra la información obtenida en la encuesta a turistas, la encuesta a empresarios y las entrevistas realizadas. También se complementa con información brindada por el Municipio. Finalmente, en las conclusiones, se remarcan los aspectos más significativos que pueden favorecer o dificultar la contribución del turismo al desarrollo económico del distrito.

##### **4.1. El Partido de General Alvarado**

Según el Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001, el Partido de General Alvarado cuenta con una población de 34.391 personas. Miramar, con 24.517 habitantes, es la ciudad cabecera y dista a 450 km. de Buenos Aires y a 45 km. de Mar del Plata.

La actividad agropecuaria es junto con la actividad turística la base económica del partido. Según el Censo Nacional Agropecuario, en el año 2002, se identificaron 210 explotaciones agropecuarias. Los principales cultivos son trigo, maíz, girasol, soja y papa. También es importante el desarrollo del sector hortícola, que se encuentra en expansión, con cultivo de espárragos verdes, maíz para choclo, zanahoria, tomate y pimiento. En la actividad ganadera se destaca la cría de bovinos.

Una característica importante en el distrito, es la escasa actividad industrial. En Miramar existe una fábrica de muebles y una planta de procesamiento de espárragos como emprendimientos más relevantes. Cuando se consultó a los empresarios de turismo sobre la posibilidad de desarrollar otras actividades en la ciudad, el 95% respondió afirmativamente; y el 53% consideró la industria como posible actividad.

El turismo es una de las actividades base del Partido junto con la actividad agropecuaria, pero mientras esta última repercute en las localidades de Nicanor Otamendi y Mechongué, el turismo es la principal actividad económica de Miramar y Mar del Sur. Esta situación genera una seria dificultad para estas localidades, ya que quedan expuestas a los efectos de la estacionalidad característica de los destinos de sol y playa, además de las fluctuaciones de la demanda turística altamente sensible a cambios políticos, económicos y ambientales. En las otras localidades del Partido, además de la actividad comercial, se destacan los servicios educativos y sanitarios. La tercera fuente de ingresos en el distrito se vincula con los sueldos pagados por la Nación y la Provincia a empleados del sector público.

Tomando como base los datos del censo, la tasa de desempleo en el año 2001 ascendía al 29,8 % de la población económicamente activa. Este dato debe interpretarse a la luz de dos situaciones: primero, el censo se realizó durante la temporada baja, por lo que no se registra el empleo temporario; segundo, la metodología difiere a la implementada en la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) por lo que estos datos dan una tasa de desempleo más elevada, vinculada a la escasa sensibilidad del censo para captar situaciones de subocupación.

Finalmente, se tomó en cuenta el Índice de Desarrollo Humano que responde a una metodología propuesta por las Naciones Unidas, que intenta plasmar el concepto de desarrollo humano de manera simplificada y operativa. El índice se construye ponderando tres dimensiones: la salud, medida a través de la esperanza de vida al nacer; el acceso a la educación, ponderando la tasa de alfabetización y la tasa combinada de matriculación escolar; y el nivel de vida, medido a través del ingreso per cápita.

Según el informe de 1998 del Programa Argentino de Desarrollo Humano, que desarrolla una adaptación de este índice aplicado a los municipios de la provincia de Buenos Aires, el partido de General Alvarado se encuentra en el puesto 77 de la escala confeccionada a partir del IDH de los 127 partidos de la provincia. El valor del distrito coincide con el valor promedio de la Provincia de Buenos Aires (0,892).

## **4.2. La actividad turística en Miramar**

El deterioro en el nivel de ingresos de los estratos medios en los últimos años de la década del 90 e inicios de la actual, tuvo repercusión en la demanda de turismo interno en general, y en Miramar se sintieron los efectos de esta crisis. El cambio de contexto macroeconómico generado principalmente por un tipo de cambio favorable a los viajes dentro del territorio nacional, generó un repunte de la actividad en la temporada 2002/03 y 2003/04. En especial esta última ha sido evaluada en términos generales como satisfactoria por los empresarios, situación que favorece a su vez las expectativas positivas respecto del futuro.

