

**Título** ¿Es Pinamar un distrito turístico?

---

**Tipo de Producto** Working Paper

---

**Autores** Gilabert, Manuel

---

## Código del Proyecto y Título del Proyecto

---

D15A01 - Herramientas de gestión cuantitativas en pequeñas empresas de alojamiento de la costa argentina y su relación con la calidad del servicio brindado

---

## Responsable del Proyecto

---

Gilabert, Manuel

---

## Línea

---

Contable - Tributaria

---

## Área Temática

---

Administración

---

## Fecha

---

Junio 2017

---

**INSOD**

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas  
Proyectuales

FUNDACIÓN  
**UADE**

# ¿Es Pinamar un distrito turístico?

---

Doctorado en Administración de Empresas

Pontificia Universidad Católica Santa María de los Buenos Aires

Teorías avanzadas del desarrollo económico

Docentes: Dr. Ernesto O'Connor, Dr. Marcelo Resico

Doctorando: Manuel Gilabert

[manuel\\_gilabert@yahoo.com.ar](mailto:manuel_gilabert@yahoo.com.ar)

Junio de 2017

## Introducción

En el sistema económico actual el desarrollo consiste, más que en industrializar, en crear valor. Ello requiere diferentes elementos tales como una dirección estratégica, actividades de coordinación, infraestructura, entre otros, no solo a nivel macro, sino también a nivel gestión micro.

Una de las principales estrategias de desarrollo local es la gestión de los distritos industriales. Merinero Rodríguez (2008) analizando los distritos turísticos comenta que las principales acciones que deben considerarse para el desarrollo del distrito turístico son la creación del producto turístico, su gestión, su promoción y su comercialización. Marshall en *The principles of Economics* (1890) los definió como “concentraciones de sectores especializados en una localidad específica”. Venacio (2007) estudiando a Becattini comenta que dicho autor, partiendo de los primeros escritos de Marshall, sostiene además que para poder hablar de distrito industrial, es necesario que la población de empresas se integre con la comunidad local de personas, que haya reserva de cultura, valores y normas sociales y que las mismas sean adaptadas por un proceso de industrialización desde abajo. Para él, un distrito industrial es “una entidad socio-territorial caracterizada por la presencia activa, en un área territorial circunscripta, natural e históricamente determinada, de una comunidad de personas y de una población de empresas industriales”. El autor luego describe diferentes características que cumplen los distritos industriales italianos.

El partido de Pinamar, ubicado en la costa atlántica argentina, en la provincia de Buenos Aires, se caracteriza por una actividad económica que predominantemente se nutre del turismo de temporada. En los últimos 10 años ha crecido tanto en popularidad como en población estable, siendo uno de los partidos con mayor tasa de crecimiento demográfico del país.

El objetivo del presente trabajo es analizar si Pinamar reúne las características económicas, sociales, culturales y sobre todo institucionales para ser considerado distrito turístico. Partiremos de las caracterizaciones que han realizado autores como Becattini, y analizaremos qué otras circunstancias se hacen presentes que favorezcan o interfieran en el funcionamiento como distrito. Hospers sostiene que “la importancia del capital social y de

las instituciones políticas en los clusters regionales es decisiva; (...) las historias de éxito regional no pueden ser explicadas por aglomeración de economías solamente. Generalmente la peculiaridad de la región, resultado de un *set* específico de factores sociales y políticos, es lo que determina el curso particular del desarrollo económico regional (Hospers, Gert-Jan y Beugelsdijk Sjoerd, 2002). Analizaremos entonces cuáles son los factores específicos que entran en juego en la caracterización del distrito en la región.

Para desarrollar el trabajo nos valdremos de fuentes secundarias de información provenientes de informes oficiales municipales y provinciales, así como de relevamientos de otros investigadores en el área tales como Varisco, Mantero y otros.

### **El cluster en Porter**

Un término muy cercano al de distrito es el de *cluster*. Michael Porter (2000), a quien se ha atribuido la popularización del término cluster, define cluster como "concentraciones geográficas de empresas interconectadas, proveedores especializados, proveedores de servicios, empresas de industrias relacionadas e instituciones asociadas (por ejemplo, universidades, agencias de normalización y asociaciones comerciales) en campos concretos que compiten, pero también cooperan."

