

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:



**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar> :: @NulanFCEyS

INNOVACIÓN Y ASOCIATIVIDAD EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Las empresas de servicios en Pinamar

Cristina Varisco

1. Introducción

Innovación y asociatividad son dos conceptos recurrentes en los estudios que abordan temas económicos vinculados al desarrollo local. La innovación es considerada un factor clave para el desarrollo, en tanto éste se sustenta en un sector productivo dinámico, con posibilidad de adaptarse a los cambios cada vez más rápidos del entorno. La asociatividad es la condición que más se destaca en los antecedentes de procesos satisfactorios de desarrollo local y un objetivo presente en la mayoría de los planes estratégicos de este principio de siglo.

Cuando tratamos de aplicar estos conceptos a la actividad turística surgen algunos interrogantes sobre la capacidad real de las empresas turísticas de innovar, qué características específicas adopta la innovación y a través de qué indicadores podemos analizarlas. Con respecto a la asociatividad, vale preguntarse también sobre el significado de este concepto y cuáles son sus manifestaciones concretas en los destinos turísticos. En este trabajo se intentará brindar algunas respuestas a estos interrogantes, a partir de un estudio realizado en la ciudad de Pinamar.

La ponencia presenta un avance de los resultados de la encuesta realizada a empresarios del destino turístico de la costa atlántica bonaerense, en el marco del proyecto de investigación que tiene por objetivo analizar el cluster turístico de Pinamar. En el primer apartado se analiza el marco teórico que sustenta el análisis. Luego se presenta brevemente la metodología del estudio, que consistió en la realización de entrevistas y encuestas, y luego se presentan los datos relacionados con las variables innovación y asociatividad. Con respecto a estas variables, los estudios realizados muestran un nivel medio de innovación a nivel de empresas, bajo a nivel de entorno, y un bajo nivel de asociatividad.

Se espera que el estudio contribuya a la consolidación del enfoque económico del desarrollo local aplicado al turismo, entendiendo éste en un sentido amplio, buscando siempre las líneas que vinculan el análisis económico con otras dimensiones. También se espera generar un antecedente útil desde el punto de vista metodológico, que sirva como base a estudios más profundos sobre estos temas. Finalmente, en las conclusiones se remarca la necesidad de completar la práctica de planificación, en especial, en la etapa referida a implementación, evaluación y retroalimentación.

* Centro de Investigaciones Turísticas – Facultad de Ciencias Económicas y Sociales –
Universidad Nacional de Mar del Plata
cvarisco@mdp.edu.ar

2. Marco Teórico

Según Alejandro Villar el concepto de desarrollo local reconoce tres grandes influencias: primero, como respuesta a la crisis del modelo de producción fordista y su pase al modelo post-fordista, en donde se destaca en algunas ciudades, la eficiencia de los agrupamientos de pequeñas y medianas empresas, que a partir de los recursos territoriales y de una especialización flexible en la producción, comienzan a operar dentro del paradigma de desarrollo endógeno. Segundo, el desarrollo local aparece también como respuesta a la globalización, en el centro de las discusiones sobre la interacción local / global, en relación a la capacidad de localidades y regiones de insertarse en el nuevo contexto económico. Y tercero, recoge la influencia de las nociones de “desarrollo humano” y “desarrollo sustentable” impulsadas por Naciones Unidas y la CEPAL (Villar, 2007).

El desarrollo local es un concepto complejo, que puede abordarse desde múltiples dimensiones que se interrelacionan entre sí, dificultando un recorte disciplinar estricto. En tanto proceso de mejora de la calidad de vida de las personas, y satisfacción creciente de las necesidades humanas, supone una base de recursos materiales generados por el sistema económico y una distribución equitativa de los mismos. En la medida en que se asume que el desarrollo presente no puede realizarse a costa de las opciones futuras, surge la dimensión ambiental. Y si además, se considera que es la propia comunidad la que debe definir los objetivos de mediano y largo plazo, el sendero de desarrollo se convierte en una opción cultural que supone una práctica democrática activa.