A pesar de este contexto favorable, la estacionalidad de la actividad marca uno de los puntos más críticos en la localidad. Si bien tradicionalmente se consideraba temporada alta desde la segunda quincena de diciembre hasta la primera quincena de marzo, en la actualidad, solo en enero y febrero se registra un movimiento satisfactorio. La posibilidad de extender la temporada, se dificulta porque la relación oferta - demanda genera un círculo vicioso manifiesto en una importante cantidad de comercios cerrados en la peatonal de Miramar, ya en los primeros días de marzo.

Con respecto a la actividad fuera del verano, la encuesta a prestadores de servicios reveló que el período de mayor afluencia en temporada baja, según los empresarios, es en primer término Semana Santa, luego el fin de semana largo del 12 de octubre, y en tercer lugar, las vacaciones de invierno. Esta situación revela un potencial poco explotado en julio, en especial, teniendo en cuenta que en este período se privilegian las actividades recreativas infantiles.

La demanda turística en la temporada alta está conformada en su mayoría por familias de nivel socioeconómico medio, procedentes de capital federal, con una estadía promedio de 19 días y cuya motivación principal es la costumbre o la posibilidad de descanso y tranquilidad. La encuesta a turistas también reveló que el 70% accede en auto y el 83 % se aloja en vivienda, con lo que se mantiene el carácter residencial de la demanda (Barbini, 2004).

## **4.3. Mapa del cluster turístico**

El cluster turístico de Miramar, está formado por la estructura productiva, integrada por un conjunto de empresas mipymes; la superestructura, integrada por instituciones como el Municipio, y asociaciones privadas; y los recursos o atractivos, considerados como la materia prima de la actividad. El gráfico 2 representa el mapa del cluster, instrumento metodológico que permite visualizar sus componentes.

El recurso turístico principal de Miramar es su costa con 15 km. de playas. El Vivero Municipal Florentino Ameghino complementa el entorno natural de la ciudad, con 500 hectáreas forestadas con pinos y eucaliptos, y el museo Punta Hermengo. La zona comercial tiene alta densidad de locales comerciales, en especial en la calle peatonal que origina el recurso cultural más valorado por los turistas. En la zona rural se ubican dos escuelas agrícolas y una granja educativa. La ciudad, se ha posicionado como "la ciudad de los niños", y posee diversidad de opciones recreativas. El atributo más valorado por los turistas encuestados es la tranquilidad del lugar, que combina la opción de entretenimiento urbano con entorno natural.

La estructura productiva se integra por actividades características o directas, que venden su producción (o prestan servicios) principalmente a turistas, y actividades no características. Entre las primeras se incluye gastronomía, balnearios, alojamiento hotelero y extrahotelero, transporte, comercio turístico (ubicado en la peatonal), esparcimiento, artesanía y agencias de viajes. Entre las no características se incluyen tanto las empresas que venden su producción a residentes y ocasionalmente a turistas, como aquellas empresas que son proveedoras de insumos para actividades características. Los sectores que integran este segundo anillo son el comercio no turístico, la construcción, la industria, el sector agropecuario y otros servicios.

Una característica interesante observada en Miramar, es la fuerte presencia de los rubros gastronómico y balnearios, siendo ambos sectores indicados como los de mayor incidencia en la satisfacción del turista y los que obtienen mayores beneficios de la actividad, según la encuesta a empresarios. El rubro alojamiento extrahotelero, tiene una presencia cuantitativa relevante en cuanto a cantidad de plazas, pero es importante considerar que al igual que en otros destinos de sol y playa, este rubro no está integrado por empresas, sino por propietarios de viviendas que las brindan en alquiler en temporada.

La superestructura se integra por el Municipio, la Cámara de Comercio, la Asociación de Hoteles, la Asociación de Concesionarios de Playa, el Colegio de Martilleros, la Universidad Nacional de Mar del Plata y otras instituciones. Este subsistema, es fundamental para un buen desempeño de la actividad, ya que su función es coordinar y armonizar el resto de los componentes del cluster. La mayoría de los proyectos que puedan surgir para mejorar el funcionamiento del turismo en el partido, requieren de la acción coordinada del sector público y privado, y este principio elemental, sólo puede concretarse si existe un espacio de articulación generado por el sector institucional.