Jacobs y Demian (1996) por su parte, mencionan que no hay una definición "correcta" de cluster, sino más bien dimensiones claves, fundamentalmente:

- La agrupación geográfica de la actividad económica.
- Relaciones horizontales y verticales entre los sectores industriales.
- Utilización de una tecnología común.
- Presencia de un actor central ya sea una gran empresa, centro de investigación, etc.
- La calidad de interconexión entre empresas o la cooperación entre éstas.
- La presencia de un actor central como elemento dinamizador para un clúster

El término *cluster* muchas veces ha sido utilizado como sinónimo y de *distrito industrial*. Michael J. Enright (1996), uno de los colaboradores históricos de Porter, explica que lo que distingue la noción de cluster de la de distrito es la presencia, en la definición del distrito, de la comunidad local que desarrolla el papel de factor de modificación de la productividad. En este trabajo, sin embargo, nos focalizaremos más bien en las dimensiones claves presentes en una y otra definición para tratar de comprender el fenómeno, más que en encontrar las diferencias planteadas entre autores.

### **El distrito industrial en Becattini**

Cuando Becattini aborda el estudio de los distritos industriales menciona que las condiciones para el nacimiento de un distrito se pueden agrupar en dos conjuntos: las condiciones locales de oferta, y las condiciones globales de demanda (Becattini, 2002). Refiriéndose a la oferta enumera como condiciones a) una complejidad cultural con elementos (valores, conocimientos, instituciones y comportamientos) que en otros lugares eran dejados de lado por la cultura industrial y masificadora; b) una estructura productiva formada por fábricas, talleres artesanales, trabajo a domicilio y autoproducción familiar; c) una estructura crediticia dispuesta a financiar las pequeñas iniciativas (permitiendo transformar tiempo libre en bienes de mercado). Del lado de la demanda menciona básicamente la posibilidad de conseguir un producto superior de su standard of confort local, lo cual permite la generación de nuevas necesidades. Estas condiciones que atentan contra la poca flexibilidad de la producción en masa de las grandes industrias, habilitan por otro lado la proliferación de industrias más pequeñas, flexibles y regionalizadas, ligadas a la población y con capacidad de dividirse la producción en fases. Ellas enmarcadas en una “atmosfera industrial” de alto conocimiento técnico y moralidad comercial se tornan competitivas, logrando reducir el coste global de producción del distrito en su conjunto.

Por supuesto es necesario contextualizar las caracterizaciones citadas de Becattini, las cuales se refieren al fenómeno del surgimiento de los distritos industriales italianos, los cuales a su vez eran fundamentalmente manufactureros y no de servicios.

Refiriéndose específicamente al distrito industrial funcionando en Prato, señala como principales hallazgos que 1) el área geográfica de las empresas del distrito estaba perfectamente identificada; 2) Las empresas se repartían en diferentes poblaciones por fases de producción 3) contaban con una empresa “final” que funcionaba como interfase con el mercado exterior; 4) que los precios de los semielaborados se definían por un doble abordaje de referencias de mercados externos y nivel de salario y beneficios de las familias involucradas. 5) Las esferas de relaciones económico-productivas y socioculturales están íntimamente ligadas.

### **El cluster turístico en Varisco**

Varisco (2004), estudiando los clusters específicamente turísticos, define varios elementos o actores a considerar en un cluster:

- recursos naturales y culturales (materia prima)
- turistas (demanda)
- sector productivo (empresas para desplazamiento, permanencia y actividad)
- superestructura (instituciones públicas y privadas para la optimización del sistema)
- residentes locales (y su participación en el sistema)
- el territorio (incluyendo infraestructura de transporte)

A su vez, la autora presenta un esquema para caracterizar los cluster turísticos, tomando 5 variables:

1. Dimensión del cluster, analizando dentro de la misma la concentración de sus componentes, el tipo de empresas involucrada y el impacto económico.
2. Integración, analizando dentro de la misma la integración vertical, horizontal o transversal.
3. Nivel de Innovación, analizando dentro de la misma lo particular de las empresas y de su ambiente.
4. Endogeneidad, analizando dentro de la misma el origen de las empresas y sus actores.

5. Articulación, analizando dentro de la misma el nivel de control, de coordinación y de cooperación presentes.

Asumiendo valores generales y simplificados para estas variables, describe al cluster turístico según el siguiente cuadro (resaltando aquellos correspondientes al cluster turístico).