El enfoque del desarrollo económico local consiste según Albuquerque en fortalecer o crear entornos territoriales innovadores que favorezcan el desempeño de las micro, pequeñas y medianas empresas. Agrupadas en redes de producción especializada, las mipymes requieren de un entorno que garantice la dotación de infraestructuras básicas, de comunicación, salud y educación; un sistema de investigación articulado con el sector productivo; un sistema fiscal y financiero favorable, que garantice el acceso al crédito y servicios de desarrollo empresarial. Vinculando la dimensión económica del desarrollo con la dimensión socio-cultural, remarca la importancia de una cultura emprendedora local: *“los sistemas de salud y educación, así como la existencia de una cultura local favorable a la creatividad y el emprendimiento, deben dejar de ser contemplados exclusivamente como temas sociales, ya que forman parte sustantiva del entorno favorecedor de la innovación tecnológica, al ocuparse de la valorización de los recursos humanos en un ambiente estimulador del desarrollo productivo y empresarial”* (Albuquerque, 2004: 9).

El rol fundamental asignado a la innovación tecnológica, se relaciona con la creación de ventajas competitivas genuinas, basadas en la acumulación de conocimiento y aprovechamiento de las capacidades naturales o adquiridas por parte de los sistemas de empresas, opuesto a la creación de ventajas competitivas espurias, basadas por ejemplo en bajos salarios (Jaramillo, 2000). *“El proceso de innovación consiste así en una serie de actividades científicas, tecnológicas, organizacionales, financieras y comerciales, orientadas hacia la generación de mayores ganancias y de ventajas de tipo competitivos, acciones que, en potencia, transforman el estado anterior de la fase productiva y comercial de la empresa”* (Albornoz, 2002: 17).

En el plano microeconómico, la innovación se considera un proceso de aprendizaje, que en la mayoría de los casos se produce de manera gradual, y que se relaciona de

manera directa con la incorporación de nuevos conocimientos a los procesos productivos. En el plano mesoeconómico, ante la dificultad de las pymes para generar y/o adaptar los nuevos conocimientos necesarios para la innovación, surge la importancia de las redes de empresas e instituciones, donde se crean las condiciones para una competitividad territorial (Yoguel, 2000).

A partir de esta conceptualización, la innovación resulta una variable difícil de medir cuando se trabaja con micro, pequeñas y medianas empresas. La decisión de innovar se articula con otras decisiones de la empresa, especialmente las referidas a niveles de inversión, tomadas a su vez en relación a las expectativas de rentabilidad (Jaramillo, 2000). También es importante analizar la capacitación formal como medio de adquirir conocimientos, aunque está claro que esto representa sólo una parte del proceso de aprendizaje, que en los sistemas productivos se realiza principalmente de manera informal.

El análisis precedente, enfatiza en la noción de entorno competitivo, como una forma de organización y articulación empresas – instituciones, que garantiza la posibilidad de innovar a nivel de las empresas, y que tiene por resultado sistémico la opción de generar territorios con capacidad de innovar y competir. Cuando estos enfoques se aplican a la actividad turística, se agrega además, la posibilidad de que la innovación se produzca también en el destino turístico, como una forma de mejorar el producto global que lo identifica. Es entonces cuando la variable innovación se relaciona con la asociatividad.

La asociatividad se genera en la cooperación entre actores que desarrollan su actividad en el territorio. Esta puede darse entre empresas, entre instituciones, entre gobiernos, o en la cooperación de estos actores entre sí. Dado el impacto diferencial que las formas de asociatividad tienen para el logro de objetivos de desarrollo local, se ha sugerido distinguir en el seno del cluster turístico un nexo cooperativo débil y un nexo cooperativo fuerte (Varisco, 2007).

Se entiende por nexo cooperativo débil, la actividad conjunta de actores sociales que desarrollan actividades aisladas o de bajo impacto en la consecución de objetivos de desarrollo. Es el caso de participación conjunta en proyectos de promoción que no involucran a todo el destino turístico, la participación en acontecimientos programados, la integración de varias empresas en un producto particular, entre otras opciones. También se incluye aquí los acuerdos de integración regional que no superan la barrera de la expresión formal, como lo ocurrido con la mayoría de los consorcios productivos.

