

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

Núlan

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

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

+info <http://nulan.mdp.edu.ar/265/>

MUNICIPIOS TURÍSTICOS DEL LITORAL INSTITUCIONES DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

Lic. Cristina Varisco

Centro de Investigaciones Turísticas - Universidad Nacional de Mar del Plata

e-mail: citurist@mdp.edu.ar

RESUMEN

El presente artículo tiene por objeto analizar los aspectos institucionales que caracterizan y regulan la actividad turística en los municipios de La Costa, Pinamar, Villa Gesell y Mar Chiquita, en el marco de la Investigación *Centros Turísticos del Litoral Atlántico Bonaerense*.¹

Dada la complejidad de delimitar las funciones efectivas que cubre cada municipio en torno a la actividad turística, se han tomado como indicadores, además de las principales actividades que desarrollan los organismos municipales de turismo, la inserción en el presupuesto municipal y la opinión de los turistas. Con respecto al presupuesto, su análisis permite observar la importancia relativa asignada a la actividad turística en cada partido, así como también los recursos con los que cuenta.

A partir de las entrevistas realizadas a las organizaciones más representativas del sector empresarial, fue posible observar una problemática común dentro de cada grupo de instituciones y una marcada preocupación respecto a la crisis que afecta a la actividad turística.

Cada Secretaría de Turismo cuentan actualmente con comisiones para posibilitar el accionar coordinado con el sector privado. Se observa una tendencia a adoptar la modalidad de entes descentralizados de turismo, debido a que existe consenso respecto a la utilidad de los mismos como espacio de discusión y gestión coordinada de la problemática que afecta al sector turístico.

Palabras Claves: Municipios turísticos - Sector público - Sector privado - Litoral Atlántico - Provincia de Buenos Aires

COASTAL TOURIST AREAS – PUBLIC AND PRIVATE INSTITUTIONS

ABSTRACT

The object of this article is to study the institutional aspects which characterise and regulate tourist activity in the coastal areas of Pinamar, Villa Gesell and Mar Chiquita, within the research framework of Tourist Centres of the Atlantic Coastline in Buenos Aires Province.

Since it is not easy to fix the limits of the specific functions of each area in terms of tourist activity, it has been necessary to consider as indicators the immersion in the municipal budget and the opinion of tourists, alongside with the main activities performed by Municipal Tourist Organisations. As regards budget, its analysis makes it possible to observe the relative importance assigned to tourist activity in each district as well as the resources they make use of.

Departing from the interviews carried out to the most representative business organisations, it was feasible to observe a mutual problem within each group of institutions and a marked concern regarding the critical period the tourist activity is undergoing.

Public Tourist Areas have at present committees to co-ordinate joint work with the private sector. There is a tendency to adopt the methodology of Decentralised Tourism Entities, since there is general consent with respect to their usefulness as sources of discussion and joint management of the problems affecting tourism in both public and private areas.

Key words: Tourist areas – Public areas – Private areas – Atlantic Coastline - Province of Buenos Aires

1 INTRODUCCIÓN

La superestructura turística está integrada por organismos públicos y privados que tienen por objeto regular, controlar y coordinar el funcionamiento del sistema turístico. Este concepto, que De La Torre denomina supraestructura, y que forma parte de la oferta complementaria a los recursos turísticos, junto con la infraestructura y con la estructura de producción del sector, incluye organizaciones gubernamentales, como los Organismos Nacionales de Turismo o las Organizaciones Internacionales, y organizaciones no gubernamentales como las Asociaciones de Profesionales, Asociaciones de usuarios o Asociaciones Internacionales. (De La Torre, 1980) .

Dentro del sector público, existen organismos específicos que operan en el espacio turístico en sus diversas jurisdicciones, (nacionales, provinciales y municipales). El sector privado incluye como instituciones más representativas a las asociaciones de hoteleros, las cámaras de comercio, balnearios e inmobiliarias.

A continuación se realizará una descripción del funcionamiento del sector público en los municipios de La Costa, Pinamar, Villa Gesell y Mar Chiquita, y las principales características del sector privado en los cuatro partidos, para finalmente remarcar algunos aspectos vinculados a la interacción de ambos sectores.

Desde el punto de vista formal, la relación entre el sector público y el privado se plasma en las comisiones de turismo de los organismos oficiales municipales, integradas por los representantes de las instituciones del sector empresarial. En la actualidad, las Secretarías de Turismo Municipales de los partidos analizados, presentan una marcada tendencia a transformarse en organismos descentralizados. En este sentido, la apreciación positiva respecto del Ente Municipal de Turismo del Partido de General Pueyrredón, EMTUR, se constituye en el antecedente para lograr la descentralización y afianzar las posibilidades de participación.

2. EL SECTOR PÚBLICO EN EL MUNICIPIO

2.1. Organismos Públicos específicos de Jurisdicción más amplia:

- El Organismo Nacional de Turismo de la República Argentina, tiene por objetivo principal asistir al Presidente de la Nación en la promoción y desarrollo en el país de la actividad turística interna e internacional, pero en la práctica, esta institución se ha orientado al fomento del turismo receptor, por lo que durante el período de estudio no se observó su presencia en el nivel municipal.

- A la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires le corresponde la Misión de promocionar y fomentar la expansión de la actividad en todo el ámbito de la provincia. En este caso se observa una presencia más activa en el nivel municipal, especialmente en torno a algunos aspectos promocionales. También ha desarrollado una labor estadística de utilidad no solo por el material recopilado, sino por su importancia como acción promotora y coordinadora de un sistema estadístico municipal que tiende a producir información con una periodicidad variable según cada municipio.

2.2. El Consorcio Turístico del Corredor del Atlántico Bonaerense

En el año 1996, los municipios del Corredor Atlántico suscriben el acuerdo que da origen al "Consorcio Turístico" conforme a lo establecido en el artículo 41 de la Ley Orgánica de las Municipalidades. Es importante entonces, distinguir los conceptos de Corredor y Consorcio Turístico:

Según Cicatur: "Corredor turístico es un espacio -homogéneo- en el cual por la cercana distancia de sus atractivos y servicios, llevan a una natural complementariedad. Por lo general, se agrega que rutas troncales efectivizan su integración, y la jerarquía de los atractivos y servicios determinan prioridades y el rango de convocatoria de dicho espacio".

En el año 1984, el Plan Federal de Turismo, incorpora en su planificación el Corredor de las Playas Bonaerenses.

En forma complementaria, el concepto de Consorcio, responde a una figura administrativa, que tiene por objeto posibilitar la prestación de un servicio o posibilitar la realización de obras públicas, por lo que su carácter responde más a una finalidad económica que de ordenación espacial o de planificación. En este sentido, el artículo 43 de la Ley Orgánica de las Municipalidades establece:

Art.43- Para la prestación de servicios públicos y realización de obras públicas, podrán formarse consorcios intermunicipales y de una o más municipalidades con la Provincia, la Nación o los vecinos...