<b>CLUSTER TURÍSTICO</b>			
Valores Simplificados			
Dimensión	Componentes	Concentrados	<b>Diversificados</b>
	Empresas	<b>MiPymes</b>	Grandes
	Impacto económico	Bajo	<b>Alto</b>
Integración	Vertical	<b>Escasa</b>	Elevada
	Horizontal	<b>Escasa</b>	Elevada
	Transversal	Escasa	<b>Elevada</b>
Innovación	Empresas	menos	<b>Más</b>
	Ambiente	menos	<b>Más</b>
Endogeneidad	Origen	<b>Local</b>	Extralocal
Articulación	Control	<b>Si</b>	No
	Coordinación	<b>Si</b>	No
	Cooperación	<b>Si</b>	No

Cuadro 1: El cluster turístico: valores simplificados. Fuente Varisco (2004)

Varisco aclara que las variables no son realmente dicotómicas, sino que lo que intenta expresar es el comportamiento general que suelen asumir las mismas.

### **Características detectadas en Pinamar**

Contrastando las dimensiones mencionadas por los diferentes autores podemos ver signos de presencia de un distrito en Pinamar.

Comenzamos por analizar los elementos de **Becattini**. Que la **complejidad cultural** esté enfocada más a lo particular que a lo masivo no es sencillo de medir en términos

cuantitativos, pero podemos encontrar indicios cualitativos de ello. Podemos mencionar elementos particulares a modo de ejemplo:

- 1) Pinamar destaca de otras ofertas en la región por su mix de bosque + playa + infraestructura. No sólo playa como muchas otras ciudades-balneario.
- 2) El tipo de alojamiento organizado con mayor oferta es el departamento con servicios –a diferencia de muchos otros destinos donde los hoteles tienen el mayor share- seguido por aparts hoteles y luego por hoteles (Bassan, C. & Cravero, S., 2013). También hay una oferta informal muy alta de viviendas particulares en alquiler. Según el informe de la Cámara Argentina de Turismo, sólo el 3,8% de los turistas se alojó en hoteles en Pinamar en 2010 (C.A.T., 2010)
- 3) El isologo de la Secretaría de Turismo y Cultura de Pinamar<sup>1</sup> marca características distintivas. Su texto dice “PINAMAR CONECTA” y está acompañado por un trébol formado con 4 figuras de corazón de colores como hojas, representando conexiones con naturaleza, familia/bienestar, deporte y cultura (no sólo playas)
- 4) La ciudad es conocida como “playa verde”, por la impronta naturalista, la cantidad de pinos y otros árboles, y el desarrollo sustentable que persigue.
- 5) Su planificación urbana separa claramente el centro urbano/comercial de las vastas zonas unifamiliares de viviendas, en las cuales prácticamente no se encuentran comercios ni industrias.

Respecto de su **estructura productiva**, podemos encontrar en la industria del alojamiento organizaciones más grandes, como cadenas de hoteles (ej. Howard Johnson o Amerian), hoteles más pequeños, departamentos con servicios e incluso familias que alquilan sus propias casas en temporada alta. También se observan unos 50 balnearios y más de 200 restaurantes (Bassan, C. & Cravero, S., 2013). Respecto de los servicios de transporte hay varias empresas de ombibus de larga distancia que posibilitan el acceso a la ciudad, así como agencias de remises y taxis. No se observan sin embargo muchas agencias de turismo en la zona, ya que los paquetes turísticos son contratados principalmente a través de agencias en grandes ciudades. Hay desde ya varios otros servicios componentes de la

---

<sup>1</sup> <http://pinamar.tur.ar/>

experiencia turística (comercios, actividades, cultura, etc), pero destacamos aquellos estructuralmente más importantes.

Respecto de la **estructura crediticia** no se observan mecanismos específicos para el fomento de la actividad empresarial y turística en la región. Las posibilidades presentes en la zona actualmente son equivalentes a las que se pueden encontrar a nivel provincial o nacional. Algunas alternativas para reforzar este aspecto podrían ser el desarrollo de incubadoras de negocio, el vínculo a aportes no reembolsables (ANR) u otros fondos estatales, el fomento municipal o provincial de créditos blandos para el desarrollo empresarial en el sector, entre otros.