#### 4.4. Dimensión

Por ser el turismo la actividad base de Miramar la mayor parte de las empresas desarrollan actividades características, conforme al siguiente cuadro:

<b>ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS EN MIRAMAR</b> Cantidad de Empresas (temp. 2003 /04)	
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>
Empresas que brindan alojamiento	78
Inmobiliarias	32
Gastronomía	121
Balnearios	44
Transporte	24
Agencias de Viaje	3
Esparcimiento (aprox.)	40
Comercio Turístico (aprox.)	350
Artisanos (aprox.)	100

La Municipalidad estima que la oferta de alojamiento representa aproximadamente 60.411 plazas, integradas de la siguiente manera:

Hoteleras: 2.699

Extra hoteleras: 51.600 (incluye casas y departamentos)

Camping: 930

Con respecto a los niveles de ocupación estimada en la temporada 2003/2004 se verifica la importancia del mes de enero, conforme al siguiente cuadro:

<b>MIRAMAR - OCUPACIÓN ESTIMADA</b> Temporada 2003 / 2004		
	<b>Hotelero</b>	<b>Extra-hotelero</b>
2º quincena de diciembre	35%	15%
1º quincena de enero	70%	80%
2º quincena de enero	98%	90%
1º quincena de febrero	69%	68%
2º quincena de febrero	53%	39%

Fuente: Dirección de Turismo

En base a la ocupación estimada, y la estadía promedio, la Dirección de Turismo ha elaborado un informe donde se considera que la demanda turística en el período diciembre / febrero 2004 fue de 262.418 turistas.

En las mipymes turísticas de Miramar, hay una fuerte presencia de empresas familiares ya que en el 59% de las firmas encuestadas, se ocupa personal familiar, porcentaje que supera el doble de lo registrado en otros destinos de sol y playa. El empleo generado por la actividad turística se caracteriza por ser de mano de obra intensivo, requiere baja calificación y es mayoritariamente temporario. El 74% de las empresas ocupa personal temporario, y el 28% contrata personal no residente.

#### **4.5. Integración**

La variable integración se analiza en relación a tres aspectos: primero, la existencia de grupos de empresas unidas por una propiedad y administración común; segundo, la existencia de acuerdos entre empresas que se concretan en los productos ofrecidos en el mercado y tercero, la existencia de eslabonamientos en relación a proveedores de insumos.

1) No existe en Miramar fusión de empresas ni grupos empresarios. De acuerdo con la característica de empresa familiar, es frecuente que un empresario sea titular de más de una firma, pero esto no implica una actuación estratégica conjunta.

2) Tampoco existe integración en paquetes turísticos, salvo algunas excepciones operadas por agencias de viajes a pasajeros individuales. El producto turístico Miramar no es comercializado por operadores mayoristas.

En algunos casos, se producen acuerdos entre dos empresas, para realizar algún tipo de promoción conjunta. Esta situación, que implica un grado de integración leve, es frecuente entre hoteles y balnearios; hoteles y restaurantes; o balnearios y restaurantes.

Los productos genéricos, como *agroturismo en Miramar*, representan un mínimo nivel de integración horizontal, ya que responden más a una política de promoción, que a un producto efectivamente posicionado en el mercado.

En un nivel más general, el producto global *Miramar*, al integrarse por el conjunto referido de mipymes, no tiene situaciones de enclave; esto implica que el turista consume un producto formado por diferentes servicios interdependientes respecto de la satisfacción que le genera su estadía, y el gasto que este realiza se distribuye entre varias empresas, aumentando el efecto distributivo.

3) En la encuesta a turistas, el 53% manifestó haber adquirido productos típicos en Miramar: alfajores, dulces y conservas, indumentaria, souvenirs y artesanías, y otros. A pesar de que estas opciones están presentes y generan una apreciación favorable respecto de la calidad y el precio, no existe en la localidad un producto típico que pueda diferenciarse de otros destinos.