Se entiende por nexo cooperativo fuerte, la acción conjunta de actores sociales que a través de instancias participativas toman decisiones respecto del proceso de desarrollo local, y concretan estas decisiones en acciones que benefician al conjunto de la población. Por lo tanto, esta forma de asociatividad excluye la acción de determinados grupos de poder que actúan a través del lobby para concretar intereses sectoriales. También supone una concepción del desarrollo local como proceso endógeno, que en el plano político se manifiesta en la capacidad de tomar decisiones relevantes y ejecutar políticas de desarrollo, y en el plano social, se manifiesta como un proceso de empoderamiento de la sociedad local (Boisier, 2005).

Según Menta, la planificación estratégica es uno de los instrumentos más eficaces para concretar la participación de los principales actores locales en la elaboración de un diagnóstico sobre la situación actual, la definición de los objetivos del desarrollo

local y las acciones para lograrlos. *“La gestión estratégica de dicho proceso, sería el conjunto de acciones destinadas a la impulsión y la coordinación sinérgica de los esfuerzos públicos y privados necesarios para desarrollar las estrategias seleccionadas y alcanzar los objetivos propuestos en la planificación”* (Menta, 2001:105).

En síntesis, el desarrollo económico local requiere permanentes procesos de innovación a nivel de empresas y de entorno territorial. Para que esto sea posible, es necesario que desde el sector público y privado se trabaje en la creación de un entorno que favorezca la innovación, y esto requiere también de una visión conjunta, concertada y participativa de las opciones de desarrollo. La forma práctica en que esta participación democrática puede concretarse, remite a la existencia de un entramado institucional que represente a los ciudadanos, empresarios en este recorte del tema, y a la participación de estos en dichas instituciones. También la planificación estratégica recoge en la mayoría de los casos, esta aspiración de concretar un proceso de desarrollo basado en el viejo ideal del bien común.

3. Metodología

El proyecto general de investigación indaga sobre las condiciones que hacen posible la contribución del turismo al desarrollo local, a través del estudio comparado de destinos turísticos del interior y del litoral bonaerense. El estudio sobre el destino turístico Pinamar, forma parte del subproyecto que aborda la dimensión económica de la actividad. En esta ponencia, y de acuerdo al marco teórico precedente, se presenta el análisis de las variables innovación y asociatividad.

La recopilación de datos se realizó en base a entrevistas y encuestas. La técnica de entrevistas se utilizó en dos etapas: la primera, para realizar un diagnóstico preliminar consistió en entrevistar a responsables de las instituciones locales, y la segunda, se realizó con empresarios del sector a fin de recabar una primera información respecto de las variables seleccionadas para el estudio del cluster. En este sentido, la entrevista a empresarios tuvo un esquema más estructurado, conformado por preguntas abiertas, que sirvieron de base al diseño posterior del formulario de la encuesta a prestatarios.

Como ya se mencionara, la variable innovación incluye dos dimensiones: la innovación a nivel de empresas y a nivel de entorno. Como indicadores de la innovación a nivel de empresas, se considera la inversión, la gestión de calidad de los servicios y la capacitación formal. En la variable asociatividad se consideran tres dimensiones: la integración, la articulación y la participación en el Plan Estratégico. Con respecto a la primera se considera la realización de proyectos conjuntos, entre empresas y con el sector público. Como indicador de articulación se considera la representación de instituciones y la participación en las mismas. Finalmente, respecto del Plan Estratégico se considera la participación y la opinión de los empresarios.

La encuesta a prestatarios se realizó en el mes de diciembre. Por ser un instrumento del proyecto general, incluyó 45 preguntas consensuadas con el equipo de investigación en relación a la totalidad de cuestiones que éste abarca (dimensión económica, social, ambiental y comunicacional). A continuación, se presentan los datos vinculados con las variables mencionadas en este estudio.

4. Análisis de datos

4.1. Características generales de Pinamar

Pinamar es un consolidado destino turístico del litoral bonaerense, que se destaca por su posicionamiento en relación al segmento de demanda de ingresos alto y medio-alto. La ciudad de Pinamar tenía en el año 2001 una población de 20.592 habitantes. En el año 1991, tenía una población de 10.242 habitantes, lo que representa una variación en el período intercensal del 101%, situación que la coloca como la ciudad de mayor crecimiento poblacional de la Provincia de Buenos Aires.

