

**CAPITA SOCIAL, GOBERNANZA Y TURISMO:
ANÁLISIS DEL CASO MAR DEL PLATA**

Bernarda Barbini , Ana Biasone , Mariangel Cacciutto, Daniela Castellucci,
Yanina Corbo, Nadia Roldán

Centro de Investigaciones Turísticas
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata
Funes 3250 (C.P 7600) – Mar del Plata, Argentina

I. El desarrollo del turismo en Mar del Plata

La estructura productiva de la ciudad de Mar del Plata se ha generado sobre la base del desarrollo del turismo de sol y playa, expandiéndose a través del tiempo, el modelo de prestaciones turísticas masivas, orientadas a un turismo interno, de sectores medios y populares; más importante de Argentina. Desde sus orígenes hasta la actualidad el turismo ha determinado gran parte de la fisonomía de esta ciudad, siendo una variable que, al atravesar todas las dimensiones del territorio local, está estrechamente ligada a su identidad.

A lo largo del tiempo, las prácticas turísticas han ido cambiando de acuerdo a distintos contextos sociales, políticos y económicos. La historia turística de la ciudad de Mar del Plata se inicia a finales del siglo XIX, etapa en la que miembros de la aristocracia porteña se encargaron de dar impulso a la ciudad, a través de cuantiosas inversiones que permitieron que la villa balnearia estuviera a la altura de los destinos litorales marítimos europeos de moda en la época. Estos actores extralocales se constituyeron en propulsores del desarrollo del turismo en la ciudad, mientras la población local, quedó al margen.

Sin embargo, una nueva etapa de desarrollo turístico de la ciudad se inició en el año 1945, con el impulso de las políticas peronistas, que fomentaron el desarrollo del turismo social nacional, siendo su epicentro la ciudad de Mar del Plata. Estas políticas favorecieron la inclusión social, lo cual a nivel turístico se tradujo en el acceso a vacaciones de amplios sectores de la población históricamente excluidos. De esta forma el perfil turístico de la ciudad terminó de transformarse de villa turística para una élite privilegiada, a un destino de turismo masivo, donde el sol y la playa pasaron a ser los principales atractivos.

A partir de la década del '70 el turismo deja de ser considerado a nivel nacional en la política social para pasar a ser tratado como política económica. En este sentido, Capanegra (2006) ofrece una visión clara de las principales orientaciones del turismo

como instrumento de política pública en cada uno de los modelos de acumulación en Argentina en el siglo XX. Sin embargo, el boom del turismo de sol y playa masivo pervive hasta la década de 1980, alentado por la inercia del período anterior, aunque al promediar esta década, comienza la etapa de maduración y declive del modelo turístico imperante, ocasionado por el retroceso en la calidad de vida de amplios sectores de la población nacional como producto de las políticas neoliberales y por la competencia de destinos nacionales e internacionales, produciéndose la exclusión de los turistas pertenecientes al sector de menores ingresos, y reduciéndose el tiempo y el nivel de consumo de las prácticas. (Mantero, 1997)

En la década del '90, Mar del Plata logra desarrollar un turismo fuera de temporada a través de iniciativas de diversificación, tales como el turismo urbano de fines de semana largos, el turismo de reuniones y congresos y el turismo rural en las afueras de la ciudad. Sin embargo, éstas se realizan como esfuerzos aislados, no incluidos en una estrategia de política integral de reconversión. Si bien esta tendencia continúa observándose en la actual década, el modelo sol y playa sigue siendo predominante y decisivo para el desarrollo de la ciudad.

Así, el informe del Plan Estratégico del Partido de Gral. Pueyrredón se afirma que las actividades comerciales, inmobiliarias, empresariales, de alquiler y transporte, ligadas al turismo, se destacan por su peso relativo, lo que demuestra la relevancia del turismo en el PBI local, definiéndolo como un factor clave en el desarrollo de la ciudad. (Documento de Diagnóstico, 2006). En este sentido, entre los indicadores que reflejan la importancia actual del turismo en la ciudad, puede mencionarse la magnitud de la afluencia en la temporada estival 2010-2011 que alcanza a 3.783.502 turistas (EMTUR, 2011), siendo su población estable de 614.350 habitantes de acuerdo a los resultados arrojados en el último Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda (INDEC, 2010).

Sin embargo, el desarrollo turístico observable en la ciudad, hasta el momento ha sido espontáneo, en la medida en que no responde a una política y planificación integral explícita desde la esfera pública. La falta de una política turística sostenida y consistente a nivel municipal a lo largo del tiempo deja vislumbrar numerosas problemáticas que afectan al territorio y la sociedad local, tales como la superación de la capacidad de carga tanto en los recursos como en la infraestructura, el desarrollo urbano desigual, la baja calidad de los servicios, la reducción del gasto del turista y de los ingresos de los residentes, y el deterioro ambiental, siendo éstos factores que inciden directamente en la calidad de vida de la población.