Respecto de la **demanda** Becattini menciona básicamente la posibilidad de conseguir un producto superador de su standard of confort local, lo cual permite la generación de nuevas necesidades. Cravero Igarza y Charne (2013) mencionan que el visitante de Pinamar viaja principalmente en familia, con amigos o en pareja, que más de la mitad de los turistas no buscó información antes de viajar, sino que simplemente viaja por conocer de antemano la ciudad y que el viaje se concreta en la mayoría de los casos con muy poca o ninguna planificación. “Sol y playa” es el atractivo principal, pero respecto de otros destinos vacacionales se agrega como distintivo que más de la mitad de los visitantes se aloja en casa propia o alquilada, como se mencionó anteriormente, lo que significa que el turista de Pinamar quiere disfrutar de la playa pero con la comodidad y servicios de un hogar. Otros indicadores de que se encuentra en la ciudad un producto superador es el alto nivel de satisfacción con los servicios (superior a los 8/10 puntos) y el alto porcentaje de turistas que regresan a la ciudad. Cravero Igarza y Charne mencionan como aspectos bien percibidos por el turista: seguridad, centros comerciales, la señalización e información, los balnearios, la calidad de atención, el entretenimiento, la calidad en el alojamiento y la gastronomía. Como factores percibidos de manera poco satisfactoria mencionan la limpieza y cuidado ambiental, el tráfico, la falta de cajeros automáticos y el uso de cuatriciclos.

Podemos resumir el grado de alcance de los aspectos mencionados por Becattini en el siguiente cuadro:

Aspecto	Grado de alcance
---------	------------------

	Bajo	Medio	Alto
Oferta: complejidad cultural			X
Oferta: estructura productiva		X	
Oferta: Estructura crediticia	X		
Demanda: producto superador			X

Cuadro 2 – Aspectos del distrito de Becattini presentes la industria turística de Pinamar. Fuente: elaboración propia

En segundo lugar analizaremos desde los lineamientos de **Porter** la existencia o no de cluster en Pinamar. Desglosaremos la definición antes citada para analizar sus componentes:

1. “Concentraciones geográficas de empresas interconectadas”. La concentración geográfica de empresas interconectadas se puede observar fácilmente a nivel partido dada la cantidad de restaurantes, hoteles, comercios y otras empresas de servicios que se ubican en tan sólo 63km<sup>2</sup> que tiene el partido. Por su puesto, para bien y para mal, muchas de estas organizaciones sólo trabajan en temporada alta. Por otro lado, si bien la concentración es alta en relación al partido, las empresas no necesariamente están concentradas en un punto en particular de Pinamar (como si sucede por ejemplo con las inmobiliarias, en cuyo caso se pueden observar 15 oficinas en un radio de 100 metros de la intersección de las calles Libertador y Constitución), sino que están relativamente distribuidas dentro del partido.
2. “Proveedores especializados”: si bien no es el punto más desarrollado se pueden observar algunos proveedores especializados en la región. Por ejemplo se han instalado para los hoteles filiales de empresas de insumos hoteleros, de lavado industrial, de software de gestión especializado; o bien para el sector gastronómico distribuidores mayoristas de alimentos, pescaderías, supermercados, entre otros.
3. “Proveedores de servicios”: en Pinamar se encuentran cooperativas de agua y luz (CALP) y de telefonía, internet y cable (TELPIN), las cuales ofrecen servicios de

buena calidad a costos competitivos. También hay buen acceso al gas natural, servicios de transporte, bancos, construcción, entre otros.

4. “Empresas de industrias relacionadas e instituciones asociadas (por ejemplo, universidades, agencias de normalización y Asociaciones comerciales): también se pueden observar trabajando mancomunadamente a la Secretaría de Turismo y Cultura de Pinamar, a la asociación empresaria hotelera y gastronómica de Pinamar (AEHG) -la cual a su vez está asociada a la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA)-, a la Cámara de Comercio Industria y Actividades Turísticas de Pinamar, a la Universidad Argentina de la Empresa, el centro de formación profesional, y muchas otras instituciones que, si bien no brindan directamente el servicio para el turista, preparan el marco y el contexto para que las actividades se lleven adelante con éxito. Ejemplos de esto son los acuerdos en tarifas hoteleras que promueve la asociación de hoteles, la comunicación centralizada que promueve la Secretaría de Turismo y cultura, la formación universitaria y las investigaciones que promueve la universidad, entre otras. Tal como dice Venacio (2007) las diferentes instituciones de apoyo responden a una multiplicidad de finalidades y asumen características estructurales profundamente diferenciadas, pero todas ofrecen una contribución al desarrollo económico de los distritos.
5. “...que compiten, pero también cooperan”. Más o menos formales se pueden observar acuerdos entre empresarios entre lo que pueden o no ofrecer y las formas en que llevarán adelante su actividad. Pero también se pueden observar mecanismos de colaboración, por ejemplo la derivación de reservas entre hoteles ante la falta de vacantes en uno de ellos, la realización de actividades conjuntas entre organizaciones para brindar un servicio más completo al turista (ej. Hotel + balneario / hotel + restaurant o servicio de excursiones).