El recurso base de Pinamar es la playa, que se complementa con los bosques de pinos producto de la intervención humana y una urbanización de alta calidad arquitectónica que ha respetado los médanos. Si bien no existen en la localidad recursos culturales materiales de relevancia, lo que se denomina “movida” es sin duda uno atractivo fundamental del destino. Esta expresión denota un conjunto de características vinculadas al movimiento en la ciudad, que combina actividades recreativas en bares, confiterías y paradores, actividades deportivas y una fuerte presencia de actividad comercial y publicitaria, asociada a grandes empresas.

El Municipio de Pinamar forma parte del Plan Estratégico Regional Tuyú Mar y Campo. En el contexto de la crisis socio-económica del año 2000 comenzó a gestarse el proyecto de una planificación participativa regional que integró a los municipios de Pinamar, Villa Gesell, La Costa, Gral. Lavalle y Gral. Madariaga. Lo interesante de este proyecto fue que generó un antecedente inédito respecto de la planificación estratégica, por articular además de municipios con diferentes partidos políticos en el gobierno, investigadores de la Universidad Nacional de la Plata y representantes del poder político provincial y nacional.

El plan se desarrolló en cuatro etapas: lanzamiento, diagnóstico, formulación e implementación. En la etapa de lanzamiento se firmaron los acuerdos con los actores públicos y se realizó una encuesta para obtener información primaria. El diagnóstico fue consensuado y participativo, dando lugar a una matriz DAFO que combinó la escala local con la regional. En la etapa de formulación se desarrollaron los ejes estratégicos y se presentó el plan a la comunidad en octubre de 2002. A partir de entonces comienza la etapa de implementación que se supone todavía vigente. Según el informe del equipo técnico, en la primera fase de la etapa de implementación se crearon una serie organismos de ejecución incluyendo un Consejo Regional con comisiones de seguimiento y el Consorcio Regional que representó la expresión institucional de la región surgida a partir del proceso participativo.

En lo que respecta a la actividad turística, como uno de los grandes ejes estratégicos se propone “Impulsar el desarrollo integral de la región, promoviendo una oferta turística complementaria y diversificada que tienda a la ruptura de la estacionalidad y se transforme en ventaja competitiva”. Esta opción, se definió como la integración del producto mar, con identidad cultural y campo. Entre las medidas propuestas para llevar adelante este eje estratégico, se propuso la conformación de un Ente Regional de Turismo en el marco del Consejo Regional; la coordinación de acciones con el sector empresarial; crear un sistema de evaluación turística continua; señalización de rutas; modernización de servicios y equipamientos urbanos; e integración de cadenas productivas entre otras.

4.2. Encuesta a Prestatarios

El cluster turístico de Pinamar se integra con 224 empresas de Actividades Características, 33 inmobiliarias y una importante cantidad de comercios. Como se mencionó anteriormente, la encuesta a prestatarios de servicios se realizó en diciembre de 2007, a partir de una muestra intencional, no probabilística, conformada por 32 empresas. El cuadro 1 muestra la distribución por rubros:

Cuadro 1: Conformación de la muestra		
Rubro	Cantidad	Porcentaje
Transporte	2	6%
Alojamiento	9	28%
Gastronomía	6	19%
Esparcimiento	4	13%
Comercio	4	13%
Balneario	7	22%
Total	32	100%

Fuente: Encuesta a Prestatarios de Pinamar – 2007
Centro de Investigaciones Turísticas

La unidad de análisis de la encuesta fue la empresa, y el cuestionario se realizó a propietarios, socios o encargados. El 75% de las empresas permanece abierta todo el año, y del 25% restante, el 88% lo hace desde el verano hasta Semana Santa. Con respecto a los propietarios de las empresas encuestadas, el 35% no vive en la localidad de Pinamar, siendo este un dato relevante para determinar el carácter local o extralocal de los empresarios.

La normativa vigente prevé la clasificación de empresas en las tipologías micro, pequeña, mediana y grande, según el nivel de facturación. Ante la imposibilidad de contar con ese dato, la clasificación de las empresas entrevistadas se refleja en el cuadro 2 de acuerdo a la cantidad de empleados en temporada alta:

Cuadro 2: Clasificación de las empresas según cantidad de empleados		
Tipo de empresa	Cantidad de empleados	Porcentaje
Micro	1 a 5	15%
Pequeña	6 a 10	35%
Mediana	11 a 100	47%
Grande	Más de 100	3%

Fuente: Encuesta a Prestatarios de Pinamar – 2007
Centro de Investigaciones Turísticas

La realización de la encuesta en el período de pre-temporada, demostró una expectativa muy favorable con dos datos altamente significativos: a la pregunta ¿qué

perspectivas tiene el turismo en la localidad?, el 94% de los empresarios respondió que mejorará; y a la pregunta ¿está conforme con la rentabilidad de su empresa?, el 88% respondió que sí. En general, la temporada 2007-08 no cubrió las expectativas que se tenían en la mayoría de los destinos de la costa atlántica, por lo que es de suponer, que estas preguntas realizadas en marzo, no darían porcentajes tan elevados.