Al vincular esta problemática con las fases del ciclo de vida de los destinos turísticos (Butler, 1980), es fácil constatar que Mar del Plata se encuentra en la etapa de madurez de su producto turístico predominante. El modelo del ciclo de vida de los destinos turísticos, cuyas etapas son exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y pos-estancamiento plantea que mientras las cuatro primeras implican crecimiento, las dos últimas representan el comienzo del declive, entendiéndose que un destino está en la fase de madurez cuando ha alcanzado la etapa de estancamiento iniciado el pos-estancamiento.

La fase de estancamiento de los destinos turísticos, es una instancia crucial donde se torna necesario establecer criterios de estabilidad y sustentabilidad que ayuden para

frenar el declive producto de un crecimiento desordenado y espontáneo que ha derivado en el exceso de oferta, el deterioro de los recursos, la congestión y masificación, la reducción en la calidad de vida de la población local, la reducción en la calidad de la experiencia vivida por el turista y la reducción en los fondos dedicados a la conservación y renovación de los recursos.

El revertir la instancia de declive, requiere de acciones de transformación más o menos profundas respecto del modelo de destino turístico existente, con la finalidad de mantener la estabilidad o estimular un rejuvenecimiento. En este sentido, cabe plantear el aporte que realiza Agarwal (2002) en su revisión del modelo del ciclo de vida de los destinos, al destacar que las formas de reconversión y los tipos de estrategias implementadas son específicas del carácter único de cada lugar, siendo diferentes las respuestas adoptadas en función de la gravedad de los problemas, la importancia del turismo en la economía, el grado de reconocimiento y comprensión por parte de los actores locales de las dificultades y posibilidades emergentes y el nivel de compromiso por parte de la administración pública local, viéndose este compromiso condicionado por el grado de cooperación entre el sector público y el sector privado.

La observación de la problemática local planteada bajo esta perspectiva induce el desarrollo de dos proyectos de investigación en el Centro de Investigaciones Turísticas de la Universidad Nacional de Mar del Plata, encontrándose el primero finalizado y el segundo en curso, cuya denominación es *Capital Social y Desarrollo Local. Diagnóstico sobre el sector turístico marplatense para la implementación de estrategias de reconversión*, correspondiente al período 2009-2010) y *Gobernanza Turística y Desarrollo Local. Mar del Plata frente a estrategias de reconversión incluyentes*, correspondiente al período 2010-2011; cuyo fin es indagar sobre aquellas condiciones que puedan estimular en actores organizacionales estratégicos; valoraciones, disposiciones y actitudes hacia la implementación de estrategias de reconversión participativas y consensuadas en Mar del Plata; a partir de la idea de que la valorización, patrimonialización y gestión del espacio turístico local demanda un reconocimiento específico por parte de estos actores, debiendo ser asumida conscientemente por los distintos sectores involucrados.

II. Fundamentos teóricos de los proyectos de investigación

En la actualidad, el pensamiento sobre el desarrollo se encuentra en revisión, ya que junto al peso dominante de los factores productivos tangibles como fundamento explicativo del desarrollo de los territorios, se suman los recursos intangibles expresados en nociones de sinergias, redes organizativas y capacidades relacionales; complementando los componentes materiales y caracterizando el estilo de desarrollo de cada territorio. (Madoery, 2008)

En este sentido, los proyectos de investigación que se presentan proponen un enfoque que ubica el desarrollo territorial alrededor de los actores, sus relaciones y los entornos donde estos se desenvuelven, buscando ampliar la perspectiva sobre la base de sus capacidades y habilidades en relación con otros actores, en el marco de determinadas condiciones sociales, culturales y políticas.