Existe un buen nivel en la artesanía, y los juguetes de madera tienen en este sentido un interesante potencial, pero también el sector manufacturero podría proveer un producto típico con marca local, y favorecer el encadenamiento turismo - industria.

Miramar presenta una marcada dependencia respecto de Mar del Plata en lo referido a compra de insumos. La encuesta a empresarios reveló que en esta ciudad el 17% compra insumos cotidianos, el 56% insumos periódicos y el 48% insumos ocasionales. Esta situación representa una fuga de recursos que podría disminuirse con una política de apoyo a emprendimientos industriales y de servicios.

#### **4.6 Innovación**

A nivel de empresas, la falta de innovación genera uno de los puntos más críticos de Miramar. Con respecto a la capacitación, el 21% de los empresarios encuestados respondió que no le interesa ninguna capacitación, mientras que el 27% manifestó interés por el tema de atención al cliente. La limitación mayor que se encuentra en cuanto a cursos de capacitación, es que no existe en la localidad una oferta educativa acorde a los intereses y posibilidades de los empresarios.

La cuestión de la calidad está vinculada en forma directa a la inversión, que se analizó en base a los permisos para construcciones nuevas otorgados en el período 1999 - 2003 dando por resultado una inversión turística sumamente limitada. En la encuesta, el 73% de los empresarios encuestados en Miramar, respondió que tiene previsto realizar cambios en su empresa, pero al analizar el tipo de cambio, se verifica que en general se trata de mejoras en el local, o reinversiones, pero no se detectaron ni en las encuestas ni en las entrevistas, proyectos de inversión relevantes.

Sin inversión, las mejoras en la calidad de los servicios quedan limitadas a una mejor atención de los clientes, atributo de la firma más valorado por los empresarios, pero insuficiente para producir mejoras cualitativas. Es posible analizar esta situación a la luz de la crisis socioeconómica de los últimos años, que entre otras dificultades, disminuyó los niveles de rentabilidad y destruyó el sistema financiero (y con él, el crédito para mipymes), pero también se detecta una pasividad en los oferentes de servicios que se reproduce a nivel entorno productivo.

Si a nivel de empresas no se produce innovación, tampoco esta es relevante a nivel global, o de entorno y por lo tanto, no existen procesos de aprendizaje colectivo. Si no se registran mejoras en la calidad de los servicios, tampoco el producto turístico "Miramar" mejora, como tampoco se posiciona competitivamente. Finalmente, no hubo en los últimos años, a partir de la construcción de la peatonal, una inversión que cambiara la imagen de la ciudad y lograra sorprender al turista recurrente.

#### **4.7. Articulación**

En la variable integración se analizaron los enlaces en la cadena de valor desde el punto de vista de los productos turísticos, ahora el estudio de la articulación pone énfasis en las relaciones sociales que generan redes de intercambio basadas en la cooperación. El supuesto implícito en este análisis, es que esta forma de organizar la producción mejora la competitividad del destino y potencia los efectos positivos de la actividad turística con respecto al proceso de desarrollo local. El trabajo asociativo se plasma en proyectos que benefician al conjunto de actores intervinientes, pero que a su vez, reciben un beneficio particular derivado del logro de objetivos comunes. El ejemplo más representativo de este tipo de proyectos, es el que involucra a los diferentes rubros de la actividad en estrategias de puesta en valor del producto global o destino turístico.

Como indicador de esta variable se consultó en la encuesta a empresarios si realizaban actividades con otras empresas, y el 76% respondió que no. Al 24% restante se le consultó respecto del tipo de actividad que realizaba y el 9 % respondió que promociones, el 5 % participó en ferias y eventos, y en menor proporción, se mencionaron otras actividades como publicidad, Internet, etc. En realidad, no se detectaron proyectos en la ciudad que involucren a diferentes actores ni espacios de participación en el devenir de la actividad turística.