Con respecto a la variable innovación, se preguntó si ¿Ha realizado alguna inversión en la empresa en los 2 últimos años? El 97% de los encuestados respondió que sí, y solamente una empresa (3%) manifestó no haber realizado inversiones. Al consultar sobre el tipo de inversión realizada, las respuestas abiertas se sintetizan en el cuadro 3 que por contemplar en algunos casos más de una opción, excede la suma del 100%:

Cuadro 3: Tipo de inversión (respuesta abierta sobre el 97% de los encuestados)	
Tipo de inversión	Porcentaje
Mantenimiento	74%
Maquinarias / rodados / equipos	13%
Instalaciones / remodelaciones	10%
Mejoras permanentes	10%
Según la necesidad	6%
Compra de mercaderías e insumos	6%

Fuente: Encuesta a Prestatarios de Pinamar – 2007
Centro de Investigaciones Turísticas

La relación directa entre innovación e inversión se mencionó en el punto 2, en función también de las expectativas de rentabilidad futura. Si bien el alto porcentaje de inversión en mantenimiento se relaciona con la intención de reponer el desgaste natural de los espacios físicos, en el contexto de la actividad turística, este elevado porcentaje se interpreta como favorable a mantener el nivel de calidad de los servicios. En rigor, las inversiones realizadas en maquinarias, rodados o equipos y las mejoras permanentes son un indicador más directo de probables innovaciones.

También se preguntó si realizaron algún curso de capacitación en los 2 últimos años, y el 62% de los encuestados respondió que no. El 38% restante, realizó cursos de manipulación de alimentos (obligatorios para el rubro gastronómico), atención al cliente y específicos de los rubros hotelería, gastronomía, guardavidas y otros. En este caso, el porcentaje moderado de respuestas afirmativas debe evaluarse a la luz de una escasa oferta de cursos de capacitación para empresarios en la localidad.

A fin de evaluar las mejoras en la calidad del servicio se formuló la siguiente pregunta: ¿Considera necesario realizar algún ajuste en la calidad de los servicios que brinda su empresa para satisfacer mejor a la demanda? Nuevamente, el 97% de los encuestados respondió que sí, respuesta que evidencia una cultura empresarial favorable a la excelencia en la prestación de los servicios. A quienes respondieron en forma afirmativa, se les preguntó qué tipo de ajuste consideraba necesario y de la codificación de las respuestas abiertas surge el cuadro 4:

Cuadro 4: Ajustes en la calidad de los servicios (respuesta abierta sobre el 97% de los encuestados)	
Tipo de actividad	Porcentaje
Mejorar / incrementar los servicios	35%
Atención al cliente	26%
Según la necesidad de la demanda	23%
Realizar ajustes siempre	19%
Mejorar las instalaciones / mantenimiento / otros	13%

Fuente: Encuesta a Prestatarios de Pinamar – 2007
Centro de Investigaciones Turísticas

También se preguntó si la empresa realiza algún tipo de seguimiento sobre la satisfacción de sus clientes, y el 41% respondió que no. El 59% de los encuestados manifestó realizar algún tipo de seguimiento, y ante la consulta abierta sobre el tipo de actividad desarrollada, se mencionó en primer término la realización de encuestas, luego la opinión de los clientes obtenida a través del trato personalizado. En menor medida se mencionó la consulta telefónica, vía mail o mediante encuesta en la página web. Nuevamente en estas respuestas se evidencia la cultura empresarial favorable a la excelencia del servicio.