De este modo, se busca indagar sobre aspectos referidos a la sustentabilidad socio;cultural y socio-política del desarrollo turístico local y sus relaciones con el desarrollo territorial, a partir de un abordaje que tienda a la comprensión del fenómeno turístico en el marco de las características sociales generales en las cuales está inmerso, ya que es en la articulación del turismo con el contexto más amplio donde se podrá avanzar en su comprensión. (Bertoncello, 2002)

Esta perspectiva entiende que la valorización del territorio y el turismo por parte de los actores involucrados es un indicador de su expresión identitaria y una estrategia e instrumento de desarrollo. La comprensión de sus mecanismos incluye la cuestión de la identificación, valorización y preservación de los recursos naturales y culturales locales, y el debate sobre los recursos organizativos para la coordinación de los actores, la construcción de políticas, la planificación y la organización del territorio. Así, se propone observar las visiones y acciones de actores organizacionales estratégicos a escala local, entendiéndolos como aquellos que poseen posibilidades de ser agentes de desarrollo, al ser portadores de propuestas y poder para generar efectos sobre el campo turístico, interviniendo, modificando o influyendo en su curso. De esta manera, se introduce una visión socio-política, al radicar la naturaleza de los agentes en su poder de actuación. (Zapata Campos, 2003)

El abordaje se realiza desde la perspectiva del *capital social*, entendido como las actitudes de confianza, reciprocidad y cooperación que integran las relaciones y estructuras sociales (Durston 2002); y *la gobernanza*, conjunto de procesos en cuyo marco los actores públicos y privados interactúan a la búsqueda de sinergias sustentadas en la necesidad de adopción de estrategias y acciones orientadas a la coordinación del estado con actores privados y con los ciudadanos, de modo tal que la dirección jerárquica, sea gradualmente sustituida por nuevas formas de regulación sustentadas en la negociación con la sociedad civil. (Cruz, 2002) El enfoque considera que el capital social constituye la base de los procesos de gobernanza, permitiendo ambos la evaluación de condiciones sociales, culturales y políticas para el fomento del desarrollo y la gestión eficaz e inclusiva del turismo en el territorio.

Desde este marco de referencia, el concepto de gobernanza aplicado al campo turístico se refiere al papel de los actores organizacionales estratégicos públicos, privados y sus relaciones en el campo turístico, planteando una relación estrecha entre las relaciones y acciones sociales establecidas, y las posibilidades de desarrollo turístico y desarrollo territorial, entendido éste último como un proceso de crecimiento económico y de cambio estructural que conduce a una mejora en el nivel de vida de la población.

El abordaje permite analizar el papel del Estado en la construcción y ejecución de políticas públicas turísticas en función de distintos modelos de intervención, los valores, actitudes e ideologías implícitas en dichas políticas y la intervención de los agentes privados y sociales en su formulación.

Con este enfoque, los proyectos de investigación expresan la continuidad de una misma línea de análisis que se profundiza a partir del cumplimiento de los siguientes objetivos, planteados en forma integral.

Objetivo general:

- Describir y analizar la estructura del capital social y la gobernanza en actores organizacionales estratégicos pertenecientes al campo turístico de la ciudad de Mar del Plata, a fin de evaluar la factibilidad de puesta en marcha de estrategias de reconversión orientadas al desarrollo territorial.

Objetivos específicos:

- Indagar sobre los procesos de construcción de identidad y patrimonio de los actores organizacionales estratégicos públicos, privados y del tercer sector en Mar del Plata.
- Describir y analizar los tipos y grados de confianza y la acción colectiva de los actores organizaciones estratégicos que conforman el campo turístico en Mar del Plata.
- Evaluar el desempeño y las formas de interacción de las organizaciones públicas, privadas y del tercer sector pertenecientes al campo turístico de la ciudad.
- Analizar la normativa y legislación vigente en las distintas áreas del Estado local, en relación al turismo.
- Clasificar las formas de cooperación público-privada e identificar los modos de gobernanza turística observados.

III. Fundamentos metodológicos de los proyectos de investigación

Los proyectos de investigación desarrollan una estrategia metodológica cualitativa, a partir de la indagación de actores organizacionales estratégicos, la descripción y análisis de sus lógicas de pensamiento y acción, y de las diversas formas que pueden asumir las relaciones entre ellos en torno al turismo.

Si bien se entienden los conceptos de capital social y gobernanza como procesos dinámicos, producto de las acciones y relaciones entre actores organizacionales estratégicos en torno al campo turístico, se establece la noción operativa de estructura del capital social y la gobernanza para hacer referencia a las diversas formas que pueden asumir estas acciones y relaciones en un momento determinado.

Dado que el proyecto *Capital Social y Desarrollo Local. Diagnóstico sobre el sector turístico marplatense para la implementación de estrategias de reconversión*, se encuentra finalizado y el proyecto *Gobernanza Turística y Desarrollo Local. Mar del Plata frente a estrategias de reconversión incluyentes*, se halla en ejecución, en éste último se utilizan, a modo de información secundaria, los datos obtenidos en el primero, basados en la aplicación entrevistas semi-estructuradas a una muestra intencional de actores organizacionales estratégicos pertenecientes al sector turístico público⁴⁵ y privado⁴⁶, durante el año 2010. Además, a fin de cumplir con los objetivos

⁴⁵ Dirección General de Marketing y Planificación Turística, Dirección General de Gestión Ambiental, Dirección General de Servicios, Dirección de Unidades Turísticas Fiscales, Secretaría de Obras y Planeamiento Urbano, Subsecretaría de Cultura, Secretaría de Desarrollo Productivo, Secretaría de Desarrollo Social, Secretaría Privada, Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, Oficina del Plan Estratégico. Municipalidad de Gral. Pueyrredón.

