



ASOCIACION ARGENTINA
DE ECONOMIA POLITICA

ANALES | ASOCIACION ARGENTINA DE ECONOMIA POLITICA

XLIII Reunión Anual

Noviembre de 2008

ISSN 1852-0022

ISBN 978-987-99570-6-6

Desarrollo local y competencia turística entre
ciudades. Teoría y aplicaciones

Natalia Porto

Desarrollo local y competencia turística entre ciudades. Teoría y aplicaciones

Natalia Porto – UNLP
Natalia@depeco.econo.unlp.edu.ar

Resumen

El objetivo de este trabajo es presentar un enfoque del desarrollo local basado en la explotación de los recursos turísticos y la promoción de los destinos en base a los distintos tipos de turistas (turismo verde y turismo cultural). Los turistas se consideran tanto insumos como usuarios dentro de la función de producción y el modelo teórico sugiere lineamientos novedosos para diseñar políticas de desarrollo local. La aplicación práctica consiste en establecer una tipología que diferencie los destinos en base al tipo de turistas que reciben. Se analiza el caso de los Municipios de la Provincia de Buenos Aires. Esta diferenciación –que determina el grado de orientación turística- se basa en una caracterización y clasificación de los recursos turísticos utilizando la metodología de clusters. Se realiza un breve análisis de las políticas turísticas aplicadas en la Provincia y su correlato con la tipología turística.

Abstract

The aim of this paper is to present an approach of local development based on the exploitation of tourist resources and the promotion of destinations based on different kinds of tourists (green tourism and cultural tourism). It is highlighted that tourists are considered inputs as well as users in the production function. The theoretical model suggests illuminating (o new) guidelines which may aid in the design of local development policies. The application consists in establishing a typology that differentiates destinations based on the type of tourists they receive. This differentiation –which determines the degree of tourist orientation- is based on a characterization and classification of touristic tourist resources which uses cluster methodology. Data include the Municipalities of the Province of Buenos Aires. A brief analysis of the tourist policies in the Province as well as their correspondence with the touristic typology is offered.

Introducción

Desde hace algún tiempo, cada vez más individuos han comenzado a disfrutar del turismo verde y del turismo cultural. Se trata de dos modalidades de turismo que, en los últimos tiempos, han sido incorporadas dentro de las preferencias de los agentes y que se presentan como nuevas alternativas para lograr un desarrollo local sostenible. Si bien la actividad económica basada en el turismo (Brohman, 1996; Gibson, 1993; Leatherman y Marcouiller, 1997), en algunos casos, es un instrumento clave y ya consolidado en las agendas de los gobiernos locales, el énfasis en distintas modalidades de turismo y la necesidad de atraer distintos tipos de turistas es una característica relativamente nueva en la política turística local. En este trabajo se presenta un enfoque del desarrollo local basado en la explotación de los recursos turísticos de las localidades y la promoción de los destinos en base a los distintos tipos de turistas que los visitan: aquellos que disfrutan del turismo verde y aquellos que prefieren el turismo cultural. Se presenta una aplicación a los Municipios de la Provincia de Buenos Aires.

Este nuevo enfoque de desarrollo local se basa en el análisis de servicios como el turismo cuya producción depende, en parte, de los turistas (usuarios) como insumos (Rothschild y White, 1995). La aplicación de este modelo teórico sugiere lineamientos novedosos para diseñar políticas de desarrollo local basadas en el turismo, a partir del planteo de una función de producción de características particulares cuyo punto central es que los turistas son tanto los usuarios como los insumos de los servicios turísticos ofrecidos en una jurisdicción. La presencia de ciertos tipos de turistas puede ser especialmente deseable para una localidad ya sea porque genera externalidades positivas para otros turistas, o para el turismo en la comunidad en general. En particular, se valora que los individuos tengan una conciencia medioambiental y practiquen el turismo verde, o que busquen fomentar y preservar el patrimonio socio-cultural de las comunidades y realicen actividades relacionadas con el turismo cultural. Para la aplicación práctica del modelo es necesario contar con una tipología que diferencie las jurisdicciones en base al turismo que ofrecen y que determinan, al mismo tiempo, el tipo de usuarios (turistas). En este trabajo, la diferenciación de los destinos se basa entonces en la caracterización y clasificación de los recursos turísticos que posee cada localidad. A través de la metodología de clusters, los Municipios se agrupan en base a comportamientos diferenciales -o no- de las categorías de recursos turísticos que cada uno de ellos posee, determinándose así su grado de orientación turística.

La estructura del trabajo es la siguiente. En la sección I se describe el marco teórico donde se considera a los turistas no sólo como usuarios sino también como parte del proceso productivo (insumos) y donde existen ciertos tipos de turistas que las ciudades buscan atraer: aquellos que practican el turismo verde y aquellos que practican el turismo cultural. En la sección II se presenta una caracterización del turismo verde y del turismo cultural como nuevas modalidades de desarrollo local del turismo y que delimitan los distintos tipos de ciudades y de turistas. En la sección III se presentan los agrupamientos de los Municipios de la Provincia de Buenos Aires que surgen de aplicar la metodología de clusters en base a las categorías de recursos turísticos y, a partir de la cual se identifican los *Municipios verdes* y los *Municipios culturales*. Al mismo tiempo, se analizan las políticas turísticas aplicadas por la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires y por algunos Municipios –verdes y culturales- tomados como punto de referencia. Finalmente, la sección IV presenta algunos comentarios finales.

I. Los turistas como insumos y usuarios en el proceso productivo del turismo en una localidad

Esta sección se basa en el artículo de Rothschild y White (1995) donde se analiza el caso de ciertos servicios cuya producción depende parcialmente del rol de los clientes como insumos. Es la presencia de otros usuarios (como insumos) lo que contribuye al producto final que experimenta y disfruta cada comprador. En estos sectores de servicios es importante la estructura de fijación de precios, dado que los precios que pagan los usuarios generalmente no están relacionados con el verdadero producto o servicio provisto. El caso de los turistas –y de distintos tipos de turistas- como insumos en el proceso de producción de los servicios turísticos de las ciudades es un ejemplo de esta situación.¹

Entre las características particulares de este tipo de servicios pueden mencionarse las siguientes:

- los usuarios participan como insumos y, a la vez, como receptores de los productos o servicios;
- la presencia de otros usuarios influye en el producto o servicio que recibe cualquier otro consumidor;
- los costos que se cobran a los usuarios no están relacionados con el verdadero producto o servicio;
- no existe un precio ligado al producto, debido principalmente a que el producto o resultado es difícil de medir o está sujeto a la percepción del usuario.

En este contexto es entonces necesario analizar como sería un esquema de precios capaz de lograr una asignación eficiente de recursos y también si una industria competitiva (que obtiene beneficios nulos) puede generar estos precios eficientes. Al mismo tiempo, se analiza el hecho de que las externalidades -la presencia de ciertos tipos y cantidades de usuarios influenciando el producto recibido por los otros usuarios- interfieran o dificulten estos problemas al fijar los precios.

I.1. Un modelo aplicado al desarrollo del turismo en distintas ciudades

Las ciudades proveen servicios turísticos a los individuos (turistas) y cobran ciertos precios. Las ciudades compiten por los turistas a través de mecanismos de precios y otros mecanismos. La presencia de ciertos turistas puede ser especialmente deseable para una ciudad (por ejemplo porque implican externalidades positivas para otros turistas o para el turismo en general) y estos turistas pueden, por este motivo, contar con “descuentos especiales” en los precios. Un aspecto interesante a detallar en este contexto es cuáles son las características de los individuos que hacen que se traten de turistas que los destinos turísticos querrían atraer. En particular, en este trabajo, se enfatiza el hecho de que los individuos tengan una conciencia medioambiental y de preservación del patrimonio socio-

¹ Existen algunos otros ejemplos que pueden enmarcarse dentro de esta particular característica en la provisión de los servicios. El ejemplo del artículo de Rothschild y White (1995) hace referencia a la educación universitaria que provee capital humano como producción a los estudiantes a la vez que éstos se constituyen en insumos dentro del proceso productivo, donde la presencia de ciertos tipos de estudiantes puede influir en el resultado recibido por otros estudiantes. En particular, es interesante notar que estas instituciones no cobran un precio por el capital humano generado sino una matrícula. Un ejemplo directamente vinculado con actividades relacionadas con el esparcimiento es el de los espectadores de un evento deportivo que consumen no solo el juego sino también la experiencia de ser parte de la audiencia. El producto total y final estaría determinado en parte por las características de los espectadores individuales (por ejemplo, su conocimiento del juego, su entusiasmo, etc.). Sin embargo, las organizaciones a cargo de los eventos simplemente venden entradas y no cobran por la experiencia total. Al mismo tiempo, en los teatros, los parques de diversiones, cruceros, clubes privados, restaurantes de moda, entre otros, muchas veces la presencia de otros clientes determina parcialmente la calidad de lo que cada cliente consume.

cultural de las comunidades, practicando el turismo verde o el turismo cultural, respectivamente.