Con respecto a la variable asociatividad, se preguntó si ¿Ha desarrollado alguna actividad en conjunto con otras empresas en los dos últimos años? El 78% de los encuestados respondió que no, y del 22% restante, ante la consulta sobre el tipo de actividad desarrollada, se indicaron promociones, actividades propuestas por la Asociación de Hoteles, y construcciones. Con respecto a la construcción, este rubro es altamente dinámico en Pinamar, por la inversión en segundas viviendas. Los proyectos más importantes detectados involucran a un conjunto de empresas privadas asociadas para la construcción de dos emprendimientos urbanos muy relevantes: La Herradura, country de 110 ha, y Villa de Mar, complejo de 90 residencias ubicadas en la zona norte. Tanto el elevado porcentaje de empresas que no realiza actividades con otras empresas, como las opciones de integración mencionadas, reflejan la existencia de un nexo cooperativo débil en la localidad.

Al realizar la misma pregunta respecto del Sector Público, el 87% de los encuestados manifestó no haber realizado actividades en conjunto con el Municipio. Dentro del 13% que respondió de manera afirmativa, se destaca la participación en el acontecimiento programado “Pantalla Pinamar”. En este sentido, si bien el elevado porcentaje que manifiesta no realizar ninguna actividad con el sector público impide considerar un nexo cooperativo fuerte, la existencia del acontecimiento mencionado genera un proyecto asociativo de mucha utilidad para fortalecer la oferta turística y para generar una opción de aprendizaje respecto de la acción conjunta.

Otro dato relevante para evaluar la asociatividad, es que ante la pregunta ¿Qué institución lo representa en sus intereses empresariales?, el 82% de los empresarios respondió que “ninguna”, el 9% manifestó no saber (Ns/Nc) y sólo el 9% restante mencionó alguna institución (Asociación de Hoteles y otras). Ante la pregunta si ¿Ud. participa en alguna institución local? el 91% de los encuestados respondió que no. Ambas respuestas refuerzan la falta de articulación en el cluster, en un caso, por la escasa representatividad de las instituciones, en el otro, por la baja participación de los actores encuestados.

En relación al Plan Estratégico, el 81% de los encuestados respondió no haber participado en las actividades, y el 19% restante, manifestó haber participado en alguna reunión informativa o a través de las instituciones. Ante la pregunta ¿Cuál es su opinión sobre el Plan Estratégico?, el 59% manifestó no conocerlo o no estar informado. En este punto, la información resulta clave para reflexionar sobre la eficacia de un plan que cumplimentó con todos los requisitos de la planificación estratégica, tanto por la idoneidad del equipo técnico, como por los compromisos asumidos desde el sector público en oportunidad de su ejecución, y el satisfactorio nivel de participación logrado.

Es importante aclarar que el contexto socioeconómico en el que se realizó el plan, fue el de la crisis del 2001/2002. Superada la etapa crítica, el cambio de contexto también influyó en las expectativas puestas inicialmente en el agroturismo como forma de reconvertir las empresas agropecuarias, con grave crisis de rentabilidad durante la convertibilidad. Ante el nuevo contexto macroeconómico, las empresas rurales se alejaron nuevamente de la actividad turística para retomar su actividad original. No obstante, lo más significativo de las respuestas, consiste en el elevado porcentaje que manifiesta desconocer el plan estratégico.

5. Conclusiones

El desarrollo local es un concepto que puede abordarse desde diferentes dimensiones interrelacionadas. Desde la perspectiva económica, se presenta como la capacidad de una sociedad de generar los recursos materiales que propicien una mejor calidad de vida a sus miembros. Para esto, entre otros factores, se requiere que las empresas puedan adaptarse al cambiante contexto económico incorporando innovaciones, de producto, de proceso y de organización, en forma individual o a través del aprendizaje colectivo producto de la aglomeración. Además, se entiende que desde el Estado, y en coordinación con otras instituciones, se puede contribuir a generar un entorno que facilite la innovación y el desarrollo de las empresas.

En un análisis que va desde lo económico hacia una perspectiva más compleja, el desarrollo local requiere de una definición y actuación que involucra al conjunto de actores locales en un proyecto común, que reivindica el ideal de una sociedad más justa y equitativa. La planificación estratégica, se ha posicionado en los primeros años del siglo, como la práctica social que hace posible una participación activa en la definición del sendero de desarrollo. Lamentablemente, los resultados obtenidos no parecen coincidir con el optimismo puesto en la primera generación de estos planes, situación que lejos de argumentar en contra de la planificación, sugiere la necesidad de revisarlos y completar su proceso en la etapa de evaluación y retroalimentación.