⁴⁶ Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo Mar del Plata, Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica de Mar del Plata, Cámara de Empresarios de Balnearios, Restaurantes y Afines de la Costa Atlántica,

correspondientes al segundo proyecto de investigación se prevé la implementación de entrevistas complementarias en relación a categorías y aspectos específicos de análisis de la gobernanza, así como también el análisis documental y de contenido de la legislación y normativa vigente en las distintas áreas del estado local vinculadas al turismo.

Para la observación del capital social se realiza una adaptación y selección de categorías de análisis y aspectos tomando como referencia la propuesta del Banco Mundial (SOCAT, 2002). Además, se propone utilizar tipologías que, a partir de la clasificación de diferentes formas de expresión (Grootaert y Van Bastelaer 2001), (Putnam, 2000) y grados de amplitud y representatividad (Putnam, 2000), (Atria, 2003); permiten la ulterior definición de su estructura en el campo turístico local.

- **Categorías de análisis:**
 1. Normas, creencias y valores: Sentido de pertenencia, intercambios, formas de negociación e información, estimulación de la ciudadanía responsable, orientación hacia la gestión colectiva y sustentable de los recursos.
 2. Confianza: Establecimiento de redes sociales al interior de los grupos, confianza hacia los miembros de la comunidad sobre la base de expectativas, normas y valores compartidos, y confianza en el gobierno, sus reglas y procedimientos.
 3. Acción colectiva: Características de las organizaciones y redes formales e informales. Modo de funcionamiento de los grupos de interés, participación en la toma de decisiones, heterogeneidad de los grupos de interés, extensión de conexiones con otros grupos.

- **Tipología de análisis:**
 1. Formal/ informal: el primer tipo es aquel que se corresponde con organizaciones donde puede identificarse estructura, autoridades, redes de funcionamiento, etc.; mientras que el segundo se refiere a las distintas modalidades de convivencia social espontánea.
 2. Cognitivo/ estructural: el primer tipo es aquel que indica las normas, valores, confianza, actitudes y creencias compartidas, en tanto el segundo se corresponde con la existencia de una organización social formal e informal y a redes asociativas.
 3. Restringido/ ampliado: el primer tipo es aquel que se refiere al predominio de redes sociales internas (hacia adentro del grupo), mientras que el segundo indica el predominio de redes sociales externas (hacia el exterior del grupo) que contribuyen o a mejorar la calidad de vida.
 4. Interno/ externo: el primer tipo se corresponde con la promoción de los intereses de los miembros de un sector específico, mientras que el segundo se corresponde con la promoción de los intereses de varios sectores o el interés público general.

Para la observación de la gobernanza, se realiza una adaptación y selección de categorías de análisis y aspectos, tomando como referencia la propuesta de

Whittingham (2002). Además, se propone utilizar una tipología de modos de gobernanza (Kooiman, 2004), para la ulterior definición de su estructura en el campo turístico local.

- Categorías de análisis:
 1. Asociación público-privada: Políticas e incentivos para promover la participación del sector privado en el desarrollo, integración de los sectores privado y público en la elaboración, financiación realización de programas y proyectos públicos.
 2. Rendición de cuentas: Grado de cumplimiento de requisitos legales y normas administrativas, mecanismos disponibles para hacer pública la información sobre proyectos, procesos y recursos, modo en el que los reclamos son atendidos por la administración.
 3. Capacidad de respuesta: Mecanismos para determinar preferencias y necesidades, mecanismos de evaluación que permitan conocer si se alcanzan las metas de programas y proyectos, disponibilidad de información que permita interactuar, criticar, y sugerir cambios en las acciones del gobierno.
 4. Equidad: Inclusión de sectores excluidos en procesos consultivos, destinación de recursos a servicios dirigidos a la población local.