Se presenta a continuación la especificación de un modelo donde se trata a los turistas explícitamente como insumos del proceso productivo y también como los receptores de los productos o servicios turísticos. Se determina un simple proceso productivo para los servicios turísticos que proveen las ciudades o destinos turísticos y se desarrolla un sistema de precios que permita asignar eficientemente a los turistas entre las ciudades. Estos precios de eficiencia son además precios que cumplen la condición de cero beneficios de las ciudades y son consistentes con un equilibrio competitivo.

- La tecnología de las ciudades

Se dispone de una cantidad de tecnologías turísticas que involucran múltiples insumos y productos. La tecnología se representa en la siguiente forma

$$Y^t = G^t(s_1^t, \dots, s_N^t; H_1^t, \dots, H_N^t), t = 1, \dots, T \quad (1)$$

donde Y^t es la cantidad de recursos generales usados por cada tecnología (o ciudad) t , s_n^t es el número de turistas de tipo n de la ciudad t , y H_n^t es el monto agregado de producto o servicios turísticos de tipo n producido por la ciudad t . Las funciones G^t son convexas y se satisfacen las condiciones de segundo orden.²

Como el producto turístico es un output

$$\frac{\partial G^t}{\partial H_n^t} \geq 0 \quad (2)$$

Los turistas son insumos, por lo que

$$\frac{\partial G^t}{\partial s_n^t} \leq 0 \quad (3)$$

Se espera que las ciudades normalmente trabajen en la región en la cual

$$\frac{\partial G^t}{\partial s_n^t} < 0 \quad (3a)$$

Se supone que todas las tecnologías exhiben rendimientos constantes a escala. En particular, para una tecnología de tipo Cobb-Douglas, se tiene que

$$Y = s_1^{\beta_1} \dots s_N^{\beta_N} H_1^{\alpha_1} \dots H_N^{\alpha_N} \quad (4)$$

donde

$$\beta_n \leq 0 \quad (5) \quad \text{y} \quad \alpha_n \geq 0 \quad (6)$$

y la condición de rendimientos constantes se satisface cuando

² Tanto Y como H están medidas en pesos.

$$\sum_n (\alpha_n + \beta_n) = 1 \quad (7)$$

La especificación tecnológica (1) supone que los distintos tipos de producto turístico son los únicos outputs y, más allá de los turistas, la producción requiere sólo un insumo general.

- Asignación óptima de turistas

Se supone que la cantidad agregada de turistas de cada tipo Q_n es limitada. Una asignación factible de los turistas en ciudades debe satisfacer

$$\sum_{t=1}^T s_n^t = Q_n, n = 1, \dots, N \quad (8)$$

El problema de asignación social es

$$\max \sum_{t=1}^T \sum_{n=1}^N H_n^t - \sum_{t=1}^T Y^t \quad (9)$$

sujeto a (1), (8) y

$$Y^t \geq 0, t = 1, \dots, T \quad (10)$$

$$H_n^t \geq 0, n = 1, \dots, N; t = 1, \dots, T \quad (11)$$

y

$$s_n^t \geq 0, n = 1, \dots, N; t = 1, \dots, T \quad (12)$$

Las condiciones de primer orden son

$$-\frac{\partial G^t}{\partial s_n^t} = w_n \quad \text{si } s_n^t > 0 \quad (13)$$

donde w_n son los multiplicadores de Lagrange, y

$$\frac{\partial G^t}{\partial H_n^t} = 1 \quad \text{si } H_n^t > 0 \quad (14)$$

La asignación óptima de turistas debe ser tal que la tasa marginal de sustitución de un turista tipo n con respecto al insumo general sea la misma en todas las ciudades en las cuales existen turistas de tipo n (ecuación (13)). La ecuación (14) indica que en cada ciudad la producción de cada tipo de turista debería ser extendida hasta el punto en que el costo marginal sea igual a uno.³

- Estructura de precios y competencia

Se supone que si la ciudad t admite s_n^t turistas de tipo n y produce H_n^t unidades de producto turístico de tipo n , entonces cada turista de tipo n consigue $\frac{H_n^t}{s_n^t}$ de producto turístico por

³ Como el producto turístico y el insumo general están medidos en pesos, la ecuación (14) implica que el costo marginal de producir una unidad adicional de producto turístico debería igualar su producto marginal.

pertenecer a esa ciudad. Es decir, la ciudad no puede asignar asimétricamente el producto turístico de cierto tipo que produce entre los turistas de tipo n , ni reasignar este producto turístico hacia otro tipo de turistas.

Los únicos gastos de la ciudad son Y^t . Se supone que cada ciudad no puede vender producto turístico directamente. Si la ciudad cobra un precio de p_n^t a cada turista de tipo n , entonces su beneficio sería

$$\pi^t = \sum_n p_n^t s_n^t - Y^t \quad (15)$$

La pregunta que surge es si los precios de equilibrio de una industria competitiva de ciudades que maximizan beneficios satisfacen también las condiciones para una asignación óptima. La respuesta a esta pregunta es sí, siempre que se mantenga el supuesto de rendimientos constantes a escala y el supuesto tradicional de un equilibrio competitivo.⁴

Sea \hat{H}_n^t, \hat{S}_n^t una asignación óptima. A continuación, se especifica un conjunto de precios que van a descentralizar esta asignación. Sea

$$p_n^t = \frac{\hat{H}_n^t}{\hat{S}_n^t} - \hat{W}_n \quad (16)$$

donde \hat{W}_n está dada por (13) calculado en su óptima localización. Si las ciudades tratan a los precios como parámetros, el problema de cada ciudad es elegir H_1^t, \dots, H_N^t de modo tal de minimizar $G^t(\hat{S}_1^t, \dots, \hat{S}_N^t; H_1^t, \dots, H_N^t)$ sujeto a

$$H_N^t \geq \hat{H}_n^t, n = 1, \dots, N \quad (17)$$

El nivel de producto turístico que maximiza beneficios es \hat{H}_n^t .

Los precios de (16) son aquellos en los cuales las ciudades tienen cero beneficios,⁵ y son consistentes tanto con un equilibrio competitivo de beneficios nulos como con la asignación óptima.

Finalmente, se considera la ganancia neta de un turista de tipo n que pertenece a la ciudad t . Si paga un p_n^t (ecuación (16)) y recibe como producto turístico \hat{H}_n^t, \hat{S}_n^t , su ganancia neta es de \hat{W}_n . Si la ciudad t intenta cobrarle un precio mayor o intenta proveerle un nivel inferior de producto turístico, el turista migrará a otra ciudad que satisfaga esas condiciones. Entonces la asignación óptima estará garantizada.

La optimalidad de los procesos competitivos es particular debido al rol del precio cobrado a los turistas: las ciudades no pueden vender o cobrar el producto turístico directamente sino que deben obtener sus ganancias imponiendo un precio positivo sobre un conjunto de insumos (los turistas).

Si las ciudades pudieran vender producto turístico directamente, el modelo resultaría más sencillo: las ciudades “contratarían” turistas s_1^t, \dots, s_N^t como insumos. Si el mercado de insumos fuera competitivo, las ciudades tendrían que “pagarles” a los turistas de tipo n una

⁴ Los precios son tratados como parámetros por todos los compradores y vendedores, la entrada no está restringida y todos los compradores y vendedores están completamente informados sobre todos los aspectos de la transacción).