El análisis de los datos presentados, ratifica la idea de que en el destino turístico de Pinamar, las empresas encuestadas denotan un nivel medio de innovación a nivel de empresas, basado en escasa incorporación de mejoras pero con significativa gestión de calidad. A nivel de entorno, la innovación es baja por los escasos proyectos asociativos que involucran a los empresarios y al sector institucional. Con respecto a la asociatividad, también es baja y este punto es especialmente relevante, porque desde el marco teórico adoptado se asigna a la capacidad de tomar decisiones conjuntas en torno a objetivos de desarrollo, la característica esencial a un proceso de desarrollo local endógeno.

Finalmente, es importante remarcar algunas limitaciones en este estudio. La primera se vincula con la decisión de realizar una muestra intencional no probabilística, que nos impide generalizar los resultados obtenidos. No obstante, vale recordar que la metodología elegida para el proyecto tiene una fuerte base cualitativa, y que el estudio presentado ratifica el diagnóstico preliminar realizado en base a entrevistas.

Segundo, el proyecto general se ha concebido con carácter comparativo. En el caso particular del subproyecto sobre la dimensión económica, la comparación involucra los destinos de Pinamar y de Chascomús. En esta oportunidad, por tratarse de un avance, se ha presentado un recorte del estudio sobre la primera localidad, pero en la medida que la investigación se complete con la comparación incluso del resto de los destinos objeto de encuesta (Villa Gesell y Tandil), los resultados serán contrastados con otras realidades.

Tercero, una cuestión teórica y práctica sustancial que no debe omitirse al abordar el tema del desarrollo local, es la imposibilidad de que el desarrollo se concrete de manera aislada, independiente del contexto regional y nacional. El sentido de pensar el desarrollo en términos locales, se vincula a un conjunto muy amplio de acciones que pueden desplegarse a nivel territorial, pero los resultados estarán siempre influidos por el modelo de desarrollo adoptado a nivel nacional y por las políticas públicas adoptadas en consecuencia.

6. Bibliografía

Albornoz, Facundo; Español, Paula; Milesi, Darío y Yoguel, Gabriel (2002)
Marco Teórico. Economía de la Innovación y Teoría de la firma. *Apertura e innovación en la Argentina*. Bisang, Lugones y Yoguel (compiladores).
Miño y Dávila, Buenos Aires.

Albuquerque, Francisco (2004)
El enfoque del Desarrollo Económico Local. Programa AREA – OIT en Argentina.
Organización Internacional del Trabajo. Buenos Aires, Argentina.

Boisier, Sergio (2005)
Hay espacio para el Desarrollo Local en la Globalización? En Revista de la CEPAL nro.86, agosto 2005, pp. 47-62.

Jaramillo, Hernán; Lugones, Gustavo y Salazar, Mónica: (2000)
Manual de Bogotá. Organización de Estados Americanos OEA, Bogotá, 2000.

Menta, Romeo Cotorruelo (2001)
Aspectos estratégicos del desarrollo local. Capítulo 1. *Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local*. Vazquez Barquero y Madoery (compiladores). Homo Sapiens, Rosario

Universidad Nacional de La Plata (2002)
TUYU, Mar y Campo. Plan Estratégico Regional
Dirección del equipo: Tauber, Fernando.

Varisco, Cristina (2006)
Innovación y Empresas Turísticas en CONDET, Año V, volumen 5. Universidad Nacional de Comahue – Neuquén, pp. 65-91

Varisco, Cristina (2007)
Sistema Productivo Turístico y Desarrollo Local. En Ciencias Sociales Online. Revista electrónica. Universidad de Viña del Mar, Chile. Volumen 4, nro. 2, julio 2007, pp. 15-36. www.uvm.cl/sconline/

Villar, Alejandro (2007)
Políticas municipales para el desarrollo económico-social: revisando el desarrollo local. Fund. Centro Integral Comunicación, Cultura y Sociedad – CICCUS. Buenos Aires

Yoguel, Gabriel (2000)
“Creación de competencias en ambientes locales y redes productivas”. En Revista de la Cepal nro.71, agosto 2000, pp-105.