- Tipología de análisis:
 1. Autogobierno: Implica la existencia de modelos internos y autoreferenciados de organización y operación. Estos sistemas sólo ven lo que pueden interpretar desde su punto de vista, lo que plantea dificultades para las interacciones con otros sectores.
 2. Gobernanza jerárquica: Forma jerárquico/burocrática de coordinación, caracterizada por sistemas de intervención centrados en modos tradicionales de gobierno, donde la mediación de las desigualdades se realiza mediante un conjunto de normas y obligaciones impuestas en una lógica de distribuidores-receptores.
 3. Cogobernanza: Centrada en interacciones horizontales entre sectores públicos y privados encaminados a la consolidación de acuerdos mediante la cooperación, la coordinación y la colaboración. La influencia de la participación en el proceso de toma de decisiones es considerable y el modo de comunicación implica mutua receptividad.

IV. Principales avances de investigación

El análisis de la información cualitativa surgida de las entrevistas semi-estructuradas realizadas, permite observar la incidencia que los conocimientos, creencias y valoraciones de los actores organizacionales estratégicos tienen sobre sus disposiciones, actitudes y acciones, constatándose algunas condiciones restrictivas y otras facilitadoras para el diseño e implementación de una política y planificación sectorial orientada a la reconversión integral del turismo en Mar del Plata.

Así, respecto de la definición del espacio local, se observa que, si bien los actores organizacionales públicos y privados, reconocen a Mar del Plata como una ciudad con actualidad y potencialidad turística, caracterizando su oferta como integral y diversificada en calidad, cantidad y variedad de atractivos que exceden el producto

tradicional de sol y playa; se observa una visión escasamente innovadora, al no mencionarse posibilidades de desarrollo del territorio alternativas a las ya existentes.

En ambos sectores se observa también, que la definición del habitante local se realiza únicamente en relación a su contacto con el turista, planteándose reiteradamente su “falta de identidad” y la percepción de éste en tanto “anfitrión” o “prestador de servicios”, lo que evidencia la ausencia de una visión que lo incluya como actor con capacidad de decidir e incidir en los procesos de cambio.

En relación a la definición del turismo local, se manifiesta, tanto en los actores organizacionales públicos como privados, la ausencia de reconocimiento de la oferta turística como componente del sistema turístico independiente de la demanda, en tanto se identifica el “turismo” con el “turista”, pudiendo vincularse esta visión con la espontaneidad (carencia de mediación y planificación) del turismo local. Esta concepción, que percibe al turismo local de un modo reduccionista, identificándolo con “los que vienen”, tiende a limitar el reconocimiento de la necesidad de ordenar y planificar el turismo.

En cuanto a los problemas del turismo local, se constata en los actores organizacionales privados, el reconocimiento de la estacionalidad, sugiriéndose soluciones tales como la captación de turismo internacional, el desarrollo de una oferta turística invernal y una oferta de servicios de calidad acorde a los requerimientos de los sectores de mayores ingresos; comprobándose, a partir de las opciones planteadas, la inexistencia de un criterio que vaya más allá de lo ya existente y vislumbre nuevas alternativas y potencialidades del territorio local.

Asimismo, los actores organizacionales privados consultados reconocen como problemas la ausencia de planificación en el sector turístico y la falta de asociatividad intersectorial en el propio sector privado.

En cuanto a la visión de los actores organizacionales públicos sobre los problemas del turismo local, se observa la reiteración de problemáticas de tipo ambiental tales como la contaminación marina o la higiene urbana, así como también la mención de la falta de capacitación y concientización del marplatense en relación al turismo, advirtiéndose una visión sesgada y acotada sobre los problemas de turismo local.

Respecto de las experiencias y opiniones sobre la asociatividad, se observa que los actores organizacionales privados en general califican positivamente la posibilidad de interacción y trabajo conjunto a partir de la participación de las empresas turísticas en el Directorio del Ente Municipal de Turismo (EMTUR).

Sin embargo, cuando se hace referencia a las experiencias y opiniones sobre la asociatividad al interior del propio sector privado, independientemente de los vínculos establecidos en el Directorio de EMTUR, se destaca la percepción de problemas para establecer vínculos asociativos, atribuidos a sus rasgos “individualistas” y “competitivos”.

En cuanto a la visión de los actores organizacionales públicos sobre la asociatividad, también plantean la inexistencia de compromiso e interacción entre las organizaciones del sector privado a la hora de realizar trabajos conjuntos.

Cabe consignar además, que el tipo de participación observada por parte de los actores organizacionales privados en la toma de decisiones sobre el turismo local en el marco del Directorio del EMTUR, se restringe a apoyar iniciativas puntuales del área de turismo del Estado local, tales como la promoción, la señalización o la organización de eventos especiales. No obstante, los actores organizacionales privados en general expresan conformidad con este modo participación, aunque desde una percepción particular, más cercana a la idea de acompañamiento y apoyo a esta clase de iniciativas, que de influencia efectiva y toma de decisiones compartidas respecto de aspectos más estratégicos e integrales.