El Estatuto Social del Consorcio, prevee la administración del mismo a cargo de un Consejo de Administración integrado por los Intendentes de los 15 Municipios miembros, y presidido por un Intendente elegido a tal efecto. Las principales funciones que prevee desarrollar el Consorcio son fomentar y difundir la oferta de los Municipios, fomentar el turismo regional, posibilitar el intercambio de información, lograr el financiamiento y la realización de obras públicas y privadas y fomentar la radicación de PyMES y Microemprendimientos.

Cabe mencionar que los Municipios están obligados a integrar aportes financieros para la conformación del capital social del Corredor, cuyo monto total será fijado anualmente por reunión plenaria (art. 11). Los porcentajes de aporte de cada Municipio serán los siguientes:

Municipio de la Costa y Gral. Pueyrredón	10 %
Pinamar, Villa Gesell y Necochea	8 %
Mar Chiquita , Gral. Alvarado, Monte Hermoso y Tandil	7 %
Gral. Madariaga, A. Alsina, Balcarce y Tres Arroyos	5 %
Gral. Lavalle y Coronel Rosales	4 %

Finalmente, si bien el Consorcio Turístico se presenta como una alternativa de coordinación e inversión interesante hacia el futuro mediano, aún no ha producido resultados significativos.

2.3. Organismos Municipales

2.3.1.- Encuadre Jurídico:

La autonomía municipal ha sido consagrada por el artículo 123 de la Constitución Nacional que establece la competencia de cada provincia para dictar su propia constitución, asegurando este principio. Si bien la Constitución de la Provincia de Buenos Aires, en su Sección Séptima regula el régimen municipal (art. 190 a 197), es la Ley Orgánica de las Municipalidades, Decreto Ley nro. 6.769/58, la que reglamenta en detalle el funcionamiento de los municipios. En su artículo 1ro., la LOM establece:

"Art.1 - La administración local de los partidos que forman la Provincia estará a cargo de una Municipalidad compuesta de un Departamento Ejecutivo, desempeñado por un ciudadano con el título de Intendente, y un Departamento Deliberativo, desempeñado por ciudadanos con el título de Concejal."

Por lo tanto, estas dos características: el principio de autonomía municipal consagrado en la Carta Magna, y el carácter unipersonal del Poder Ejecutivo, explican la diversidad de situaciones que se presentan al analizar los organigramas de los municipios. La estructura administrativa con respecto a las secretarías que la integran, es una atribución del Intendente, y si bien en los cuatro casos analizados, el Organismo Municipal de Turismo tiene el rango de Secretaría, difiere su organización y especialmente las funciones con las que comparte su estructura:

- * Municipio de la Costa: Secretaría de Turismo
- * Municipio de Pinamar: Secretaría de Turismo, Cultura, Deportes y Producción
- * Municipio de Villa Gesell: Secretaría de Turismo
- * Municipio de Mar Chiquita: Secretaría de Turismo y Medio Ambiente

El esquema anterior, puede completarse con el Ente descentralizado de General Pueyrredón - EMTUR -, y cabe puntualizar que no existe una normativa que regule en forma general estas estructuras ni tampoco se ha producido un desarrollo teórico del tema que indique cuál es la más eficiente, en consecuencia, no sólo se observa esta diversidad entre los Municipios, sino que es frecuente que se registren cambios periódicos en sus respectivos organigramas.

2.3.2.- Funciones de los Organismos Específicos del Sector

Independientemente de las estructuras organizacionales de cada municipio, las funciones que estos deben cumplir con relación a la actividad turística, no difieren entre sí, ni con respecto a otras jurisdicciones (Boullón, 1990). Sin embargo, puede realizarse una especificación de tareas concretas a llevarse a cabo en el nivel municipal, conforme a lo que se detalla en el siguiente cuadro, que reproduce el análisis realizado por Roberto Boullón:

FUNCIÓN	TAREAS DEL ORGANISMO MUNICIPAL
INFORMACIÓN	Obtener, recopilar y brindar información sobre: <ul style="list-style-type: none"> - inventario de los recursos turísticos - demanda turística - productos turísticos
FACILITACIÓN	Con relación a las medidas dispuestas a fin de agilizar el ingreso y permanencia de los turistas: <ul style="list-style-type: none"> - aplicar las normas de otras jurisdicciones - sancionar y aplicar normas propias
PROMOCIÓN	Definir la imagen, plazas, organizar eventos y el material de apoyo necesario

FOMENTO DE INVERSIONES	Referida tanto al sector público como al sector privado, incluye: <ul style="list-style-type: none"> - captar capitales - evaluar proyectos de inversión
CONTRALOR DE SERVICIOS	Aplicar las normas existentes, mantener el inventario actualizado y atender las denuncias.
CAPACITACIÓN	Participar, organizar o brindar directamente capacitación técnica.
ASISTENCIA TÉCNICA	Intervención en problemas específicos de la actividad privada o del sector público con: <ul style="list-style-type: none"> - equipos especializados propios - en asociación con otros municipios - en coordinación con otras jurisdicciones
PLANIFICACIÓN E INVESTIGACIÓN	Realizar el Plan Municipal de Desarrollo Turístico, y definir las políticas del sector.
ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS	Operar los servicios que dependen de la jurisdicción o administrarlos hasta su privatización.
RECREACIÓN	Promover actividades para residentes y turistas.

Si bien todos los municipios cumplen en alguna medida con estas funciones, las actividades varían según la política de cada municipio. Entre las ausencias comunes se encuentra la elaboración de un Plan Municipal de Turismo, ya que ninguno de los cuatro partidos ha realizado un planeamiento que incluya este instrumento.

Otra deficiencia común observada reside en la función de contralor de servicios, ya que en todos los casos esta se limita a acciones de control anticipado. Esta situación tiene su origen en el hecho de que estos organismos carecen de poder de policía y por lo tanto no pueden sancionar infracciones. De hecho, ante casos de denuncia de los turistas por malas prestaciones, solo pueden verificar las mismas y tratar de persuadir a los prestadores de garantizar un buen servicio.

A pesar de estos aspectos comunes, las acciones concretas de los organismos de turismo varían de un municipio a otro, observándose una presencia diferente del sector

público en el desarrollo de la actividad turística. Esta diversidad, presenta al menos cuatro determinantes:

1. Las políticas de desarrollo que se plantea el municipio. En este sentido, tiene especial interés la importancia relativa que se le asigna a la actividad turística con relación a otras actividades económicas.
2. El rango y grado de descentralización que se brinde al Organismo Municipal de Turismo. Como es obvio, esto deriva del punto anterior, ya que es la implicancia directa de las políticas municipales. Este aspecto incluye tanto la estructura administrativa formal, como la efectiva.
3. Las políticas turísticas que se plantea el propio Organismo de Turismo y por lo tanto los objetivos de la gestión.
4. Los recursos con que cuenta, tanto en el aspecto financiero como en la dotación y capacitación de recursos humanos.