⁵ Esto deriva del Teorema de Euler y de las ecuaciones (13) y (14).

remuneración de \hat{w}_n , su costo de oportunidad. Los turistas y el insumo general Y^t serían combinados por la ciudad t para producir producto turístico H_1^t, \dots, H_N^t de acuerdo a la función de producción (1). El producto turístico sería revendido a los turistas a precio de mercado. Si el precio de todos los tipos de producto turístico fuera estandarizado a \$1 por unidad,

entonces el precio neto pagado por turista de tipo n a la ciudad t sería $p_n^t = \frac{\hat{H}_n^t}{\hat{S}_n^t} - \hat{w}_n$. Con esta reestructuración es más fácil ver cómo los precios de equilibrio competitivo pueden ser consistentes con una asignación óptima.

Esta reestructuración también aclara por qué la externalidad generada por los turistas más deseados no causa conflicto entre el equilibrio competitivo y la asignación óptima. Como los turistas son insumos, aquellos más deseados pueden ser simplemente considerados insumos más productivos. En el escenario alternativo, estos insumos más productivos recibirían “remuneraciones” más altas, de modo que su costo neto para recibir producto turístico sería menor. En la estructura tradicional, estos turistas reciben (mayores) descuentos. Como en la mayoría de las relaciones de producción, la ciudad logra internalizar las aparentes externalidades de los insumos más productivos, y los mercados competitivos se aseguran de que los insumos más productivos sean recompensados en forma adecuada.

II. El turismo verde y el turismo cultural para el desarrollo local del turismo

En esta sección se describen las características del turismo verde y del turismo cultural como nuevas modalidades en el desarrollo local del turismo y que permiten delimitar los distintos tipos de ciudades y de turistas. Si bien el turismo es una herramienta consolidada dentro de las agendas de los gobiernos locales, en la actualidad, la problemática se refiere al turismo como una posibilidad y una alternativa para contribuir al desarrollo local sostenible. En base al análisis teórico anterior, en esta sección se describen el tipo de turismo y de turistas que pueden surgir en las ciudades, teniendo en cuenta los servicios y recursos turísticos que ofrecen y el rol que juegan los turistas como usuarios.

II.1. ¿Por qué se eligen como alternativas el turismo verde y el turismo cultural?

La Carta Mundial de Turismo Sostenible (Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, Lanzarote (España), 1995) define al turismo como un sector que tiene que ser capaz de contribuir al desarrollo sostenible, integrándose en el entorno natural, cultural y humano. Se considera que el turismo debe integrarse y contribuir positivamente al desarrollo económico local y se establece –dentro de los 18 puntos prioritarios de la Carta- que:

- i) el desarrollo turístico debe ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales;
- ii) el reconocimiento de las tradiciones de las comunidades locales, y el apoyo a su identidad, cultura e intereses deben ser referentes obligatorios;
- iii) la conservación, la protección y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural representa un auténtico reto cultural, tecnológico y profesional.

Se reconocen entonces como pilares del turismo sostenible aquellas modalidades de turismo que integran el entorno natural y cultural, las que se estudian en este trabajo bajo las denominaciones de turismo verde y turismo cultural.

El turismo integrado al entorno natural: el turismo verde

El turismo verde se define como aquel tipo de turismo cuya modalidad pretende y permite hacer compatibles el disfrutar de la naturaleza y el respeto al equilibrio del medio ambiente.⁶ El turismo verde, el turismo rural, el ecoturismo, el turismo deportivo, el turismo de aventura o al aire libre, el turismo en contacto directo con la naturaleza, entre otras, son diversas concepciones que explican una forma de entender las vacaciones, el tiempo libre, y el ocio distinta a la tradicional, no masificada y respetuosa con el medio ambiente. Este tipo de turismo se desarrolla en espacios rurales y naturales, contribuye a generar riqueza en sus áreas de influencia, y se define dentro de un modelo de desarrollo local donde la naturaleza forma parte del atractivo turístico de la región y donde se interrelacionan los recursos naturales con la actividad económica, los sectores económicos, y los sectores sociales.

De acuerdo a Olivera Begazo (2001), los principios acordados en el tratamiento de la problemática del turismo conservando los espacios naturales a nivel internacional, pueden resumirse en los siguientes:

- control de los recursos naturales locales;
- contabilización de los externalidades causados por el turismo (costos ecológicos);
- aplicación del principio “quien contamina paga” asumiendo las externalidades;
- consideración de las zonas frágiles;
- definición de valores límites para la capacidad de carga ecológica;
- establecimiento de límites de desarrollo y explotación turística;
- programas de mejora y reactivación del entorno degradado;
- medidas destinadas a la reducción del consumo de energía y otros recursos naturales;
- aplicación de energías renovables;
- prevención de la contaminación ambiental;
- reducción del transporte por turismo y/o fomento de transportes coherentes con el medio ambiente;
- impulso a ofertas turísticas regionales/nacionales frente al turismo de grandes compañías.

Todos estos ejemplos y sus aplicaciones caracterizan el turismo verde en las ciudades y los turistas que lo practican.

El turismo integrado al entorno cultural: el turismo cultural

El turismo cultural se define como el uso y disfrute del patrimonio cultural en momentos de ocio y tiempo libre. Se trata de aquellos viajes turísticos motivados por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico. Este tipo de turismo se compone de un conjunto de elementos - recursos histórico-artísticos- que lo diferencian de las corrientes turísticas tradicionales.

De acuerdo a Olivera Begazo (2001), así como se menciona la interacción del turismo conservando los espacios naturales, el turismo debe procurar la conservación y protección de su entorno cultural en la zona a explotar turísticamente, siendo los puntos que se consideran más relevantes:

- fomento a pequeños alojamientos locales, y a la pequeña y mediana empresa turística;
- cooperación y participación de la población local, en los procesos de planificación y realización de programas turísticos;
- coordinación entre ONGs y comunidades locales;

⁶ Algunos autores distinguen entre los conceptos de ecoturismo y turismo verde. Ver International Council on Local Environmental Initiatives (1999).

- información para turistas sobre un comportamiento adecuado (sensibilidad y respeto a la cultura local) y realización de actividades tradicionales de cada comunidad fomentando su identidad cultural;
- información para la población local sobre ventajas y riesgos del turismo para su cultura nativa;
- limitación de la participación extranjera en instalaciones turísticas;
- integración del desarrollo turístico en las actividades económicas locales/regionales (trabajo, inversión, productos, servicios, etc.).

Todos estos ejemplos y sus aplicaciones caracterizan el turismo cultural en las ciudades y los turistas que lo practican.

III. ¿Existe una caracterización diferente de los Municipios de la Provincia de Buenos Aires en base a las categorías de recursos turísticos? Aplicación de la metodología de clusters

En este apartado se presenta una aplicación de la metodología de clusters a los Municipios de la Provincia de Buenos Aires en base a los diferentes tipos de recursos turísticos que cada uno de ellos dispone. Se investiga si existe evidencia de distintos tipos o grupos de Municipios en base a las diferentes categorías de recursos turísticos.^{7 8}

III.1. Categorías de recursos turísticos, turismo verde y turismo cultural

Los recursos turísticos se clasifican en este trabajo utilizando la metodología de inventario e identificación de los recursos realizada por la OEA donde se distinguen cinco categorías (Leno Cerro, 1993):⁹

- Sitios naturales (categoría 1): registra los diferentes lugares considerados en función de su interés paisajístico; también se incluyen otro tipo de recursos naturales no asociados a un interés paisajístico (fauna y flora, caza y pesca, etc.);
- Museos y manifestaciones culturales e históricas (categoría 2): se refiere al conjunto de recursos de naturaleza cultural que tienen un valor artístico, histórico o monumental;
- Folklore (categoría 3): comprende todas aquellas manifestaciones relacionadas con el acervo cultural, las costumbres y tradiciones de la población residente;
- Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas (categoría 4): abarca aquellos elementos que, por su singularidad o alguna característica excepcional, tienen interés turístico y un carácter más actual que histórico; y
- Acontecimientos programados (categoría 5): comprende todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que pueden atraer turistas, ya sea como espectadores o participando activamente en dicho acontecimientos.