En cuanto a la toma de decisiones con respecto al turismo dentro de las organizaciones del sector público local, se observa que la misma depende del grado de vinculación que las distintas áreas del Estado local asuman con respecto al turismo. En este sentido, aquellas áreas que reconocen una conexión directa entre las funciones que desempeñan y el turismo local, tales como las dependencias del Ente Municipal de Turismo (Departamento de Investigación y Desarrollo, Departamento de Marketing y Dirección de Unidades Turísticas Fiscales), la Dirección General de Gestión Ambiental y la Secretaría de Cultura; presentan un mayor grado de participación e injerencia, manifestando conformidad con la misma. Sin embargo, se constata que algunas áreas del Estado local relativizan y hasta desconocen su relación con el turismo. Tal es el caso de la Secretaría de Desarrollo Productivo, la Secretaría de Desarrollo Social, la Dirección General de Servicios Urbanos y la Oficina del Plan Estratégico, donde no se observa injerencia, como tampoco un papel activo en la toma de decisiones.

Sin embargo, por otra parte, se constatan condiciones tendientes a facilitar el diseño e implementación de políticas y planificación integral del turismo local. Tal es el caso de la vinculación observada entre organizaciones públicas y privadas, advirtiéndose que la relación entre estos sectores es más fluida en los casos en que las áreas del Estado local asumen una conexión directa con el turismo. En este sentido, las dependencias del Ente Municipal de Turismo (Departamento de Investigación y Desarrollo, Departamento de Marketing y Dirección de Unidades Turísticas Fiscales) y las áreas Dirección de Gestión Ambiental y Secretaría de Cultura manifiestan nexos con cámaras de empresarios hoteleros, de balnearios y gastronómicos a partir de la participación en el Directorio del Ente Municipal de Turismo.

Otro aspecto tendiente a facilitar el diseño e implementación de políticas y planificación integral del turismo local en función de una planificación local, provincial y nacional, es la vinculación existente entre los distintos ámbitos del sector público (EMTUR, Secretaría de Turismo de la Provincia y Ministerio de Turismo); destacándose el vínculo que posee el municipio con el gobierno provincial y nacional, así como también el impulso que ha dado el actual gobierno local al trabajo interdisciplinario que involucra distintas áreas municipales. Por último, se evidencia como condición facilitadora, la interrelación observada entre algunas áreas municipales (dependencias

del Ente Municipal de Turismo, Dirección de Gestión Ambiental, y Secretaría de Cultura).

Por otra parte, el análisis de los resultados obtenidos con respecto a los actores organizacionales públicos y privados en función de la tipología de capital social anteriormente planteada, muestra la presencia un capital social estructurado bajo las siguientes características:

- *Formal*, dado que en ambos sectores se observa la presencia de organizaciones donde puede identificarse estructura, autoridades y reglas de funcionamiento.
- *Cognitivo*, ya que se identifican normas, valores, actitudes y creencias compartidas entre actores organizacionales públicos y privados
- *Estructural*, porque puede identificarse la existencia de organizaciones formales con redes asociativas.
- *Ampliado*, en la medida en que la vinculación entre los sectores público y privado observada en el marco del Directorio del EMTUR y la presencia de relaciones que “tienden puentes” entre distintas áreas del Estado local con y entre los ámbitos local, provincial y nacional en relación al turismo; muestra la existencia de redes sociales externas, que funcionan con actores relativamente heterogéneos.
- *Restringido*, al considerar al conjunto de los actores intervinientes en el campo turístico local ya que existe un predominio de redes sociales internas, es decir una primacía de relaciones hacia adentro en las organizaciones públicas y privadas, y la ausencia de una apertura hacia las organizaciones del tercer sector y la comunidad.
- *Interno*, ya que se corresponde con la promoción de los intereses de los miembros del sector público y privado, sin considerar la promoción de los intereses del resto de los sectores o el interés público general.

V. Conclusiones

El trabajo parte del análisis del turismo en Mar del Plata y su importancia como factor clave en el desarrollo de la ciudad y constructor de su identidad, planteando las distintas etapas por las que ha transitado la ciudad en relación al ciclo de vida de su producto turístico principal, sol y playa, identificando su etapa de madurez, observando la necesidad de dar cauce a nuevas tendencias del turismo local y, en relación a ello, realizando una evaluación de las valoraciones, disposiciones y actitudes que tienen los actores organizacionales estratégicos intervinientes en la implementación de políticas y estrategias de reconversión integral.