Con respecto a este último ítem, y para analizar la importancia relativa de la actividad turística dentro del sector público municipal, es de utilidad comparar las diferentes asignaciones presupuestarias, discriminando tanto los ingresos como los gastos generados por la actividad.

2.4. El Sector Turístico en el Presupuesto Municipal

2.4.1. Consideraciones Económicas

El presupuesto es una herramienta de planificación debido a que implica sistematizar qué recursos serán utilizados para concretar determinados objetivos, en un horizonte de tiempo que generalmente abarca un año. En el ámbito municipal, su confección está reglamentada por la Ley Orgánica de las Municipalidades.

La dificultad de analizar el peso de la actividad turística en el presupuesto municipal, es la común a cualquier intento de cuantificar los efectos económicos del turismo debido a la heterogeneidad de las actividades involucradas. Figuerola, para delimitar la repercusión económica del turismo, clasifica las actividades en tres grupos:

1. **Actividades plenamente turísticas:** son las llevadas a cabo por los prestadores de servicios destinados en forma total o mayoritaria a turistas, es decir, hotelería, transporte, agencias, gastronomía y esparcimiento.
2. **Actividades parcialmente turísticas:** en las que se incluyen las prestaciones comunes a residentes y turistas.

3. **Actividades influidas por el turismo:** es decir, aquellas relacionadas con la producción de bienes intermedios que incrementan su demanda como consecuencia del turismo, especialmente en el sector primario e industrial. (Figuerola, 1985)

Si bien esta clasificación es clara desde el punto de vista teórico, en la práctica la inclusión en una u otra categoría se realiza teniendo en cuenta la actividad y no la característica del usuario. Por ejemplo, tanto la gastronomía como las empresas de esparcimiento son consideradas en la categoría 1 aunque se encuentren en un centro con escasa actividad turística y la sucursal de una empresa bancaria, se incluirá en la categoría 2 aunque sólo abra su dependencia en los meses de verano. La categoría 3, presenta mayores dificultades a la hora de cuantificar el impacto del turismo en la economía, porque su determinación requiere instrumentos metodológicos especiales que permitan medir los efectos inducidos, como por ejemplo las tablas de Insumo-Producto.

Al analizar la incidencia del turismo en el sector público, se tropieza con estas dificultades ya que es muy difícil determinar el real impacto de la actividad en el Presupuesto Público. Si se considera la percepción de tasas municipales, deberían discriminarse los ingresos percibidos según las tres categorías de actividades.

Uno de los principales rubros de ingresos es la Tasa por Alumbrado, Limpieza y Conservación de la Vía Pública, que se cobra a los propietarios de viviendas sean estos residentes o no. En los municipios urbanos y turísticos, el porcentaje de esta tasa que conceptualmente puede imputarse a la actividad turística es elevado (tómese por ejemplo el caso de Villa Gesell con un 83 % de viviendas desocupadas) y formaría parte de la clasificación de actividades plenamente turísticas, concretamente dentro del rubro alojamiento, pero al no poder discriminar en detalle el origen de este ingreso, se analiza como aproximación razonable los conceptos que prácticamente en su totalidad provienen de la actividad turística como la Tasa por Habilitación de comercios e industrias, el Derecho de Uso de Playas y Riberas, etc. Se incluye aquí la cuenta "Tasa de Promoción Turística" cobrada a los prestadores de servicios en el Municipio de Villa Gesell.

Lo mismo ocurre cuando se consideran los gastos públicos, sería pertinente, por ejemplo, considerar el excedente de gastos en temporada alta de un Hospital Municipal o el costo de mantener una ciudad con escasa población permanente, todo el año en condiciones. Obviamente, según la importancia que el turismo tenga en la localidad, corresponderá una mayor o menor imputación de gastos, pero ante la dificultad de realizar una discriminación satisfactoria de cada rubro, se utiliza el método de analizar las repercusiones "directas" de la actividad, es decir, aquellas cuentas que en su totalidad pueden imputarse a la actividad turística.

Con respecto al Presupuesto de Gastos, la repercusión directa implica analizar la asignación a Programas de Turismo o sus equivalentes, pero también aquí se debe considerar este resultado como una aproximación a la real incidencia del turismo en el

presupuesto, dado que si bien estas partidas son destinadas en su "totalidad" a la actividad, en otros programas, como el de cultura, deportes o el de obras públicas, también incluyen gastos que correspondería imputar al sector.

2.4.2. Presupuestos Municipales

Al comparar los presupuestos del año 1997 de los partidos objeto de estudio, es necesario tener presente las diferentes situaciones que caracterizan a estos municipios. El partido de La Costa, está constituido por 14 balnearios, lo que sin lugar a dudas dificulta su administración; Pinamar y Villa Gesell tienen una distribución espacial similar; y el partido de Mar Chiquita es el único de los cuatro que tiene actividad rural, con su cabecera en Coronel Vida, ciudad que carece de actividad turística.

El cuadro 2.4.1 muestra los presupuestos de los cuatro municipios y la asignación a turismo para el año 1997, y permite observar el porcentaje del presupuesto total que se destina a gastos de la actividad turística:

MUNICIPIO	PRESUPUESTO MUNICIPAL	ASIGNACIÓN A TURISMO	% DEL TOTAL
M. de la Costa	54.084.185.-	2.866.394.-	5.30 %
M. de Pinamar	12.405.300.-	622.275.-	5.02 %
M. de Villa Gesell	15.632.300.-	1.074.400.-	6.87 %
M. de Mar Chiquita	9.398.000.-	338.600.-	3.60 %

Cuadro 2.4.1.: Presupuestos de Gastos: Asignación a Turismo

Con respecto al presupuesto de recursos, y tomando las cuentas seleccionadas como representativas del sector, adaptando la metodología utilizada por la Universidad de La Plata en su investigación sobre las problemáticas territoriales del Partido de Pinamar, se observa que en el Partido de la Costa la sumatoria de estos ingresos cubre el 28.19 % del presupuesto asignado al Programa de Turismo, mientras que en el Partido de Mar Chiquita, las mismas partidas solo cubren el 22,12 % del programa (Cuadro 2.4.2). Con relación al Municipio de Pinamar se observa que con las mismas cuentas el porcentaje de cobertura es del 217,18 %. Esta situación es llamativa por cuanto una sola cuenta, Derechos de Uso de

Playas y Riberas, alcanza para cubrir la totalidad del Presupuesto de Gastos del Programa de Turismo, autorizado para el año 1997.

El Municipio de Villa Gesell admite un comentario adicional por cuanto es el único que cobra una tasa especial de turismo con la cual se recaudó en 1997 \$540.000.- También es significativo el rubro de Derecho de Uso de Playas y Riberas (\$510.000). El total de recursos presupuestados, \$1.583.000.-, equivale al 147,34 % del presupuesto de gastos. La Tasa de Promoción Turística, se cobra a los prestadores de servicios y constituye un fondo comprometido hacia la función de promoción, publicidad y propaganda.