Lo indicado se podría resumir en el siguiente cuadro:

Aspecto	Grado de alcance		
	Bajo	Medio	Alto

Concentración geográfica		X	
Proveedores especializados		X	
Proveedores de servicios			X
Industrias e instituciones asociadas			X
Compiten, pero también cooperan		X	

Cuadro 3 – Aspectos del cluster de Porter presentes la industria turística de Pinamar. Fuente: elaboración propia

En tercer lugar y siguiendo los actores indicados por Varisco como esenciales de un cluster turístico, podemos decir que en Pinamar se pueden observar:

- recursos naturales y culturales: playa, bosque, teatro, cine, convocatoria a grandes artistas en temporada, festival de cine internacional, actividades al aire libre (cabalgatas, cuatriciclos, deportes), sólo por mencionar las principales.
- Turistas: el número de visitantes a la ciudad supera muchas veces su población estable (cerca de 30.000 habitantes). Recibe anualmente más de un millón de visitas.
- Sector productivo (empresas para desplazamiento, permanencia y actividad). Tal como se mencionó anteriormente, hay presencia de suficiente cantidad de empresas para el desplazamiento dentro de la ciudad (taxis y remises), alrededor de 100 hoteles, hosterías y aparts (y un número aún mayor de departamentos con servicios), más de 30 balnearios, 200 restaurantes, entre otros servicios.
- Superestructura (instituciones públicas y privadas para la optimización del sistema). Tal como se mencionó anteriormente están presentes la Secretaría de Turismo y Cultura de Pinamar, la Asociación empresaria hotelera y gastronómica de Pinamar (AEHG), la Cámara de Comercio Industria y Actividades Turísticas de Pinamar, la Universidad Argentina de la Empresa, Pinamar S.A., Asociación de Profesionales en Turismo, entre otras.
- Residentes locales (y su participación en el sistema). En el último censo de 2010 se registraron 25 mil habitantes en Pinamar. Actualmente se estima que la cifra supera

los 30 mil habitantes. Las principales fuentes de trabajo en la región son el empleo público, el comercio, la construcción y el trabajo en temporada. Si bien una buena parte de la población trabaja en temporada, la mano de obra local es insuficiente para cubrir las necesidades de la temporada alta y se reciben “trabajadores golondrina” de otras ciudades. Por ejemplo en 2017, según estima el intendente, se recibieron 12.000 jóvenes para cubrir este tipo de puestos<sup>2</sup>.

- el territorio (incluyendo infraestructura de transporte). La ciudad no cuenta con acceso turístico por aire (aunque recientemente habilitaron el aeropuerto en Villa Gesell, a 24km de Pinamar) o por mar, pero cuenta con buenos caminos, rutas y autopistas de acceso, así como varias empresas de ómnibus de larga distancia que brindan adecuada accesibilidad, especialmente en temporada.

En otras palabras, todos los actores mencionados por la autora están presentes en Pinamar.

Respecto de las variables utilizadas por Varisco para la descripción de un Cluster Turístico, podemos encontrarlas presentes en la región, con algunas pequeñas diferencias:

1. Respecto de la concentración de empresas, dependiendo el radio considerado podemos decir que es más o menos elevada, pero analizado a nivel punto específico diremos están distribuidas por todo el partido. Las empresas son casi todas MiPYMES, y su impacto económico, es elevado a nivel local (aunque relativamente pequeño a nivel provincial), como puede observarse en el siguiente cuadro.