Una característica relevante de la superestructura en Miramar, es la escasa representación de las instituciones tanto públicas como privadas. El 43% de los empresarios encuestados consideró que ninguna institución lo representa, mientras que de las organizaciones mencionadas, solamente la Asociación Concesionarios de Playas alcanza el 17% (equivalente al 80% del rubro). Como contrapartida de esta falta de liderazgo, se genera un escepticismo que limita la participación de los ciudadanos en las instituciones.

La Cámara de Comercio tiene aproximadamente 90 asociados, (sobre 1.000 comercios estimados en Miramar) y menos del 10% de sus miembros participan activamente. La Asociación de Hoteles tuvo una presencia relevante en la década del 90, pero actualmente ha quedado disuelta. La delegación del Colegio de Martilleros, agrupa a las inmobiliarias, pero también tiene escasa participación de los empresarios.

#### **4.8. Endogeneidad**

En la actual teoría del desarrollo local, la endogeneidad se entiende como la capacidad de los actores locales de aprovechar los recursos internos y externos, a favor del proceso de desarrollo. Una de las dimensiones que puede identificarse en la variable endogeneidad, es el carácter local o extralocal de los actores del sistema turístico. El siguiente cuadro muestra la proporción de empresarios locales en los rubros más relevantes del cluster:

<b>CARÁCTER LOCAL EXTRALOCAL DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS EN MIRAMAR</b>		
<b>Rubro</b>	<b>Local</b>	<b>Extralocal</b>
Empresas que brindan alojamiento	66 %	34%
Inmobiliarias	100 %	---
Gastronomía	85 %	15 %
Balnearios	77 %	23 %
Transporte	4 %	96 %
Agencias de Viaje	100 %	---

El elevado porcentaje de empresas de transporte extralocales es característico en el rubro, mientras que el 34% en las empresas de alojamiento, puede considerarse elevado, en especial, si se tiene en cuenta que la mayor cantidad de plazas disponibles, no pertenece a empresas sino a propietarios de departamentos y casas, que tampoco residen en Miramar. En el rubro comercio turístico no se ha realizado este relevamiento, pero según la información de la Cámara de Comercio, la cantidad de comerciantes extralocales en la peatonal supera el 60%.

Esta situación genera dos efectos opuestos: por un lado representa la posibilidad de captar inversiones y generar empleos; y por otro, implica que parte de los ingresos no quedan en la localidad. A pesar de esto, la situación no es crítica en tanto no existen en el cluster empresas dominantes.

Finalmente, la endogeneidad excede el análisis del carácter local o extralocal de los actores, y se relaciona con la interacción de todas las variables mencionadas, que influyen de manera sistémica en la construcción de un territorio competitivo. Es obvio que la dimensión del cluster de Miramar repercute en la posibilidad de diversificar la oferta y crear nuevos productos, la fuga de recursos económicos fuera de la localidad y la inexistencia de nuevas inversiones dificulta la innovación a nivel de empresas, y la falta de articulación no genera estímulo para las innovaciones a nivel producto global con lo que se reafirma la situación de estancamiento.

## **5. Conclusiones**

En el partido de General Alvarado se destacan dos actividades económicas como base: la agropecuaria y la turística. Ambas actividades se encuentran en un período favorable con respecto a los últimos años de la década del 90, pero su impacto es espacial y socialmente diferente. El turismo es la única actividad productiva en Miramar, con la excepción de algunos servicios, por lo que esta localidad afronta serias

dificultades para avanzar en un proceso de desarrollo que satisfaga en forma creciente las necesidades de la comunidad.

En lo social, el turismo genera un mayor efecto distributivo de los beneficios, ya que la actividad repercute en todos los sectores económicos, incluyendo al primario, y en todos los estratos socioeconómicos. No obstante, la estacionalidad afecta a la localidad en dos sentidos: primero, porque la temporada alta se reduce en extensión año tras año, notándose una baja en la actividad en la primera quincena de febrero, y más aún en la segunda quincena. Segundo, porque la actividad turística en el resto del año es escasa.

