

Mar del Plata como destino maduro: capital social y estrategias turísticas alternativas

Bernarda Barbini³⁴

Palabras claves: Mar del Plata - estrategias de reconversión turística - actores locales - capital social

La ciudad de Mar del Plata, se define como un destino caracterizado por la estacionalidad, es decir, la concentración de turistas e ingresos en concepto de turismo en la temporada estival. A ello se suma su condición de destino turístico maduro, cobrando relevancia aspectos tales como la degradación del paisaje, la saturación del espacio, la reducción del gasto medio de los turistas y la escasa capacidad de generar productos turísticos complementarios.

Esta situación, plantea la necesidad de incorporar a la oferta turística marplatense opciones alternativas que superen el modelo turístico tradicional de sol y playa, priorizando el desarrollo local, de manera tal que los ingresos en concepto de turismo permanezcan y se derramen en la comunidad mediante la implementación de estrategias de reconversión, en función de nuevas opciones de valorización, patrimonialización y gestión del espacio local.

Este proceso demanda un reconocimiento por parte de los actores y agentes turísticos locales que se involucran con la actividad, surgiendo así la necesidad de búsqueda de condiciones que estimulen sinergias de desarrollo, basadas en las complementariedades y asociaciones entre diferentes sectores y dentro de ellos.

Con esta perspectiva, la ponencia describe los avances de un proyecto de investigación en curso³⁵ donde se aplican entrevistas a una muestra cualitativa intencional, con el propósito de describir y analizar el estado del capital social de los actores y agentes correspondientes al sector turístico de la ciudad, para evaluar la factibilidad de puesta en marcha de procesos de cambio.

Se concluye que los componentes del capital social de actores y agentes turísticos en esta ciudad, entendido como el contenido de estructuras y relaciones sociales caracterizadas por la confianza, la reciprocidad y la cooperación; varían en relación a la diferencial ubicación y consecuente variedad de intereses dentro del sector.

³⁴ Lic. en Sociología. Mg. en Ciencias Sociales. Centro de Investigaciones Turísticas. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. UNMDP.

³⁵ Capital social y desarrollo local: Diagnóstico sobre el sector turístico marplatense para la implementación de estrategias de reconversión turística". Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, UNMDP.