ACTIVIDAD	PGB PINAMAR		PGB PROV. DE BS. AS.	
		%		%
Agricultura y Ganadería	11	1%	26.416	10,8%
Pesca			438	0,2%
Minería			236	0,1%
Industria	23	3%	101.003	41,2%
Electricidad, Gas y Agua	9	1%	5.680	2,3%
Construcción	49	6%	21.235	8,7%
Comercio	94	11%	37.526	15,3%
Hoteles y Restaurantes	128	15%	823	0,3%

<sup>2</sup> [https://www.clarin.com/sociedad/pagarse-facultad-viajar-europa-sueno-van-trabajar-costa\\_0\\_HkLcFK-le.html](https://www.clarin.com/sociedad/pagarse-facultad-viajar-europa-sueno-van-trabajar-costa_0_HkLcFK-le.html) 10/01/2017

Transporte y Comunicaciones	31	4%	2.873	1,2%
Servicios Financieros	17	2%	9.892	4,0%
Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de alquiler	502	58%	38.943	15,9%
<b>TOTAL 2008</b>	<b>864</b>		<b>245.065</b>	100,0%

CUADRO 4 - PGB en millones de Pesos Año 2008 – Elaboración propia en base a informe de Lódola, Brigo y Morra (2010)

Si bien es cierto que en el cuadro precedente se destacan las actividades propiamente turísticas, hay que considerar también el efecto en el resto de la economía local. En palabras de Mantero *“los efectos del turismo son múltiples y no suelen apreciarse: desarrollo sectorial, desarrollo regional, efecto multiplicador (por las transferencias que genera al requerir de insumos y consumos de otros sectores), creación de empleo, incidencia sobre la inversión, modificación en el consumo, evolución de los precios de consumo y generación de las rentas fiscales”*<sup>3</sup>

2. Respecto del nivel de integración, prácticamente se observan bajos niveles de integración vertical (excepto algunos casos por ejemplo donde una misma sociedad es dueña de un hotel, un lavadero y un restaurant) y de integración horizontal (pocas cadenas y múltiples MyPIMES). Respecto del nivel de integración transversal es más común observarlo, instrumentado mediante acuerdos comerciales (por ejemplo de descuento en balneario o restaurant para los alojados en un hotel determinado, promoción de actividades, etc.).
3. El nivel de innovación en el área turística (prestaciones, procesos, actividades) es relativamente mayor que en otras actividades económicas del partido, y no debe decaer si pretende mantener su posición respecto de otros destinos vacacionales.
4. El nivel de endogeneidad, tal como se explicó anteriormente es medio, ya que aproximadamente la mitad de los puestos los cubre población local y la mitad población visitante en temporada, aunque los mayores beneficios quedan en la comunidad local y es ella quien lidera el proceso.

<sup>3</sup> <http://www.lacapitalmdp.com/noticias/La-Ciudad/2012/12/03/233284.htm> 2/12/12

5. Respecto de los mecanismos de control, coordinación y cooperación, en los tres casos, como se mencionó anteriormente, existen, pero son mejorables. Por ejemplo hay control de AFIP y de la Secretaría de Turismo a las empresas del rubro, pero es limitado y se enfoca en la época de temporada alta. Lo mismo pasa por ejemplo con los mecanismos como la fijación de niveles de tarifas: se acuerda pero se implementa en parte. La cooperación privado-privado muchas veces está tapada de individualismo, la privada-pública tiene dificultades comunicaciones y de continuidad en el largo plazo, y la pública-pública suele quedar a merced de la voluntad política dominante.

Es decir, tomando todas estas consideraciones en las variables y reconstruyendo el cuadro resumen utilizado por Varisco para la descripción de un cluster turístico podemos describir sintéticamente el cluster turístico de Pinamar a través del siguiente esquema:

<b>CLUSTER TURÍSTICO</b>		
Valores en Pinamar		
Dimensión	Componentes	<b>Más bien diversificados</b>
	Empresas	<b>Mayoría MiPymes</b>
	Impacto económico	<b>Alto (local)</b>
Integración	Vertical	<b>Escasa</b>
	Horizontal	<b>Escasa</b>
	Transversal	<b>Elevada</b>
Innovación	Empresas	<b>Más</b>
	Ambiente	<b>Más</b>
Endogeneidad	Origen	<b>Mayoritariamente local</b>
Articulación	Control	<b>Si, mejorable</b>
	Coordinación	<b>Si, mejorable</b>
	Cooperación	<b>Si, mejorable</b>

Cuadro 5: El cluster turístico: valores en Pinamar. Elaboración propia.