A partir del análisis del cluster turístico de Miramar, pueden realizarse las siguientes apreciaciones:

\* a nivel macro, la devaluación generó condiciones favorables al turismo interno. Tanto esta situación, como la lenta reactivación económica, suponen una oportunidad para los destinos turísticos nacionales. Si bien la estabilidad macroeconómica favorece en principio las posibilidades de inversión, la falta de créditos accesibles a mipymes genera una limitación que todavía no se ha superado.

\* el nivel meta requiere de estudios más específicos al realizado en este trabajo, pero en la información recogida en las entrevistas, pudo observarse una cierta pasividad en el empresariado local. La rentabilidad de la empresa turística en períodos de expansión y crecimiento de la ciudad, permitía alcanzar un nivel de vida satisfactorio aún trabajando solamente en la temporada estival. La crisis de los noventa puso fin a esa situación, y en muchos casos, no se tuvo la capacidad de reacción suficiente para compensar con nuevos emprendimientos, en el sector turismo o en otros, este cambio de contexto.

\* también existe un cierto consenso en los actores locales, respecto a la fragmentación de la sociedad, que obedece a causas históricas. Un indicador claro de esta situación, es la importante cantidad de instituciones culturales, deportivas, etc., que tiene la ciudad, con escasa participación de ciudadanos en cada una de ellas.

\* en el nivel micro, se observa una diversidad de empresas mipymes que en forma global, satisfacen los requerimientos de la demanda. Se destaca la importancia de los rubros de gastronomía y balnearios, tanto con respecto a la rentabilidad, como respecto a la satisfacción de los turistas.

\* existe escasa inversión en la actividad y por lo tanto, también es mínima la innovación en la prestación de servicios. En los casos en que se concreta un esfuerzo por mejorar la calidad de los productos, se obtienen beneficios inmediatos ya que la demanda es altamente elástica respecto de la calidad.

\* con respecto a la capacitación, se observa un interés en los empresarios por temas vinculados al marketing en general, pero no existe una oferta de cursos cortos que pueda satisfacer esta demanda.

\* la actividad turística se estructura de forma tal, que no existen situaciones de dominio o control empresaria. Si bien en algunos rubros la presencia de empresarios no residentes es significativa, la principal fuente de fuga de ingresos se detecta en la compra de insumos periódicos.

\* en el nivel meso, la falta de un tejido institucional con liderazgo para generar instancias participativas, genera una de las mayores dificultades observadas en la localidad. En consecuencia, no se detectaron proyectos de innovación a nivel destino ni procesos asociativos para mejorar el desempeño del conjunto del cluster.

Finalmente, cabe mencionar que, si bien las características del cluster turístico difieren de las consideradas para la formación de un sistema productivo local, y que por lo tanto existen actualmente en Miramar restricciones al proceso desarrollo económico local, también se ha observado la creciente profesionalización de la actividad turística y la decisión política de mejorar la competitividad del destino. Estas situaciones, sumadas a las expectativas favorables respecto del futuro, manifestadas por los empresarios, crean condiciones propicias para superar las dificultades detectadas.