A la luz del análisis realizado se concluye que son varios los factores que inciden en la situación actual de ausencia de una política explícita y planificación dentro del sector turístico, siendo los mismos tanto de carácter contextual (histórico, económico, cultural) como particular (características de los actores/agentes organizacionales involucrados).

Si partimos de la idea de que en la concepción, diseño e implementación de las políticas se ven reflejados los intereses, intenciones, voluntades y prioridades de los actores organizacionales estrattégicos involucrados; es posible prever que sólo surgirá

una política sectorial para el turismo cuando exista plena conciencia y reconocimiento de su importancia estratégica para un modelo de desarrollo en la ciudad.

En relación a lo observado respecto de las percepciones, disposiciones y actitudes de los actores organizacionales públicos y privados en Mar del Plata, puede concluirse que existen más condiciones restrictivas que facilitadoras del diseño e implementación de políticas y planificación del turismo local.

En este sentido, se observan como condiciones restrictivas:

- la presencia de una postura conservadora respecto del desarrollo del espacio local, al no plantearse posibilidades de innovación alternativas a las ya existentes,
- la ausencia de una visión que incluya al residente como actor con capacidad de decidir e incidir en los procesos de cambio,
- la existencia de una percepción sesgada del turismo local, al identificarse la oferta turística con la demanda,
- el reconocimiento, por parte de actores/agentes organizacionales privados, de la inexistencia de planificación en el sector turístico,
- la observación, por parte de los actores/agentes organizacionales públicos y privados, de la carencia de asociatividad al interior del sector privado,
- el tipo de participación observada en actores/agentes organizacionales privados a partir del Directorio del EMTUR, más cercana al acompañamiento de iniciativas puntuales que a la influencia efectiva respecto de cuestiones estratégicas, y
- la falta de reconocimiento de un vínculo con el turismo, por parte de algunos actores organizacionales públicos.

En cuanto a las condiciones tendientes a facilitar el diseño e implementación de una política y planificación integral del turismo local, cabe consignar:

- la vinculación existente entre actores/agentes organizacionales públicos y privados, siendo ésta mayor en aquellas áreas del Estado local en que se asume una relación directa con el turismo,
- el vínculo observado entre el municipio y el gobierno provincial y nacional en relación al turismo (EMTUR, Secretaría de Turismo de la Provincia y Ministerio de Turismo),
- la interrelación observada entre algunas áreas municipales en relación al turismo (dependencias del Ente Municipal de Turismo, Dirección de Gestión Ambiental, y Secretaría de Cultura), y
- el impulso dado desde el actual gobierno local al trabajo interdisciplinario que involucra distintas áreas municipales.

VI. Referencias Bibliográficas

- Agarwal, Sh. (2002) La reconversión del turismo costero. El ciclo de vida del destino turístico costero. *Annals of Tourism Research en Español*, vol 4 n. 1. Páginas 1-36.
- Atria, R. y Siles, M. (comp.) *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. CEPAL y Michigan State University. 2003. P.p. 581-590.

Banco Mundial (2002) SOCAT. Social Capital Assessment Tool. Grupo de expertos en Capital Social. Banco Mundial.

Barbini, B. (2008) Capacidades locales de desarrollo a través del turismo: reflexiones para su abordaje en Cesar Dachary, A. y Arnaiz Burne, S.M, *Turismo y Desarrollo: Crecimiento y Pobreza*, Ediciones de la Noche, México, 2008: 207-227.

----- (2010) Dimensión sociocultural en Turismo y Territorio: del diagnóstico a la proposición de desarrollo turístico. A propósito de la provincia de Buenos Aires. Ed. UNMDP. Pags. 143-224. ISBN 978-987-544-354-9.

Bertoncello, R. (2002) Turismo y Territorio. Otras prácticas, otras miradas. Aportes y Transferencias, año 6, vol.2. CIT, FCEyS, UNMDP.

Bourdieu, Pierre (1985) The forms of capital. Handbook of theory and research for the sociology of education. Richardson (comp.) New York.

Bustos Cara,R. (2007) El turismo en la búsqueda de una nueva gobernanza territorial. Simposio Latinoamericano Turismo y desarrollo, crecimiento y pobreza. Mar del Plata, pp.15-17.

----- (2008) "Teoría de la acción territorial. Acción turística y desarrollo" Revista Aportes y Transferencias Año 12, vol. 1. UNMDP. CIT, pp.87-104.

Butler, R.W. (1980) The concept of a Tourist Area Cycle of Evolution. Implications for Management of Recourses. Canadian Geographer, vol 24, n.1, pags. 5-12.

Capanegra, C. (2006) La política turística en la Argentina en el siglo XX. En Aportes y transferencias, Año 10, Volumen 1, pp. 43-61.