Concepto	La Costa	Pinamar	Villa Gesell	Mar Chiquita
Habilitación de Comercios e Industrias	429.123.-	246.411.-	100.000.-	25.000.-
Derecho de Publicidad y Propaganda	61.296.-	287.953.-	200.000.-	25.200.-
Derecho por Venta Ambulante	23.974.-	56.837.-	13.000.-	4.200.-
Derecho de Uso de Playas y Riberas	290.343.-	646.412.-	510.000.-	20.000.-
Derecho de Espectáculos Públicos	3.388.-	113.851.-	220.000.-	500.-
Tasa de Promoción Turística	-----	-----	540.000.-	-----
TOTAL DEL SECTOR	808.124.-	1.351.464.-	1.583.000.-	74.900.-
COBERTURA DEL PRESUPUESTO DE GASTOS	28,19 %	217,18 %	147,34 %	22.12 %

Cuadro 2.4.2 Presupuesto de recursos

Finalmente, el cuadro 2.4.3 resume las principales partidas del Presupuesto de Gastos de los Municipios, reagrupadas en las categorías de Personal, Promoción y Otros gastos. En este sentido, se observa la alta incidencia que tiene en el Municipio de La Costa el gasto en personal, que asciende al 83.35 %; el Municipio de Pinamar asigna un porcentaje relativo menor a gastos de personal (45.99 %) y prioriza los gastos de promoción, (27.32%); Villa Gesell gasta en concepto de promoción un 50,26 %, un elevado porcentaje que se justifica por el cobro de la tasa destinada a tal fin; y el Municipio de Mar Chiquita, destina el 78.44 % del Programa de Turismo a gastos de personal, y solo el 3.69 % en concepto de promoción.

ASIGNACIÓN DEL GASTO				
Concepto	La Costa	Pinamar	Villa Gesell	Mar Chiquita
PERSONAL	83,35 %	45,99 %	42,12 %	78,44 %
PROMOCIÓN	8,75 %	27,32 %	50,26 %	3,69 %
OTROS GASTOS	7,9 %	26,69 %	7,62 %	17,87 %

Cuadro 2.4.3: Comparación de las asignaciones principales.

El análisis comparado de los presupuestos permite observar la importancia relativa asignada a la actividad turística en cada partido, así como también los recursos con los que cuenta. A continuación se hace mención a la encuesta a turistas realizada en la temporada 1997 / 98, que permite obtener información respecto al alcance de las medidas adoptadas por los organismos oficiales de turismo, desde la óptica de los destinatarios de las mismas.

2.5. Encuesta a Turistas en la Temporada 1997 / 98

La encuesta realizada a los turistas en la temporada 97/98, aporta datos significativos respecto al alcance de las acciones de las secretarías de turismo de los municipios. Si bien la misma se realizó por localidades, los temas incluidos en este apartado se obtuvieron por promedio simple por lo que deben considerarse como aproximaciones, ya que en algunos casos la dispersión de las respuestas en algunos centros con respecto a la media es significativa. En este sentido, del Municipio de La Costa, se realizaron encuestas en los centros de San Clemente, Santa Teresita, San Bernardo y Mar de Ajó. En el caso del Municipio de Pinamar, no solo se encuestó en esta localidad sino también en Cariló. Para Villa Gesell se realizó la encuesta solo en ese centro, y para el partido de Mar Chiquita se realizaron encuestas en Santa Clara del Mar. (Mantero, Bertoni y Barbini; 1999)

Una de las preguntas formuladas a los turistas fue a través de qué medios recibió información relativa al centro turístico en el que se encontraba vacacionando. Las respuestas se resumen en el cuadro 2.5.1, donde se observa que el medio principal para La Costa, Pinamar y Villa Gesell es la referencia de amigos y familiares. Como excepción, se observa que en Mar Chiquita el porcentaje principal se corresponde con la respuesta "ninguno" (80.6 %).

Con respecto a los medios masivos de comunicación, es llamativo el alto porcentaje de Villa Gesell (17,3 %) y en menor medida el de La Costa (10.5 %). Con

respecto a Pinamar, este resultado merece un comentario especial ya que sin considerar el promedio con Cariló, en lo que respecta al centro turístico de Pinamar, la incidencia de radio, diarios y revistas es del 0.0 % y la incidencia de la televisión del 0.4 %. Siendo la demanda turística altamente sensible a situaciones coyunturales adversas, estos resultados deben relacionarse con lo acontecido en torno al asesinato del periodista José Luis Cabezas y a la cobertura de este crimen durante el año 1997 en todos los medios de comunicación, lo que implicó indirectamente una prensa desfavorable al centro.

Por último, es llamativa la escasa repercusión de las casas de los municipios en Buenos Aires, y los efectos de la promoción "caravana turística" incluidos en el rubro "otros" por no alcanzar en ningún caso el 1 %.

Medio de Información	La Costa	Pinamar	Villa Gesell	Mar Chiquita
Amigos / familiares	56.0 %	69.1 %	70.6 %	17.8 %
Radio / TV / Diarios /Revistas	10.5 %	1.2 %	17.3 %	0.4 %
Afiches / Folletos	2.0 %	1.1 %	0.4 %	0.0 %
Agencias de Viajes	3.1 %	1.4 %	0.6 %	0.0 %
Casa / representante del Centro	1.0 %	0.1 %	0.0 %	0.0 %
Otros	2.3 %	2.1 %	2.9 %	0.4 %
Ninguno	22.2 %	21.2 %	16.1 %	80.6 %

2.5.1: Medio de información utilizado

También se preguntó a los turistas respecto al uso del servicio de información del organismo municipal de turismo, y las respuestas demuestran que en general es bajo el porcentaje de uso, especialmente en el partido de Mar Chiquita. De todas formas, estos datos deben correlacionarse con el alto porcentaje de recurrencia dentro de los destinos, que representa un 59 % en el caso de La Costa, el 51 % en Pinamar, 46 % en Villa Gesell y el 64 % en Mar Chiquita. Tanto la recurrencia del destino, como la modalidad de "turismo de sol y playas" que prioriza este recurso, explican el bajo porcentaje de uso de este servicio. (Cuadro 2.5.2.)