Es decir, que en términos de Varisco y según lo que se puede observar, Pinamar podría considerarse un cluster Turístico.

## **Conclusiones**

A lo largo del trabajo hemos descrito diferentes enfoques para el análisis de la existencia o no de un cluster o distrito turístico en Pinamar.

Podemos concluir que, en términos de Becattinni, están dadas algunas condiciones para considerarlo un distrito, siendo los puntos más débiles o con menor presencia en primer lugar la falta de consolidación de una estructura crediticia que permita el surgimiento de nuevos emprendimientos y la consolidación del sector, y en segundo lugar el fortalecimiento de la estructura productiva, especialmente en lo relativo a agencias de turismo, actividades y gestión del entretenimiento.

Por otra parte, en términos de Porter, los factores considerados esenciales para el desarrollo de un cluster están presentes en grado medio o alto, siendo los puntos que aún necesitan desarrollo: la aparición de más y mejores proveedores especializados que den soporte a la industria del turismo, la consolidación de la cooperación entre empresas del sector y la concentración relativa de empresas para aumentar sinergias.

Asimismo en términos de Varisco también están presentes los actores y elementos fundamentales para considerar existente un distrito turístico, destacándose como puntos aún incipientes para la consolidación del mismo: la participación de la comunidad local en las actividades y beneficios del distrito, el fortalecimiento de las actividades de cooperación, coordinación y control (especialmente a través de la superestructura institucional) y la innovación continua para evitar la pérdida de competitividad.

Esperamos que el presente trabajo se constituya en un humilde aporte a la comprensión del fenómeno de desarrollo local de Pinamar y pueda servir de inspiración para la generación de nuevas investigaciones para el crecimiento de la región y de la industria turística.

## Referencias

- Bassan, C. & Cravero, S. (2013) Relevamiento del Patrimonio Turístico del Partido de Pinamar, Buenos Aires. Disponible en: <http://www.repotur.gov.ar/bitstream/handle/123456789/3887/Informe%20Relevamiento%20Pinamar%20-%20UADE.pdf?sequence=1>
- Becattini, G. (2002) Del distrito industrial marshalliano a la "teoría del distrito" contemporánea. Una breve reconstrucción crítica. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2124386.pdf>
- Cámara Argentina de Turismo (2010). INFORME ECONÓMICO CUATRIMESTRAL SOBRE LA ACTIVIDAD DE VIAJES Y TURISMO. Agosto 2010. Disponible en: [http://www.camaradeturismo.org.ar/archivos/pdf/23\\_1.pdf](http://www.camaradeturismo.org.ar/archivos/pdf/23_1.pdf)
- Cravero Igarza S. & Charne U. (2013) Estudio del perfil del visitante de Pinamar. Disponible en: <http://www.repotur.gov.ar/bitstream/handle/123456789/4041/Perfil%20de%20visitante%20de%20Pinamar.pdf?sequence=1>
- Enright, M. J. (1996) Regional clusters and economic development: A research agenda. En: Staber, U. H.; N. V. Shaeffer, N. V. y Sharma, B., eds.: Business Networks: Prospects for Regional Development. Berlín-Nueva York, De Gruyter
- Hospers, Gert-Jan y Beugelsdijk Sjoerd, (2002) Regional Cluster Policies: Learning by Comparing? Disponible en: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-6435.00192/abstract>

Jacobs, D. (1996). Clusters, Industrial Policy and Firm Strategy: A Menu Approach. Technology Analysis and Strategic Management.

Lódola A., Brigo R. y Morra F. (2010) Economía de los Gobiernos Municipales. Teoría y Aplicaciones a la Argentina. Producción en los Municipios de la Provincia de Buenos Aires. Disponible en: <http://www.depeco.econo.unlp.edu.ar/doctrab/doc98.pdf>

Merinero Rodríguez, Rafael (2008) MICRO-CLUSTER TURÍSTICOS: EL PAPEL DEL CAPITAL SOCIAL EN EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL. Revista de Estudios Empresariales. Segunda época. Número: 2 (2008). Páginas: 67 – 92

Varisco, C (2004). El cluster turístico de Miramar. Revista Aportes y Transferencias Año 8, volumen 2. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/290/>

Venacio, Leandro (2007) Globalización, Desarrollo Local y Sociedad Civil. Edición electrónica gratuita. Texto completo en <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/222/indice.htm>