En base a la clasificación anterior, la categoría 1 hace referencia a aquellos tipos de recursos que caracterizan la modalidad de turismo verde, mientras que las restantes categorías (2, 3, 4 y 5) se materializan en la modalidad de turismo cultural, donde puede

⁷ En la aplicación de la metodología de clusters a los Municipios de la Provincia de Buenos Aires, el Lic. Gabriel Facchini participó activa y eficazmente.

⁸ En este trabajo se consideran únicamente 126 Municipios.

⁹ La identificación e inventario de los recursos turísticos de los Municipios de la Provincia de Buenos Aires se toma de Porto (2000). Las fuentes de información original consisten en ACA (1995), Guías Turísticas YPF (1998), INDEC (1980), y la recolección de datos de las páginas web de la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires y de los respectivos Municipios. En este trabajo se realiza una minuciosa revisión de los criterios para la clasificación de los recursos turísticos. Para este objetivo se contó con la eficiente colaboración de la Cra. Paola Raingo y la Lic. Bárbara González.

distinguirse el turismo cultural tradicional (categorías 2 y 3) y el turismo cultural moderno (categorías 4 y 5).

III.2. Primer paso: clusters en base a las categorías de los recursos turísticos

El primer paso en el análisis de los datos consiste en aplicar la metodología de clusters considerando las variables referidas únicamente a las categorías de los recursos turísticos por Municipios. Se obtiene así una primera clasificación de los Municipios en base a su modalidad de orientación turística que resulta en un agrupamiento en cinco clusters que se detallan a continuación.¹⁰

La Tabla 1 muestra la distribución de los Municipios de la Provincia de Buenos Aires en los cinco clusters donde el primero cuenta con 117 Municipios, el segundo con 6, y los otros tres con un solo Municipio cada uno. En la Tabla 2 se listan los Municipios de los clusters 2, 3, 4 y 5 mientras que la Tabla 3 presenta la caracterización de cada grupo en base a las categorías de recursos turísticos que presentan.

La clasificación que se deriva de los datos muestra algunas características interesantes por grupo. En el cluster 1 que cuenta con 117 Municipios, existe una amplia variedad y heterogeneidad de partidos, con lo cual el promedio del número de recursos turísticos según categoría no revela suficiente información. Sin embargo, es posible concluir que se trata de Municipios que cuentan con una menor cantidad relativa de recursos totales con respecto a los que caracterizan a los otros cuatro grupos. El cluster 2 (Ayacucho, Benito Juárez, Bragado, Coronel Suárez, General Madariaga, y La Costa) comprende Municipios que se caracterizan por tener el mayor número promedio de recursos categoría 5 y, luego de General Pueyrredón (cluster 5), es el que cuenta con mayor cantidad de recursos en la categoría 1. Por su parte, los clusters 3, 4 y 5 consisten en agrupamientos que cuentan, cada uno de ellos, con un único Municipio: Bahía Blanca (cluster 3), La Plata (cluster 4) y General Pueyrredón (cluster 5). Algunas características de estos Municipios pueden resumirse en las siguientes:

- Bahía Blanca tiene el mayor número de recursos categoría 4 y un alto número total de recursos; sin embargo, no posee bajo esta clasificación recursos folklóricos y relativamente escasos recursos bajo las categorías 1 y 5;
- La Plata es el cluster con el mayor número de recursos histórico-culturales, casi duplicando al cluster que le sigue en importancia en este tipo de recursos, aspecto relacionado principalmente con el hecho de ser la capital de la provincia; al mismo tiempo, cuenta con relativamente pocos recursos bajo la categoría 1;
- General Pueyrredón cuenta con la mayor cantidad de sitios naturales, quintuplicando al cluster 2 que es el siguiente en importancia; también se caracteriza por altos niveles de recursos catalogados como 2 y 4, y por ser el de mayores recursos totales.

Tabla 1 - Número de clusters y número de Municipios por cluster

gwal5	Freq.	Percent	Cum.
1	117	92.86	92.86
2	6	4.76	97.62
3	1	0.79	98.41
4	1	0.79	99.21
5	1	0.79	100.00
Total	126	100.00	

¹⁰ El agrupamiento en cinco clusters surge del análisis de los estadísticos de Calinski y Duda. Ver Anexo I.1 para una descripción de los estadísticos y Anexo I.2 para el resultado en esta aplicación.

Tabla 2 - Municipios por cluster

	localidades	gwa15
118.	Ayacucho	2
119.	Benito Juarez	2
120.	Bragado	2
121.	Coronel Suarez	2
122.	General Madariaga	2
123.	LA COSTA	2
124.	Bahía Blanca	3
125.	La Plata	4
126.	General Pueyrredón	5

Tabla 3 - Características del agrupamiento de los Municipios en los clusters

gwa18	Cat. 1	Cat. 2	Cat. 3	Cat. 4	Cat. 5	Suma
1	10.4	26.8	4.7	17.6	9.7	69.2
2	25.8	52.3	36.0	77.0	80.8	272.3
3	13.0	136.0	0.0	264.0	15.0	428.0
4	10.0	284.0	18.0	80.0	30.0	422.0
5	118.0	166.0	9.0	228.0	60.0	581.0

III.3. Segundo paso: clusters dentro del cluster 1. Agrupamientos en base a las categorías de los recursos turísticos y otras variables

Luego de la primera clasificación de los Municipios en base a su modalidad de orientación turística, donde uno de ellos (el cluster 1) engloba más del 90% de las localidades analizadas, se aplica nuevamente la metodología de clusters dentro de este grupo. Se incorporan variables de carácter económico (empleo en el sector comercio, empleo en el sector de hoteles y restaurantes, empleo en el sector de actividades auxiliares y complementarias, total de empleo),¹¹ demográficas (población total), así como variables de localización (distancia de los Municipios a la Ciudad de Buenos Aires). El objetivo de introducir estas variables es –además de la caracterización en base a recursos turísticos– diferenciar dentro del cluster 1 a los Municipios de acuerdo a la importancia económica de sectores relacionados con el turismo (principalmente, empleo en hoteles y restaurantes), su tamaño (población), y su cercanía o lejanía con respecto al principal centro emisor de turistas de la Argentina (distancia a la Ciudad de Buenos Aires).

Los resultados del agrupamiento dentro del cluster 1 se presentan a continuación. Los estadísticos muestran que el número de clusters óptimo es nueve, de los cuales uno continua englobando un gran número de Municipios (en este caso, 74 de 117).¹² La Tabla 4 muestra la distribución de los Municipios de la Provincia de Buenos Aires en estos nueve clusters donde el más grande es el que corresponde al grupo de 74 Municipios; luego, otros agrupamientos cuentan con 14, 13, 8, 3 y 2 Municipios, mientras que tres clusters están representados sólo por un Municipio. La Tabla 5 presenta la caracterización de cada grupo en base a las categorías de recursos turísticos que presentan y al resto de las variables analizadas.

Algunas características que se derivan del agrupamiento anterior pueden resumirse a continuación. El cluster 1.1 es el de mayor número de recursos naturales, después de Tigre

¹¹ La elección de las actividades económicas relacionadas con el turismo se basó en Porto (1999, 2000) donde se hace una breve referencia a las actividades que deben considerarse –ya sea en forma total o parcial– dentro de lo que puede denominarse “producto turístico.”

¹² Ver Anexo I.2.