Utilización	La Costa	Pinamar	Villa Gesell	Mar Chiquita
SÍ	27.6 %	23.2 %	16.8 %	6.1 %
NO	65.7 %	71.5 %	83.0 %	93.9 %

Cuadro 2.5.2: Servicio de información

Por último, a modo de síntesis de lo expuesto respecto al sector público, pueden anticiparse las siguientes conclusiones

- * Con relación al **Municipio de La Costa**, puede observarse la complejidad que representa su estructura para la administración. Si bien su presupuesto es el mayor en términos absolutos, la participación relativamente baja del Programa de Turismo es absorbida en un 83,35 % por gastos en personal. A pesar del bajo porcentaje del presupuesto destinado a promoción (8.75 %), puede considerarse que esta es efectiva en la medida que motiva al 13,5 % de la demanda.
- * La estructura organizativa del **Municipio de Pinamar** es llamativa por cuanto no solo posibilita una adecuada coordinación de las funciones correspondientes a sus direcciones, sino porque la inclusión dentro del ámbito de la Secretaría de la Dirección de Producción, posibilita un mejor tratamiento de las inversiones, tanto en el sentido de fomento como de asesoramiento técnico.
- * El **Municipio de Villa Gesell** se caracteriza por una estructura muy simple, con escasa descentralización de funciones y tareas. Es probable que un aspecto positivo de esta estructura sea posibilitar el gran dinamismo que se observa en las actividades llevadas a cabo por el organismo. También puede considerarse efectiva la asignación presupuestaria a la función de promoción (50,26 % de la Asignación a Turismo) debido a que la misma motiva al 17,7 % de la demanda.
- * Finalmente, el **Municipio de Mar Chiquita** denota escasa vocación turística, y se observa cierta postergación con respecto a la actividad, con el atenuante de que los recursos de que dispone este partido son escasos.

3. EL SECTOR PRIVADO

3.1. Características Generales

Las instituciones más representativas del sector privado de la actividad turística, son asociaciones de tipo empresarial, que nuclean a los hoteleros, transportistas, agentes de viajes, balnearios, y comerciantes. Como todas las organizaciones de su tipo, su finalidad principal radica en defender los intereses de sus asociados, que por constituir en todos los casos empresas comerciales, se traducen en metas de tipo económico.

Para el logro de sus objetivos, estas instituciones desarrollan actividades de dos tipos:

1. Internas: referidas a todas aquellas que se realizan con los asociados, sin implicación directa de otros sectores, como por ejemplo los cursos de capacitación, acuerdos de comercialización o actividades de tipo social, entre otras.
2. Externas: referidas a la actuación como grupos de presión que tienen por objetivo influir en el sector público para lograr acciones concretas en beneficio del sector, como por ejemplo, el otorgamiento de una exención impositiva o la regulación de la actividad.

En referencia al segundo tipo de actividades, la participación en la comisión de turismo del organismo municipal, es una de las formas de ejercer presión sobre el sector público, aunque normalmente presupone un compromiso hacia la mejora de la actividad turística en general.

También en relación al modo de vincularse con otras organizaciones existe una doble dimensión de coordinación: vertical y horizontal. En un sentido vertical, la mayoría de las instituciones están asociadas a otra de rango superior que las nuclea, y que cumple con las mismas funciones en una jurisdicción más amplia. El caso típico es la Asociación de Hoteles, generalmente de alcance municipal, que se vincula con la Asociación de la Provincia de Buenos Aires, y esta a su vez con la misma institución de la República Argentina. En un sentido horizontal, la vinculación está referida a otras organizaciones de similar alcance territorial, con las que se comparte objetivos comunes. Las comisiones de turismo constituyen el espacio propicio para que se produzca esta coordinación de actividades, pero no es excluyente ya que en algunas localidades, existen acuerdo y actividades comunes entre dos o más instituciones.

Cabe mencionar, que todas las instituciones relevadas en la investigación, tienen una organización democrática, están presididas por una comisión directiva que se renueva según los períodos fijados en cada estatuto, y disponen de recursos provenientes de las cuotas que abonan sus asociados. En este sentido, se evidencia una situación económica difícil, producto de la situación económica general, que genera en la mayoría de los casos diferencias en cuanto a cantidad de miembros asociados y cantidad de miembros activos.

3.2. Antecedentes y Metodología

Antes de realizar las entrevistas, se realizó un revisión de la Encuesta a Prestadores de Servicios, realizada en el marco de la investigación sobre los Centros Turísticos del Litoral Bonaerense en octubre de 1998, a fin de determinar las cuestiones principales que caracterizan la situación del sector empresarial. La muestra se conformó con empresarios del sector de transporte, alojamiento, gastronomía, esparcimiento y comercio, de cada uno de los centros representativos de los municipios de La Costa, Pinamar, Villa Gesell y Mar Chiquita. De esta forma, se pudo elaborar un breve esquema para las entrevistas y poder por un lado verificar los principales resultados obtenidos en la encuesta al cruzarlos con las

apreciaciones a nivel institucional, y por otra parte, mantener una flexibilidad que permitiera descubrir nuevas dimensiones de la problemática del sector privado.

Se realizaron 19 entrevistas en profundidad a miembros de las respectivas comisiones directivas, presidentes de las instituciones en su mayoría. Se indagó sobre el tipo y cantidad de empresas que representa, finalidad, jurisdicción, estructura administrativa y la vinculación con otras organizaciones. Se puso especial énfasis en las actividades y proyectos que cada institución desarrolla. Con respecto a la relación con el sector público, se indagó también sobre las actividades y la apreciación de los dirigentes de la respuesta a reclamos y el grado de participación. Finalmente se requirió la opinión respecto al desarrollo de la actividad turística en general, los problemas críticos del sector, y la competencia respecto a la solución de los problemas que les afectan.

Al analizar el cuadro de instituciones de los cuatro municipios, se observa una diversidad de situaciones que se correlaciona con las características diferenciales de estos partidos, y algunas de las características mencionadas en el estudio sobre el sector público. En el Anexo I se presenta un esquema de la organización institucional del sector privado en el área objeto de estudio.

3.3. Percepción de la Actividad Turística

La percepción principal respecto de la actividad turística es que esta está atravesando una crisis derivada de la crisis económica general.

Como se mencionara oportunamente, antes de realizar las entrevistas se tomó como antecedente la encuesta a prestadores de servicios, por lo que resulta de interés comparar los resultados y verificar la coincidencia de los mismos.

En la encuesta, se consultó a los empresarios, respecto de la actividad turística en la localidad. Las variables fueron la duración, la cantidad de turistas, la estadía del turista, el consumo medio, y la satisfacción. Las opciones de respuesta fueron "crece", "estable" y "decrece". El gráfico 3.3.1, que muestra los resultados obtenidos del total de las encuestas respecto a la temporada alta, es útil para explicar el concepto de crisis en la actividad turística al observarse que tanto la duración de la temporada, como la cantidad de turistas, la estadía y el gasto promedio en la temporada alta, decrecen. Estas apreciaciones fueron confirmadas en las entrevistas a instituciones del sector privado, aunque las dos variables más mencionadas fueron la duración de la temporada y el gasto de los turistas.