## **Bibliografía**

- ALBURQUERQUE, Francisco (1997): Metodología para el Desarrollo Económico Local. ILPES, Santiago de Chile.
- ARTESI, Liliana (2002): Turismo, Desarrollo Local y Redes. En Aportes y Transferencias. Año 6 volumen 2. CIT UNMDP - Mar del Plata
- AROCENA, José (2001): Globalización, integración y desarrollo local. En APORTES para el Estado y la Administración Gubernamental. Buenos Aires, Año 8 - Nro. 18
- BARBINI, Bernarda (2004): Encuesta a Turistas en Miramar. Informe I. Plan de Desarrollo Turístico de General Alvarado. CIT - UNMDP. Documento interno.
- BOULLÓN, Roberto (1985): Planificación del espacio Turístico. Trillas, México.
- CEPAL, (2001): Memorias del seminario internacional de ecoturismo: políticas locales para oportunidades globales. Serie seminarios y conferencias. Nro. 17, Santiago de Chile.
- CIVIDANES HERNÁNDEZ, José Luis (2000): El Territorio como variable económica: El concepto de Sistema Productivo Local. Ponencia en las VII Jornadas de Economía Crítica. Feb. 2000. Albacete, España  
[www.UCM.es/info/ec/index3.htm](http://www.UCM.es/info/ec/index3.htm)
- CORAGGIO, José Luis (1994): Economía Urbana: la perspectiva popular. Instituto Fronesis
- CUNHA BARBOSA, María y ARICÓ ZAMBONI, Roberto (2001): La formación de un cluster en torno al turismo de naturaleza sustentable en Bonito, Brasil. Serie desarrollo productivo. Nro. 83. CEPAL, Santiago de Chile.
- FERRARO, Carlo (2003): Desarrollo Productivo Local en Argentina. Componente B Estudio I.EG.33.3 Estudios Sobre Empleo. CEPAL, Buenos Aires
- ESSER, K; HILLEBRAND, W; MESSNER, D; MEYER-STAMER, J (1996): Competitividad Sistémica: Nuevo desafío a las empresas y a la política. En Revista de la CEPAL; Santiago, Nro. 59, pag. 39 - 52.
- GUTIÉRREZ, Carlos; BORDAS Eulogio (1993): Competitiveness of long haul tourist destinations. St - Gall (Suisse): Editions Aiest (VOL. 35)
- MADOERY, Oscar (2001): Actores Territoriales y Política de Desarrollo Endógeno En APORTES para el Estado y la Administración Gubernamental. Buenos Aires, Año 8 - Nro. 18
- MANTERO, Juan Carlos (2004): Desarrollo local y actividad turística. En Aportes y Transferencias. Año 8 volumen 1 - Mar del Plata. Centro de Investigaciones Turísticas - UNMDP
- MANTERO, Juan Carlos; CAÑUETO, Jorge (1997) Miramar: dimensiones críticas y estrategias de desarrollo. En Aportes y Transferencias. Año 1 volumen 1 - Mar del Plata. Centro de Investigaciones Turísticas - UNMDP

MONTERO, Cecilia y PARRA, Constanza (2001): El cluster del ecoturismo en San Pedro. En Memorias del seminario internacional de ecoturismo: políticas locales para oportunidades globales. Serie seminarios y conferencias. Nro. 17, CEPAL, Santiago de Chile.

OMT (1999): Cuenta Satélite de Turismo (CST) Volumen 2: Medición de la Oferta Turística. Madrid.

PALOMO PÉREZ, S (1998): La aportación del Turismo al desarrollo económico de los países en vías de desarrollo. En Estudios Turísticos nro 136, pag. 45 - 81. Instituto de Estudios Turísticos. España.

PORTER, Michael (1990): La ventaja competitiva de las naciones. Vergara, Buenos Aires.

PORTER, Michael (1999): Los clusters y la competencia. En Gestión, volumen 4 nro. 1. Buenos Aires.

SILVA LIRA, Iván (2002): Desarrollo local y alternativas de desarrollo productivo: el impulso de un cluster eco-turístico en la región de Aysén. Serie gestión pública. Nro. 24. ILPES / CEPAL, Santiago de Chile.

VAZQUEZ BARQUERO, Antonio (2000): Desarrollo Económico Local y Descentralización: Aproximación a un marco conceptual. Proyecto CEPAL/GTZ de Desarrollo Económico Local y Descentralización, CEPAL, Santiago de Chile.

SZARKA, Joseph (1998): Las redes y la pequeña empresa. En Desarrollo y Gestión de Pymes: aportes para un debate necesario. (cap. 10). Universidad Nacional de General Sarmiento, Buenos Aires.

YOGUEL, Gabriel y BOSCHERINI, Fabio (1998): Hacia un modelo interpretativo de las actividades innovativas en las pymes: evidencias del caso Argentino. En Desarrollo y Gestión de Pymes: aportes para un debate necesario. (cap. 9). Universidad Nacional de General Sarmiento, Buenos Aires.