(cluster 1.6), presentando además una gran cantidad de recursos de la categoría 5. Pertenecen a este cluster los típicos destinos turísticos de la costa bonaerense, como Monte Hermoso, Villa Gesell, Necochea y Pinamar, entre otros. Son, en general, los más alejados de la Ciudad de Buenos Aires (excepto el cluster 1.4. conformado por Carmen de Patagones), tienen poca población, y, por lo tanto, un nivel de empleo acorde a su población. Sin embargo, comparando con los clusters 2 y 4 que tienen poblaciones similares, éstos tienen una mayor proporción de su empleo en el sector de hotelería y restaurantes. El cluster 1.2 tiene el menor nivel de recursos, empleo y población, al igual que el cluster 1.4 (conformado solamente por Carmen de Patagones), cuya diferencia principal es la distancia a la Ciudad de Buenos Aires (el cluster 2 se encuentra, en promedio, a 270 km. mientras que el cluster 4 a casi 1.000 km.). Por su parte, el cluster 1.3 se encuentra a distancias similares al cluster 2, y presenta un elevado número de recursos (en particular, en las categorías 2, 4 y 5). Se trata de destinos con variados atractivos turísticos, encabezados por Tandil, con un nivel de empleo bajo, acorde a su población.

El cluster 1.5 comprende los partidos de Avellaneda y Almirante Brown, con un nivel de empleo moderado, y la mayor población promedio (después de La Matanza que conforma, por sí sola, el cluster 1.9). Posee importantes niveles de recursos, en especial en las categorías 2 y 4, aspecto relacionado con su cercanía a la Ciudad de Buenos Aires (14 km.). El cluster 1.6 es el partido de Tigre que posee el mayor número de recursos de sitios naturales, el mayor número de recursos totales, tiene una población moderada, y empleo acorde, y está situado relativamente cerca de la Ciudad de Buenos Aires.

Finalmente, los cluster 1.7 (conformado por 13 partidos del conurbano bonaerense, entre los que se encuentran Lanús, Florencio Varela, Moreno, Quilmes, y Pilar) y 1.8 (comprende los partidos de Morón, Vicente Lopez, y San Isidro) presentan relativamente pocos recursos totales; el primero es uno de los de mayor población y empleo moderado; el segundo es de los mayores niveles de empleo aunque con menor población que otros clusters.

Tabla 4 - Número de clusters y número de Municipios por cluster

gwal9	Freq.	Percent	Cum.
1	14	11.97	11.97
2	74	63.25	75.21
3	8	6.84	82.05
4	1	0.85	82.91
5	2	1.71	84.62
6	1	0.85	85.47
7	13	11.11	96.58
8	3	2.56	99.15
9	1	0.85	100.00
Total	117	100.00	

Tabla 5 - Características del agrupamiento de los Municipios en los clusters

gwal9	Cat. 1	Cat. 2	Cat. 3	Cat. 4	Cat. 5	Suma recursos
1	27,3	28,7	6,9	21,4	20,0	104,3
2	6,7	18,1	3,4	7,5	7,2	42,8
3	18,8	60,5	13,1	65,5	25,0	182,9
4	12,0	38,0	0,0	8,0	0,0	58,0
5	13,0	63,0	12,0	104,0	0,0	192,0
6	50,0	72,0	12,0	56,0	25,0	215,0
7	5,6	35,2	2,5	19,1	5,8	68,2
8	9,7	56,0	4,0	45,3	1,7	116,7
9	3,0	46,0	12,0	28,0	15,0	104,0

gwal9	Empleo Comercio	Empleo Horeca	Empleo Auxiliar	Total empleo	Población	Distancia
1	1153,9	109,5	87,7	1351,1	32481	510
2	861,1	62,3	26,1	949,6	28681	271
3	1899,1	150,6	100,4	2150,1	56821	231
4	730,0	41,0	0,0	771,0	27938	965
5	10258,0	728,0	340,0	11326,0	422268	14
6	6067,0	679,0	337,0	7083,0	301223	30
7	8346,2	652,3	210,3	9208,8	353530	30
8	16501,0	2043,7	858,0	19402,7	291656	19
9	28542,0	2046,0	499,0	31087,0	1300000	16

III.4. Tipología turística de los Municipios de la Provincia de Buenos Aires

En base a los agrupamientos anteriores, la Tabla 6 presenta un resumen de los clusters obtenidos, los Municipios que los conforman, y su caracterización, tanto en términos de categorías de recursos turísticos como en términos del resto de las variables consideradas (variables de estructura económica, población, y distancia a la Ciudad de Buenos Aires). En base a la información anterior, en la Tabla 7 se tipifican los Municipios de acuerdo a su orientación turística y el tipo de turismo que se desarrolla en cada uno: Municipios verdes y Municipios culturales.

La aplicación de la metodología en las dos etapas descritas anteriormente establece cinco clusters de un único partido: Gral. Pueyrredón, Bahía Blanca, La Plata, Tigre, La Matanza, y Carmen de Patagones. De estos cinco grupos de un único Municipio cada uno, los cuatro primeros tienen una orientación netamente turística, aunque difieren en el tipo de turismo, en su cercanía a la Ciudad de Buenos Aires (General Pueyrredón y Bahía Blanca están, en promedio, a 500 km. mientras que La Plata y Tigre no superan los 50 km. de distancia), y en su tamaño (General Pueyrredón y La Plata superan a Bahía Blanca y Tigre en población). Como una primera aproximación, General Pueyrredón y Tigre pueden definirse como Municipios verdes, mientras que Bahía Blanca y La Plata se caracterizan como Municipios culturales, el primero con orientación hacia el turismo cultural moderno y el segundo hacia el turismo cultural tradicional. Carmen de Patagones es escasamente turístico.

Hay tres clusters cercanos a la Ciudad de Buenos Aires. El cluster 1.5 comprende los Municipios de Avellaneda y Almirante Brown y es el de mayores recursos dentro de los Municipios cercanos, destacándose en la categoría 4. Tiene una población importante, y un empleo moderado. Por su parte, el cluster 1.8 (Morón, Vicente López y San Isidro) tiene los mayores niveles de empleo, a pesar de tener una población menor a la del cluster 1.5, con recursos moderados. Por último, el cluster 1.7 tiene una importante población, pero con pocos recursos. La orientación turística de los Municipios que forman parte de estos agrupamientos puede clasificarse como alta, moderada, y escasa, respectivamente, con prevalencia del turismo cultural moderno en el cluster 1.5 (Almirante Brown y Avellaneda) y del turismo cultural tradicional en el cluster 1.8 (Morón, San Isidro, y Vicente López).

De los clusters que están más alejados de la Ciudad de Buenos Aires, se distinguen cuatro clusters, todos con una población menor a los 60.000 habitantes. Dentro del cluster 1.1 se encuentran los principales centros turísticos de la costa, con un nivel de recursos moderado, alto en sitios naturales y acontecimientos programados, aunque son los más lejanos, a 570 km. promedio de la Ciudad de Buenos Aires. El cluster 2 (Ayacucho, Benito Juárez, Bragado, Coronel Suárez, General Madariaga y La Costa) tiene el mayor número de recursos, en especial destaca en cantidad de recursos categoría 5, tiene pocos habitantes, y está ubicado a 370 km. en promedio. Por su parte, el cluster 1.3 (Alberti, Azul, Campana, Capitán Sarmiento, Casares, Olavarría, Tandil y Ensenada) posee también importantes recursos, aunque en menor medida comparado con el anterior, y presenta el doble de habitantes (aunque sigue siendo de localidades pequeñas en promedio). Finalmente, el cluster 1.2 es el grupo menos turístico de todos, incluso por debajo de Carmen de Patagones. Tienen una muy baja población y empleo. Dada la diversidad de Municipios en estos grupos, la clasificación según orientación turística resulta relativamente difícil. Se consideran con orientación turística alta los Municipios del cluster 1.1 (como por ejemplo, Chascomús, Pinamar, y Villa Gesell), con orientación turística moderada los del cluster 2 (como por ejemplo, Ayacucho y La Costa) y los del cluster 1.3 (donde se destaca Tandil), y con orientación turística escasa los del cluster 1.2 (74 Municipios no incluidos en los grupos anteriores).

Finalmente, el cluster 1.9 (La Matanza) es un Municipio cercano, con poca cantidad de recursos y, por lo tanto, con escasa orientación turística.