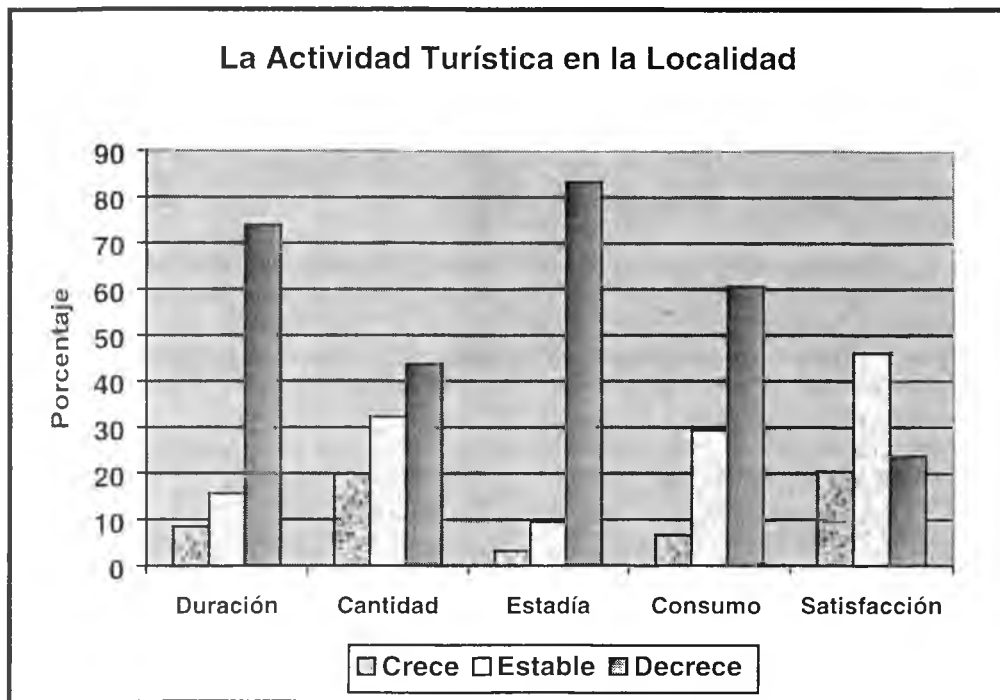


Gráfico 3.3.1: Encuesta a Prestadores de servicios

Al analizar la cuestión de la marcada estacionalidad de la actividad, fue posible observar tres estrategias proyectadas para superarla, todas ellas relacionadas con los acontecimientos programados:

1. La inclusión del centro turístico en el mercado de Congresos y Convenciones. Especialmente en Pinamar y Villa Gesell se trabaja sobre este proyecto. En el caso de Villa Gesell, la Asociación de Hoteles ha recibido un subsidio del Banco Interamericano de Desarrollo para la concreción de un estudio de viabilidad sobre este tema.
2. Incrementar la oferta de actividades recreativas en la temporada baja en general. Algunos centros del municipio de La Costa trabajan en este sentido, por ejemplo, a través de la Fiesta del Chocolate en julio.

3. Incrementar la oferta de actividades recreativas en la pre y post temporada alta. En este sentido se privilegia el intento de prolongar la temporada pero a partir del equipamiento ya puesto en marcha. Esta propuesta, impulsada por la Cámara de comercio de Santa Teresita, pretende reproducir el éxito de la Fiesta de la Raza en el Mar, realizada en octubre en Villa Gesell.

3.4. Problemática Sectorial Común

Independientemente del cuadro institucional de cada municipio (Anexo I) y de la crítica situación de la actividad turística en general, existen algunas cuestiones que pueden considerarse representativas de los diferentes sectores, debido a que los problemas principales se repiten en todas las instituciones de un mismo tipo. En este sentido, la referencia a una problemática común, debe considerarse en relación a la hotelería, el comercio, las inmobiliarias y los balnearios de los partidos de La Costa, Pinamar y Villa Gesell. La exclusión de Mar Chiquita, se relaciona con el hecho de que en este municipio existe una sola institución, la Cámara de Comercio de Mar Chiquita.

3.4.1. Sector Hotelero

La Asociación de Hoteles es sin duda la institución con mayor organización dentro del sector empresario. Además de hoteles, nuclea a restaurantes, bares y confiterías, pero su importancia relativa dentro de la actividad turística se fundamenta en el alto grado de coordinación vertical que posee. A nivel provincial, estas instituciones están agrupadas en la Federación Empresaria Hotelera y Gastronómica de la Provincia de Buenos Aires (F.E.H.G.P.B.A) y a nivel nacional, en la Federación Empresaria Hotelera y Gastronómica de la República Argentina (F.E.H.G.R.A).

La actividad interna se desarrolla básicamente a través de dos servicios:

1. Cursos de Capacitación: estos incluyen diferentes temas, como Atención al Cliente, Marketing, cursos de recepcionista y conserjería, etc.
2. Asesoramiento legal e impositivo: este servicio se brinda a través de profesionales especializados en los temas específicos, generalmente de la sede nacional (F.E.H.G.R.A), que reciben las consultas de los asociados con la intermediación de las sedes locales, y responden en una plazo variable, de 24 o 48 horas.

La actividad hacia el sector público también tiene actualmente dos ejes principales:

1. El tratamiento de cuestiones fiscales: normalmente estos temas son impulsados a nivel nacional o provincial, ya que implican objetivos concretos, como por ejemplo, el

pedido de reducción de la alícuota del impuesto de Ingresos Brutos en la provincia de Buenos Aires.

2. Participación activa en los organismos descentralizados o en la comisión de turismo, de cada municipio, para tratar los temas vinculados al desarrollo de la actividad turística en general. En este sentido, la asociación colabora en forma frecuente con las acciones de promoción desarrolladas en el nivel municipal.

3.4.2. Sector de Comercios

Si bien esta institución no es específica del sector turístico, de hecho en muchos casos incluye también al sector industrial, en la zona de estudio la problemática del sector comercial está estrechamente ligada a la actividad turística, y por lo tanto, la estacionalidad es uno de los mayores problemas que afecta al sector. En muchos casos, el bajo nivel de actividad en temporada baja hace que los pequeños comerciantes no puedan mantener sus negocios abiertos, con el consiguiente perjuicio económico.

El objetivo fundamental de esta institución, es la defensa de los intereses del comerciante estable del municipio o de la localidad, aunque la cámara esté abierta a todos los establecimientos. En este sentido, el término "estable" debe entenderse como "residente" en oposición a los comerciantes ocasionales que llegan al centro turístico en la temporada alta para abrir sus comercios en verano y que son percibidos como una competencia desleal.

Para cumplir con este objetivo, todas las instituciones entrevistadas manifiestan la necesidad de lograr una regulación a nivel municipal que atienda este reclamo. En algunos casos, la expectativa está puesta en el ordenamiento urbano, que determine zonificaciones aptas para la instalación de locales; en otros casos se trabaja en el aumento de las tasas y requisitos de habilitación de nuevos comercios; pero en todos los casos el objetivo es lograr a través de la gestión pública que se accione a favor de los comercios habilitados, impidiendo o limitando el exceso de oferta. En el orden interno, se realizan también algunos cursos para los asociados, especialmente sobre marketing, pero la organización y la respuesta es muy variable, según cada institución.