Coleman, James (2000) Foundations of Social Theory. Cambridge: Belknap Press of Cambridge University Press.

Cruz C. (2002) Gobernabilidad y governance democráticas. El confuso y no siempre evidente vinculo conceptual e institucional. Desarrollo Humano e Institucional en América Latina. Num. 23.

Durston, John (2002) Capital social campesino en la gestión del desarrollo rural. Díadas, equipos, puentes y escaleras, Santiago de Chile, CEPAL, 156 pp.

----- (2000) ¿Qué es el capital social comunitario?. Serie Políticas Sociales, Número 38, Santiago de Chile, CEPAL, 44 pp.

EMTUR (2011) Estudio de Demanda Temporada Estival 2010 – 2011. Municipalidad de Gral. Pueyrredón.

Grootaert C. y Van Bastelaer, T (2001) Understanding and Measuring Social Capital: a synthesis of findings and recommendations from social capital initiative . Documento de Trabajo Número 24. Iniciativa de Desarrollo Local. Banco Mundial.

INDEC (2010) Resultados provisionales Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda. Disponible en www.censo2010.indec.gov.ar

Kliksberg, Bernardo (2000) Capital social y cultura: claves olvidadas del desarrollo. Documento de Referencia Banco Interamericano de Desarrollo – Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe.

Kooiman, J. (2004) Gobernar en gobernanza. Revista Instituciones y Desarrollo, Núm.16. P.p.171-194. Institut Internacional de Governabilitat de Catalunya. Comte d` Urgell, Barcelona. 240 3-B08036.

Madoery, O. (2008) Otro desarrollo. El cambio desde las ciudades y regiones. Ed. UNSAM Edita.

Mantero, J. C. (1997). Mar del Plata. Devenir urbano y desarrollo turístico. En FACES - Año 3 N° 4. UNMDP. FCEyS.

Mantero, J.C. y otros (2002). Sector Turístico. En Mar del Plata productiva: diagnóstico y elementos para una propuesta de desarrollo local, GENNERO DE

Municipalidad de Gral. Pueyrredón (2006) Plan Estratégico. Documento de Diagnóstico.

Millan, R y Gordon, S (2004) Capital Social, una lectura de tres perspectivas clásicas, en Revista Mexicana de Sociología, Año 66, Número 4: 711-747.

Mayntz, R. (1998) New challenges to governance theory. Jean Monet Chair Paper, RSC Num. 98/50.

Natera Peral, A. (2005) Nuevas estructuras y redes de gobernanza en Revista Mexicana de Sociología, México. Vol. 67, Núm. 4. P.p. 755 -791.

Ostrom Elinor (2003) Capital social y acción colectiva. Revista Mexicana de Sociología, año 65, núm. 1. Instituto de Investigaciones Sociales. Pp. 155-233.

Parra López Y Melchior Navarro (2010) Dinámicas de transformación de un destino maduro. En Destinos turísticos maduros ante el cambio. Hernández Martín, R. y Santan Talavera, A. Ed. Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad de La Laguna.

Putnam, Robert (2000) Bowling alone: the collapse and the revival of American Community. New York. Simon and Schuster.

Plan Estratégico del Partido de General Pueyrredón (2006). Documento de Diagnóstico. Disponible en www.mardelplata.gov.ar/PlanEstrategico

Ramirez Plascencia, J. (2005) Tres visiones sobre Capital Social: Bourdieu, Coleman y Putnam en Acta Republicana Política y Sociedad. Universidad de Guadalajara, Año 4, Número 4: 21-36.

Rubio Gil, M y Mazón, T (2009) El capital social como factor coadyuvante de los procesos de desarrollo turístico y socioeconómico de los destinos de interior en Revista Papers de Turisme, Número 40: 41 - 55.

Rhodes, R. (2007) Understanding governance: ten years on. *Organization Studies*. Vol.28. Núm. 8.

Velasco González, M. (2008) Gestión de destinos: ¿Gobernabilidad del turismo o gobernanza del turismo? XVII Simposio Internacional de Turismo y Ocio, España.

Whittingham, M. V (2002) Aportes de la teoría y la praxis para la nueva gobernanza. VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Lisboa.

Woolcock, M (2002) Social Capital in theory and practice: where do we stand?, en Isham, J., T Kelly y S. Ramaswamy (comps.), *Social Capital and Development Economics*, Londres, Inglaterra y Northampton, MA, Elgar Press.

Zapata Campos, M.J. (2003) Los agentes turísticos: una aproximación desde la Sociología y la Ciencia Política, en *Sociología del Turismo*. Ed. Ariel. Barcelona.