Tabla 6
Caracterización de los clusters en base a las categorías de recursos turísticos
Municipios de la Provincia de Buenos Aires

Cluster	Cantidad de partidos	Localidades	Cat. 1	Cat. 2	Cat. 3	Cat. 4	Cat. 5	Suma recursos
5	1	Gra. Pueyrredón	118	166	9	228	60	581
3	1	Bahía Blanca	13	136	0	264	15	428
4	1	La Plata	10	284	18	80	30	422
2	6	Ayacucho, B. Juárez, Bragado, Cnel. Suarez, Gral. Madariaga, La Costa	26	52	36	77	81	272
1.6	1	Tigre	50	72	12	56	25	215
1.5	2	Aite. Brown, Avellaneda	13	63	12	104	0	192
1.3	8	Alberti, Azul, Campana, Ctan. Sarmiento, Casares, Ensenada, Olavarría, Tandil	19	61	13	66	25	183
1.8	3	Morón, San Isidro, Vicente Lopez	10	56	4	45	2	117
1.1	14	Alsina, Balcarce, Chascomús, Chivilcoy, Gral. Alvarado, Mar Chiquita, Monte Hermoso, Necochea, Pinamar, Puán, Saavedra, Tornquist, Tres Arroyos y Villa Gesell	27	29	7	21	20	104
1.9	1	La Matanza	3	46	12	28	15	104
1.7	13	Berazategui, Escobar, Echeverría, Varela, San Martín, Lanús, Lomas, Merlo, Moreno, Pilar, Quilmes, San Fernando y 3 de Febrero	6	35	3	19	6	68
1.4	1	Carmen de Patagones	12	38	0	8	0	58
1.2	74	RESTO	7	18	3	8	7	43
	126		313	1.056	129	1.004	286	2.787

Tabla 6
Caracterización de los clusters en base al resto de las variables
Municipios de la Provincia de Buenos Aires

Cluster	Cantidad de partidos	Localidades	Empleo Comercio	Empleo Horeca	Empleo Auxiliar	Total empleo	Población	Distancia
5	1	Gra. Pueyrredón	23.240	5.840	1.497	30.577	564.056	404
3	1	Bahía Blanca	11.465	974	1.436	13.875	284.776	688
4	1	La Plata	19.226	2.206	8.850	30.282	574.369	59
2	6	Ayacucho, B. Juárez, Bragado, Cnel. Suarez, Gral. Madariaga, La Costa	1.145	115	58	1.317	29.958	371
1.6	1	Tigre	6.067	679	337	7.083	301.223	30
1.5	2	Alte. Brown, Avellaneda	10.258	728	340	11.326	422.268	14
1.3	8	Alberti, Azul, Campana, Ctan.Sarmiento, Casares, Ensenada, Olavarría, Tandil	1.899	151	100	2.150	56.821	231
1.8	3	Morón, San Isidro, Vicente Lopez	16.501	2.044	858	19.403	291.656	19
1.1	14	Alsina, Balcarce, Chascomús, Chivilcoy, Gral.Alvarado, Mar Chiquita, Monte Hermoso, Necochea, Pinamar, Puán, Saavedra, Tornquist, Trres Arroyos y Villa Gesell	1.154	110	88	1.351	32.481	510
1.9	1	La Matanza	28.542	2.046	499	31.087	1.300.000	16
1.7	13	Berazategui, Escobar, Echeverría, Varela, San Martín, Lanús, Lomas, Merlo, Moreno, Pilar, Quilmes, San Fernando y 3 de Febrero	8.346	652	210	9.209	353.530	30
1.4	1	Carmen de Patagones	730	41	-	771	27.938	965
1.2	74	RESTO	861	62	26	950	28.681	271
126			129.434	15.647	14.299	159.380	4.267.756	

Tabla 7
Tipología turística de los Municipios de la Provincia de Buenos Aires

Cluster	Cantidad de partidos	Localidades	Características	Orientación turística	Tipo de turismo
5	1	Gra. Pueyrredón	Municipio lejano, importante cantidad de recursos turísticos	alta	Turismo verde
3	1	Bahía Blanca	Municipio lejano, importante cantidad de recursos turísticos	alta	Turismo cultural moderno
4	1	La Plata	Municipio cercano, importante cantidad de recursos turísticos	alta	Turismo cultural tradicional
2	6	Ayacucho, B. Juárez, Bragado, Cnel. Suarez, Gral. Madariaga, La Costa	Municipios cercanos/lejanos, moderada cantidad de recursos turísticos	moderada	Turismo cultural moderno
1.6	1	Tigre	Municipio cercano, importante cantidad de recursos turísticos	alta	Turismo verde
1.5	2	Alte. Brown, Avellaneda	Municipio cercano, importante cantidad de recursos turísticos	alta	Turismo cultural moderno
1.3	8	Alberti, Azul, Campana, Ctan.Sarmiento, Casares, Ensenada, Olavarría, Tandil	Municipios cercanos/lejanos, moderada cantidad de recursos turísticos	moderada	Turismo cultural moderno
1.8	3	Morón, San Isidro, Vicente Lopez	Municipio cercano, importante cantidad de recursos turísticos	moderada	Turismo cultural tradicional
1.1	14	Alsina, Balcarce, Chascomús, Chivilcoy, Gral.Alvarado, Mar Chiquita, Monte Hermoso, Necochea, Pinamar, Puán, Saavedra, Tornquist, Trres Arroyos y Villa Gesell	Municipios lejanos, importante cantidad de recursos turísticos	alta	Turismo verde
1.9	1	La Matanza	Municipio cercanos, poca cantidad de recursos	escasa	
1.7	13	Berazategui, Escobar, Echeverría, Varela, San Martín, Lanús, Lomas, Merlo, Moreno, Pilar, Quilmes, San Fernando y 3 de Febrero	Municipio cercanos, poca cantidad de recursos	escasa	
1.4	1	Carmen de Patagones	Municipio cercanos, poca cantidad de recursos	escasa	
1.2	74	RESTO	Heterogeneidad de Municipios	escasa	

III.5. La política turística en algunos Municipios

En este apartado se presenta una breve referencia a las políticas turísticas llevadas a cabo por la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires y algunos de los Municipios representativos de los agrupamientos presentados en la sección anterior en base a la aplicación de los clusters. Se trata de determinar si existe una relación entre la tipología turística establecida y la política (turística, cultural y/o medioambiental) llevada a cabo por los Municipios. Los resultados que surgen de una breve recopilación muestran que:

- i) algunos programas buscan insertar en el mundo del turismo a localidades con escasa orientación turística actual (Luján y San Andrés de Giles en el *Programa Pueblos Turísticos*);
- ii) otras iniciativas buscan potenciar los recursos turísticos en aquellos Municipios con orientación turística moderada (Declaración de Azul como *Ciudad Cervantina de Argentina*);

iii) otros programas tienen como objetivo aprovechar al máximo la orientación turística alta de sus Municipios (*Conociendo Nuestra Capital* en La Plata).

Se describen a continuación un programa de financiamiento de obras turísticas destinado a todos los Municipios de la Provincia, y el resto de los programas mencionados anteriormente.

Una de las principales políticas en materia de turismo llevadas a cabo por la Provincia de Buenos Aires es el *Programa de Financiamiento de Obras para Impulso de la Actividad Turística*, cuyo objetivo es planificar en forma concertada la inversión pública que la Provincia realiza en los Municipios a fin de diseñar una política turística orientada al desarrollo sustentable local, regional y provincial. Se trata de inversiones en proyectos desarrollados por los propios Municipios, para mejorar su competitividad y calidad como destinos turísticos. El programa de financiamiento se divide en dos etapas. En la primera etapa, las mejoras en infraestructura que recibirán fondos son oficinas de información al turista; señalización turística; puesta en valor de sitios culturales, históricos y naturales; y rampas; baños e instalaciones para personas discapacitadas. Luego, el financiamiento se extiende a la construcción, ampliación y remodelación de instalaciones en balnearios, campings y recreos; acondicionamiento de muelles de pesca; bajadas de lanchas y botes; refugios en atractivos serranos y miradores panorámicos. Esta política está destinada a todos los Municipios, cualquiera sea su grado de orientación turística.