Todas la cámaras participan en las secretarías de turismo y tienen un papel preponderante en la organización de acontecimientos programados, especialmente en las fiestas que se organizan en las localidades.

3.4.3. Sector de Inmobiliarias

Si bien la finalidad genérica de estas instituciones es la defensa de sus asociados, en la práctica su principal preocupación es la lucha contra la ilegalidad. En este sentido,

comparte con las cámaras de comercio el reclamo hacia el sector público de un mayor control de la actividad, a pesar de que no están claramente definidas las funciones que puede ejercer el municipio en esta materia. La ilegalidad indica tanto la situación de empresas que no cuentan con el profesional idóneo, es decir, un Corredor Público Nacional, o que trabajan sin la habilitación necesaria para ejercer esta actividad.

Con respecto al reclamo de un mayor control por parte del municipio, cabe mencionar que si bien esta petición es compartida con el sector comercial difiere en su contenido en la medida de que al sector inmobiliario, la libre instalación de comercios le beneficia porque incrementa su actividad y por lo tanto, en algunos casos, se juzga de excesiva la pretensión de las cámaras de comercio de que la instalación de negocios sea reglamentada; no obstante, el sector reclama la regulación y el control de la intermediación inmobiliaria.

En referencia a la actividad turística e impulsadas por un proyecto generado en Mar del Plata, estas instituciones están trabajando en la posibilidad de categorizar las viviendas en alquiler. Existe un marcado consenso en señalar la dificultad de este proyecto, por cuanto el nivel de actividad actual de las inmobiliarias se percibe como crítico y existe el temor de que instar a una categorización retraiga más aún la intermediación. Con respecto a este punto, según un estudio realizado por el Centro de La Costa, solo el 9,1 % de las propiedades alquiladas en la temporada 98/99, utilizó los servicios de una inmobiliaria, el resto se concretó en forma directa con propietarios o por la intermediación de porteros. A pesar de esto, hay coincidencia en la necesidad de instar a los propietarios, a equipar mejor las viviendas en alquiler, dotándolas de elementos de confort que no representan grandes inversiones y que sin embargo aumentarían considerablemente la calidad del servicios.

Por último, cabe mencionar que todas estas instituciones participan en las comisiones de turismo o en los entes, para el tratamiento conjunto de las cuestiones referidas a la actividad turística.

3.4.4. Sector de Balnearios

Si bien las empresas concesionarias de balnearios están directamente vinculadas a la actividad turística, las instituciones que las nuclean son las menos compenetradas en las cuestiones generales del turismo. Su actividad se centra en asesorar a sus miembros y a participar en la elaboración de los pliegos de concesiones, pactando con el municipio los principales derechos y obligaciones, especialmente en cuanto a requerimientos de inversión. Probablemente, la obvia estacionalidad de la actividad, que únicamente presenta como excepción algunos restaurantes abiertos todo el año, sea la causa del escaso peso de estas instituciones. Aún así, tanto el presidente de la Asociación de Concesionarios de Playas de La Costa como los representantes de las asociaciones de Pinamar y Villa Gesell participan en las respectivas comisiones de turismo de sus municipios.

4. RELACIÓN INSTITUCIONAL ENTRE SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

La relación existente entre el sector público y el privado presenta matices diferenciales en los distintos municipios. Para analizar este punto, se consideran tres aspectos principales:

1. la visión de cada sector respecto a la competencia para resolver los problemas.
2. grado de participación de las instituciones del sector privado en las decisiones del sector público.
3. el espacio formal dentro de la estructura del municipio que posibilita la participación.

El primer punto fue considerado en la encuesta a prestadores de servicios por lo que nuevamente se tomará este estudio como un antecedente válido para analizar esta variable desde el punto de vista institucional.

4.1. Competencia

En la encuesta a prestadores se preguntó: “A su criterio, ¿a quién le compete la resolución de los problemas que afectan al sector turístico?”, pudiéndose indicar hasta dos opciones. Como la encuesta se realizó en ocho centros turísticos, lo que se presenta en el cuadro 4.1 es el resultado por municipio:

Competencia	La Costa	Pinamar	Villa Gesell	Mar Chiquita
sector público provincial	15,0 %	12,5 %	48,3 %	35,0 %
sector público municipal	80,8 %	56,6 %	93,1 %	85,0 %
sector privado en general	29,2 %	14,2 %	13,8 %	15,0 %
empresas del sector turístico	14,2 %	9,4 %	0,0 %	5,0 %
entidades sociales	9,2 %	0,0 %	0,0 %	5,0 %
partidos políticos	6,7 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
comunidad	23,4 %	25,0 %	24,1 %	0,0 %
otros	0,8 %	9,4 %	0,0 %	15,0 %

Cuadro 4.1: Encuesta a prestadores de servicios: Competencia para la solución de problemas

Lo que permite observar este cuadro y que se ha reconfirmado en las entrevistas a las instituciones, es la alta expectativa puesta en las soluciones provenientes del sector público. Efectivamente, si se suman los promedios totales de la competencia asignada al sector público provincial y al municipal, se obtiene un 99 %, mientras que la suma del sector privado general y las empresas del sector turístico alcanza un 33,2 %. Estos porcentajes explicarían la alta expectativa puesta en las soluciones provenientes del sector público, y más concretamente, el escaso nivel de actividades propuestas hacia el interior de las instituciones, especialmente en materia de capacitación, y el privilegio de las acciones de petición y reclamo hacia el sector público.

4.2. Participación del Sector Privado en las decisiones

Si bien este punto está estrechamente ligado al espacio formal de participación que se otorga desde el municipio, existe un peso diferenciado de las instituciones en la toma de decisiones. En este sentido, ya se analizó este punto en el ítem 3.4 al describir la problemática sectorial común, pero vale reiterar el mayor peso relativo de las asociaciones de hoteles, luego los sectores de comercio e inmobiliarias, y finalmente, las instituciones que agrupan a los concesionarios de balnearios. Pero en este punto, además de las cuestiones vinculadas a la organización del municipio y a la organización de cada institución, fue posible observar también diferencias en torno a las formas de ejercer el liderazgo en estas instituciones y al grado de comprensión global del fenómeno turístico.

Con respecto al liderazgo se pudo observar en algunos dirigentes actitudes más inclinadas a favorecer la participación de los asociados que en otros. Este rasgo de la personalidad generalmente favorece las actividades internas de la institución y posibilita la resolución conjunta de los problemas.

Otra dimensión detectada, fue la posibilidad de un análisis global de la actividad turística. En este sentido, mientras en algunos dirigentes pudo observarse una preocupación muy limitada a los problemas de su sector, otros realizaron un análisis mucho más completo, que incluyó la problemática del sector, de la actividad turística y especialmente la noción de contextos regionales, provinciales y nacionales. Es precisamente esta característica la que puede relacionarse con una mayor participación e interacción con el sector público, desde el punto de vista de los dirigentes.

4.3. Espacio de participación en los Organismos de Turismo del Sector Público

La estructura administrativa del sector público fue descripta oportunamente, pero independientemente de la organización de cada municipio respecto a su secretaría de turismo, lo que se analiza aquí es el espacio dentro de esa estructura otorgado al sector privado. Como característica general, puede reiterarse lo mencionado respecto a una

tendencia a convertir las comisiones de turismo en organismos descentralizados, pero nuevamente el análisis de cada municipio pone a la luz diferentes matices.

En el municipio de La Costa ya existe el EDETUR. Ente de Turismo, donde se reúnen periódicamente los representantes de las instituciones del sector privado con el secretario de turismo. En el Ente también participa un representante de la Universidad Atlántica y actualmente se analiza la contratación de una Consultora para que elabore un Plan de Marketing para el Municipio.

La dificultad principal que afronta el Edetur, es la falta de fondos para operar, por lo que su descentralización es meramente enunciativa, ya que en la práctica, al no contar con recursos, sus posibilidades ejecutivas son prácticamente nulas. Esta situación pone de manifiesto el serio problema económico del municipio, que ve absorbido la mayor parte de sus recursos financieros por el personal de guardavidas. Ante esta situación, en el momento de las entrevistas se analizaba la viabilidad de cobrar una tasa municipal adicional o bien, modificar la asignación dentro del presupuesto municipal del sector turístico para garantizar los recursos del Ente.

En el municipio de Pinamar existe una comisión de turismo dependiente de la secretaría, integrada por los representantes de todas las instituciones empresariales. Actualmente, el proyecto de creación del ENPITUR está bastante avanzado, pero se discute el rol dentro del mismo de la secretaría de turismo y también una mayor asignación presupuestaria, aunque a diferencia de La Costa, en este caso solo se considera el cobro de una tasa adicional a todos los contribuyentes.

Villa Gesell tiene una comisión de turismo, y el proyecto de creación de un organismo descentralizado sólo es mencionado por algunas instituciones. Probablemente, la diferencia respecto a los otros municipios se relacione con que en Villa Gesell ya existe una tasa municipal que se cobra a los prestadores de servicios y que es asignada a la función de promoción. Otra diferencia es que en esta comisión participan también representantes de la Cooperativa Telefónica y de Energía por ser una institución de servicios de importancia para el centro.

Por último, Mar Chiquita es el único municipio que carece en su estructura formal de un espacio de participación del sector privado.

5. CONCLUSIONES

La primera conclusión a la que puede arribarse es que el sector institucional privado tiene presencia activa en la zona, con un nivel de participación elevado, a excepción del municipio de Mar Chiquita, que posibilita en los partidos de La Costa, Pinamar y Villa Gesell que los canales de interacción con el sector público estén abiertos. Dada la percepción generalizada de crisis en la actividad turística, los mecanismos de participación activados implican la posibilidad, potencial, de accionar en forma conjunta para resolver los problemas que estos mismos sectores perciben.

La diversidad de aspectos analizados en este artículo permite reafirmar la necesidad de un análisis conjunto de variables sociales, económicas y culturales, pero la idea que ha atravesado este estudio es la confirmación de que existe una situación crítica en la actividad turística derivada de la crisis económica general, y ante esta situación, la pregunta central es ¿cuál es la capacidad de los diferentes actores para afrontar esta crisis y generar los cambios que posibiliten superarla o por lo menos, mejorar la situación actual?

Es obvio que desde un solo sector social, el privado en este caso, no pueden generarse los cambios necesarios de una situación tan compleja, pero es obvio también que el esperar que el sector público solucione los problemas es agravar la crisis. Es por este motivo que los mecanismos de participación activados son una condición necesaria aunque no suficiente para pensar en soluciones.

Es importante resaltar que en todo momento se ha hecho mención de la necesidad de que exista coordinación entre el sector público y privado por ser esta la dimensión bajo estudio en esta etapa de la investigación, pero la consideración de la comunidad como un actor central debería incluso contemplarse en las estructuras formales de la administración, aunque este aspecto de la participación democrática sea el más postergado.

ANEXO I

CUADRO DE INSTITUCIONES DEL SECTOR PRIVADO

INSTITUCIONES	MUNICIPIO DE LA COSTA	MUNICIPIO DE PINAMAR	MUNICIPIO DE VILLA GESELL	MUNICIPIO DE MAR CHIQUITA
ASOCIACIÓN DE HOTELES	Norte	Asociación de Hoteles	Asociación de Hoteles	
		Hoteles de Turismo		
	Sur	Asoc. Hoteles de Cariló	Cámara de Empresarios Hoteleros	
CÁMARAS DE COMERCIO	Norte	Del Partido de Pinamar	Unión del Comercio y la Industria	Del Partido de Mar Chiquita
	Centro			
	Mar del Tuyú			
	C.E.C.O.M			
	Sur			
INMOBILIARIAS	Centro de Mart. y Corr. Púb. del Partido de la Costa	Asoc. Inmobiliaria del Partido de Pinamar	Cámara de Empresarios Inmobiliarios	
			Asoc. de Martilleros	
BALNEARIOS	Asoc. Conc. de Playas	A .C. Unidades Turísticas Fiscales.	Cámara de C.U.T.F.	
CAMPAMENTOS	Asociación de Campamen.			
VINCULACIÓN CON EL SECTOR PÚBLICO	Edetur	Comisión de Turismo (proyecto enpitur)	Comisión de Turismo	-----

NOTAS

I. El presente artículo forma parte de la investigación "Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico" realizada por el Centro de Investigaciones Turísticas bajo la dirección de Juan Carlos Mantero. Universidad Nacional de Mar del Plata.

BIBLIOGRAFÍA

BOULLON, Roberto - "Los Municipios Turísticos" México: Trillas, 1990.

DE LA TORRE, Oscar - "El Turismo Fenómeno Social" - México: Fondo de Cultura Económica, 1980.

FIGUEROLA, Manuel - "Teoría Económica del Turismo" - Madrid: Ed. Alianza, 1985.

MANTERO, J.C; BERTONI, Marcela y BARBINI, Bernarda - "Encuesta a Turista en Centros Turísticos del Litoral Atlántico" - En Aportes y Transferencias, Año 3, volumen 1, Abril 1999, Mar del Plata

MARTÍN, José María - "Introducción a las Finanzas Públicas" - Buenos Aires: Depalma, 1995.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA - MUNICIPALIDAD DE PINAMAR "Las problemáticas territoriales y el mejoramiento de la calidad urbano ambiental del Partido de Pinamar - Diagnóstico General 1997." - Facultad de Arquitectura y Urbanismo - Unidad de Investigación Nro 5.