Otra de las iniciativas implementadas por la Provincia es el *Programa Pueblos Turísticos*, un proyecto que busca revalorizar todos los recursos que reúnen las pequeñas localidades de la Provincia. Este programa es un ejemplo de políticas públicas aplicadas al desarrollo local. El objetivo es promover e incentivar el desarrollo de actividades y emprendimientos turísticos sostenibles en pequeñas localidades, generando puestos de empleos, recursos genuinos, y favoreciendo el arraigo. El alcance del programa es para las localidades no urbanas de hasta 2.000 habitantes, con potencialidad turística y con voluntad de desarrollarla por parte de los intendentes, los encargados de las áreas de turismo, y los habitantes.

El programa consta de cinco etapas y este trabajo, mediante el inventario y clasificación de los recursos turísticos y mediante la tipología según grado de orientación turística que se elabora para los Municipios de la Provincia, es un punto de partida para la primera etapa del plan y para algunas de las localidades incluidas en él. Precisamente, la primera etapa consiste en hacer un relevamiento exhaustivo para realizar un diagnóstico en cada localidad y, a partir de allí, diagramar un plan específico para cada pueblo. La segunda etapa consiste en capacitar y concientizar a los habitantes del pueblo en que el turismo puede atraer nuevos recursos.¹³ La tercera etapa apunta a desarrollar el proyecto necesario para cada localidad en especial, de acuerdo al diagnóstico y a la disponibilidad de financiamiento que poseen los emprendimientos privados, buscando posicionar a cada localidad como un destino turístico. La siguiente etapa consiste en promocionar y difundir, a través del diseño de páginas web y con presencia en las ferias, la marca *Pueblos Turísticos* para que los visitantes puedan reconocerla al transitar la provincia. Por último, realizar la integración de los pueblos vecinos en la conformación de un circuito turístico y el intercambio de experiencias conformando redes informativas, para transmitir cómo el turismo permitió el resurgimiento de localidades estancadas.

Este tipo de políticas de creación y estímulo de nuevos productos turísticos está comenzando a ser aceptado por distintos Municipios, algunos de los cuales se clasificaron

¹³ En esta etapa se detectan también las comunidades emprendedoras, los productos autóctonos de cada región –como la elaboración de dulces, el trabajo con cuero, etc.- con la finalidad de ayudarlos y ofrecer sus productos al turismo.

anteriormente como con escasa orientación turística. Por ejemplo, el Programa está siendo implementado en la localidad de Carlos Keen correspondiente al partido de Luján, y en las localidades de Azcuénaga y Villa Ruiz pertenecientes a San Andrés de Giles. Es interesante notar la coincidencia entre la delimitación del tipo de Municipios y el objetivo de la política económica: se presenta una política de desarrollo local basado en el fomento de una actividad poco explotada en estos Municipios.

Finalmente, es posible mencionar otros ejemplos interesantes de políticas turísticas en los Municipios de la Provincia de Buenos Aires, en los cuales –a diferencia del caso anterior- el objetivo de la política turística es potenciar el aprovechamiento y la explotación de un recurso turístico existente. La ciudad de Azul participa de una iniciativa entre la Secretaría de Turismo de la Provincia y el Municipio donde se la declara *Ciudad Cervantina de la Argentina* cuyo objetivo es desarrollar el potencial turístico cultural del distrito. A través del Festival Cervantino y las Jornadas Internacionales Cervantinas, la política turística local explota las ventajas de su tipología como Municipio cultural y es una vía para que su orientación turística pase de moderada a alta. En La Plata se desarrolla el Programa *Conociendo Nuestra Capital* que impulsa la Secretaría de Turismo de la Provincia junto al Municipio de La Plata, iniciativa en la que se busca mostrar a los jóvenes de la Provincia el potencial turístico de su ciudad Capital. Se realiza un circuito guiado, educativo y recreativo, que incluye lugares como el Zoológico, el Paseo del Bosque, la República de los Niños, y, particularmente, el casco histórico junto con el patrimonio cultural de la ciudad. También en La Plata se desarrolla un programa denominado *Cultura en los Barrios* cuyo objetivo principal es promover el desarrollo de actividades culturales y turísticas que contemplen la integración de los vecinos de la ciudad, e incentivar la generación y promoción de iniciativas artísticas locales, respetando los intereses de los distintos actores sociales. El potencial turístico como ciudad Capital y sus importantes recursos de turismo cultural –explotados en estos Programas- hacen que la política concuerde con la tipología turística encontrada.

IV. Consideraciones finales

En este trabajo se presenta un enfoque del desarrollo local basado en la explotación de los recursos turísticos de las localidades y la promoción de los destinos en base a los distintos tipos de turistas que los visitan: aquellos que disfrutan del turismo verde y aquellos que prefieren el turismo cultural. Se presenta una aplicación a los Municipios de la Provincia de Buenos Aires. Este nuevo enfoque de desarrollo local se basa en el análisis de servicios como el turismo cuya producción depende, en parte, de los turistas (clientes) como insumos.

El modelo teórico sugiere lineamientos novedosos para diseñar políticas de desarrollo local, basadas en el turismo, a partir del planteo de una función de producción de características particulares. El punto central de esta función de producción es que los turistas no solo son usuarios de los servicios ofrecidos en una jurisdicción, sino que también son insumos. Esa característica dual de los turistas determina un particular sistema de precios para lograr la asignación eficiente de los recursos. No hay venta directa de los servicios turísticos a todos los turistas sino que los usuarios se clasifican en categorías según su rol en el proceso productivo. Ese distinto rol es central para el sistema de precios.

Si bien en este momento no existe aplicación de este enfoque y en la casi totalidad de los casos se vende en forma directa el servicio turístico de cada jurisdicción, una política que tienda a la eficiencia debería basarse en los desarrollos teóricos presentados.

Un paso para la aplicación práctica de este modelo de desarrollo local es contar con una tipología de las jurisdicciones en base a los servicios turísticos que ofrecen y el rol que pueden jugar los usuarios. Un aspecto interesante a detallar en este contexto es cuáles son las características de los individuos que hacen que se traten de turistas que los destinos

turísticos querrían atraer. En particular, en este trabajo, se enfatiza el hecho de que los individuos tengan una conciencia medioambiental (turistas que practican el turismo verde) y de preservación del patrimonio socio-cultural de las comunidades (turistas que practican el turismo cultural). Es así como se desarrolla una tipología de las municipalidades de la Provincia de Buenos Aires según sus dotaciones de recursos turísticos y sus características productivas. Se distinguen Municipios verdes y Municipios culturales (en este último caso, tanto de tipo tradicional como de tipo moderno). En base a esas características se deberían formular las políticas de precios para distintos tipos de usuarios. Por ejemplo, un Municipio verde tendrá que subsidiar a aquellos que prefieran medios de transporte no contaminantes instalando, por ejemplo, centros de estacionamiento de bicicletas, o alquiler de las mismas a precio bajo. Del mismo modo, en un Municipio cultural la política de precios indicaría subsidiar a aquellos turistas que a su vez sean atracción para el resto. Un ejemplo sería brindarles infraestructura para que puedan exponer o desarrollar sus habilidades artísticas, crear programas de difusión de la cultura e identidad de las localidades, entre otras.

Este trabajo es una primera aproximación a una nueva concepción del desarrollo local basado en distintas modalidades de turismo. Se busca establecer algunos lineamientos teóricos que permitan conocer las particularidades de las funciones de producción turística de las ciudades. Al mismo tiempo, se presenta una aplicación práctica como un punto de partida para diagnosticar y caracterizar los tipos de turismo (y de turistas que lo practican) en los Municipios de la Provincia de Buenos Aires así como la adecuación de las políticas turísticas (locales y/o provinciales) implementadas.

Referencias

Automóvil Club Argentino. 1995. República Argentina: atlas vial y turístico. 6ta edición.

Brohman, J. 1996. "New directions in tourism for third world development." *Annals of Tourism Research* 23: 48-70.

Conferencia Mundial Turismo Sostenible. 1995. Carta Mundial de Turismo Sostenible. Lanzarote, España.

Cooper, M.C. y G.W. Milligan. 1988. "The effect of error on determining the number of clusters." Proceedings of the *International Workshop on Data Analysis, Decision Support and Expert Knowledge Representation in Marketing and Related Areas of Research*, 319-328.

Direcciones locales de turismo.

Gibson, L.J 1993. "The potential for tourism development in nonmetropolitan areas" en D.L. Barkley (ed.) *Economic Adaptation: Alternatives for nonmetropolitan areas*. Boulder, CO: Westview Press:145-164.

Guías Turísticas YPF. 1998. G.T. N°1: Buenos Aires turístico y alrededores (Ciudad de Buenos Aires y Buenos Aires).

INDEC. 1979-1980. Anuario Estadístico de la República Argentina.

International Council on Local Environmental Initiatives. 1999. "Tourism and sustainable development. Sustainable tourism: a local authority perspective.

Leatherman, J.C y D.W. Marcouiller 1997. "Estimating tourism's share of local income from secondary data sources". *The Review of Regional Studies*: 317-339.

Leno Cerro, F. 1993. *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Secretaría General de Turismo/Turespaña. Dirección General de Política Turística. Serie Libros sobre Turismo N° 2. Madrid.

Milligan, G.W. y M.C.Cooper. 1985. "An examination of procedures for determining the number of clusters in a data set." *Psychometrika*, 50, 159-179.

Porto, N. 1999. El turismo como alternativa de crecimiento. Documento de trabajo N° 11. Departamento de Economía. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de La Plata. Trabajo de tesis realizado para la obtención del título de Magister.

Porto, N. 2000. "Una nueva actividad para el desarrollo regional: el turismo como alternativa para el crecimiento de las provincias argentinas." Maestría en Finanzas Públicas Provinciales y Municipales. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de La Plata.

Olivera y Begazo, M.A. 2001. "Turismo sostenible y las Agendas 21." Congreso virtual internacional de turismo y cultura.

Rothschild, M. y L.J.White. 1996. "The analytics of the pricing of higher education and other services in which the customers are inputs." *The Journal of Political Economy*. Vol. 103. N°3.

Secretaria de Turismo y Deporte. Gobierno de la Provincia de Buenos Aires.

Anexo I.1 – Determinación del número óptimo de clusters ¹⁴

En la mayoría de las aplicaciones de análisis de cluster uno de las dificultades más importantes es la determinación del número óptimo de grupos, es decir, el número de grupos que mejor se adapta a los datos. Estimar el número de grupos en un análisis de clusters es una cuestión que aún no tiene una solución completamente satisfactoria (Everitt 1979; Hartigan 1985; Bock 1985) ya que el número apropiado de grupos se determina observando distintos estadísticos, lo cual puede estar influido por cierta subjetividad en el análisis.

Milligan y Cooper (1985) y Cooper y Milligan (1988) compararon 30 métodos para estimar el número de clusters usando métodos de clustering jerárquicos. Los tres criterios que mejor se comportaron en estas simulaciones con un alto grado de error en los datos fueron el pseudo estadístico F desarrollado por Calinski y Harabasz (1974), un estadístico al que se hará referencia como $Je(2)/Je(1)$ elaborado por Duda y Hart (1973) que puede ser transformado en un pseudo estadístico t^2 , y el criterio cúbico de clustering (CCC). Stata tiene la posibilidad de usar los dos primeros como reglas de stop. Grandes valores del índice pseudo F indican una mayor diferenciación en el clustering, por lo que el objetivo es maximizar dicho estadístico. Lo opuesto es cierto para el pseudo- t^2 : se debe elegir el número de clusters de manera tal de que el índice sea bajo y tenga mucho mayores valores cerca suyo.

I.1.1. El método de Calinski y Harabasz para clustering

La medida de Calinski y Harabasz computa la suma de los cuadrados de los errores (distancias) entre el cluster k y los otros $k-1$ clusters, y la compara con la suma interna de los cuadrados de los errores para los k clusters (tomando sus errores cuadrados individuales y sumándolos). Se trata de una medida del cociente entre la similitud (disimilitud) entre clusters y dentro del cluster.

$$CH(k) = \frac{B(k)/(k-1)}{W(k)/(N-k)}$$

donde $B(k)$ es la suma de los cuadrados de los errores entre clusters, $W(k)$ es la suma de los cuadrados de los errores dentro del cluster y k es el número de clusters. Si tanto $B(k)$ como $W(k)$ son medidas de diferencias/disimilitud, entonces un mayor valor de CH indica un mejor clustering, dado que la diferencia entre clusters debe ser alta, y la diferencia dentro del cluster pequeña. Sin embargo, si son medidas de similitudes, un menor valor es mejor dado que las similitudes entre clusters debe ser baja y las similitudes dentro del cluster alta. Entonces, si se usan medidas de similitud, a medida que k aumenta, $CH(k)$ tenderá a hacerse más pequeño, dado que la similitud entre clusters se hace menor y la similitud dentro del cluster mayor al aumentar el número de clusters (k). Es la inversa de lo que pasaba antes, pero el significado es equivalente.¹⁵

¹⁴ El Anexo fue elaborado por el Lic. Gabriel Facchini.

¹⁵ Debe mencionarse que no es el valor del estadístico en si mismo lo que importa, sino la tendencia en los valores que va tomando, y en particular la proporción de cambio de un k al siguiente. Un salto mayor sugiere que posiblemente se esté en presencia de un codo en el dendrograma, y que el ese valor de k es el más conveniente.

I.1.2. El método de Duda y Hart para clustering

Duda y Hart sugieren un estadístico $Je(2)/Je(1)$ tal que:

$$[(U_{1e}(2)) / (U_{1e}(1))] = [(W_{1k} + W_{1l}) / W_{1m}] = [(1 / ((1 + [t^2])) / (W_{1k} + N_{1l} - 2))]$$

El índice sigue el mismo comportamiento que el índice de Calinski y Harabasz, grandes valores del $Je(2)/Je(1)$ indican una mayor diferenciación, mientras que lo contrario ocurre con el pseudo estadístico t_2 .

Anexo I.2 – Determinación del número óptimo de clusters en la aplicación

I.2.2. Los estadísticos para el primer agrupamiento

Se calculan los estadísticos de Calinski y Duda. El número de cluster a utilizar 5, dado que es un pico máximo en la F de Calinski y Harabasz y un mínimo en el t^2 rodeado de altos valores.

Number of clusters	Calinski/Harabasz pseudo-F
2	25.61
3	28.82
4	21.75
5	44.88
6	38.46
7	44.04
8	40.31
9	41.25
10	50.23
11	46.60
12	50.70
13	47.70
14	45.14
15	57.55

Number of clusters	Duda/Hart pseudo T-squared	
	$Je(2)/Je(1)$	
1	0.8288	25.61
2	0.8216	26.71
3	0.0000	.
4	0.6180	74.78
5	0.5678	3.05
6	0.7952	29.61
7	0.3523	5.51
8	0.8791	15.13
9	0.7594	34.22
10	0.4982	3.02
11	0.8077	21.67
12	0.2874	2.48
13	0.8682	2.28
14	0.6341	45.58
15	0.7785	3.98
16	0.9158	6.90
17	0.5153	1.88
18	0.4753	11.04
19	0.3762	3.32
20	0.0000	.

II.2. Los estadísticos para el segundo agrupamiento

Se calculan los estadísticos de Calinski y Duda para ver el número ideal de clusters que resulta ser igual a 9.

Number of clusters	Calinski/ Harabasz pseudo-F
2	19.01
3	42.61
4	32.65
5	25.81
6	23.03
7	19.82
8	22.95
9	27.40
10	24.90
11	22.83
12	21.99
13	23.40
14	22.59
15	22.93

Number of clusters	Duda/Hart pseudo T-squared	
	Je (2) / Je (1)	
1	0.8581	19.01
2	0.6669	56.95
3	0.7609	5.34
4	0.9635	3.60
5	0.7184	5.49
6	0.3728	1.68
7	0.8112	21.87
8	0.7457	29.32
9	0.3835	1.61
10	0.0000	.
11	0.6013	3.98
12	0.4515	13.36
13	0.3564	5.42
14	0.5670	9.16
15	0.6730	34.99
16	0.5633	3.88
17	0.0000	.
18	0.3650	3.48
19	0.1533	5.52
20	0.4635	4.63