

MIRAMAR: DIMENSIONES CRÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO TURÍSTICO

arq. Juan Carlos Mantero
lic. Jorge Cañueto

RESUMEN

El trabajo que se presenta es la síntesis de una actividad de transferencia realizada por el Centro de Investigaciones Turísticas de Diagnóstico de Situación y Estrategias de Desarrollo Turístico de Miramar, centro turístico del litoral atlántico en fase de declinación.

En el documento se confronta la situación actual de Miramar a las tendencias de la actividad turística y promueve la adopción de ciertas estrategias tendientes a superar la disociación urbana, actualizar las condiciones de su entidad turística y propiciar el desarrollo futuro de la actividad.

La definición y consideración de las dimensiones indicadas se realiza en el contexto de una perspectiva turística pautada por tendencias que tienden a marginarle del devenir de la actividad del turismo de mar y playa.

La superación de la circunstancia se plan-

tea a partir de ciertas premisas de desarrollo turístico: la *finalidad* de contribuir al desarrollo de la comunidad, la coherencia en la participación de los sectores, la gradualidad de su proceso de innovación, la auto *propulsividad* que garantice su continuidad, la *indivisibilidad* de beneficios de turistas y residentes.

Las estrategias concebidas planteadas asumen las *cuestiones*, aspiraciones socialmente problematizadas, respecto de la actividad turística: la temporada, la estacionalidad y el futuro, y de la interacción social: la identidad.

La actividad turística de Miramar se concibe en sus posibilidades y restricciones, propiciando: acreditar Miramar en la temporada, recrear Miramar en su región, programar Miramar fuera de temporada, innovar Miramar en producto de desarrollo alternativo y promover Miramar mediante su apropiación por la comunidad.

Palabras Claves:

Desarrollo turístico - Proposición - Problemas - Estrategias - Centros Turísticos - Miramar.

MIRAMAR: CRITICAL DIMENSIONS AND TOURIST DEVELOPMENT

SUMMARY

This work is a summary of a transference activity carried out by the Center of Tourist Research of Situation Diagnosis and Tourist Development Strategies of Miramar, placed on the Atlantic coast, now on a decline phase.

Our paper compares the present situation of Miramar with the tendencies of the tourist activity and promotes the taking of certain strategies tending to overcome the urban dissociation, update the conditions of its tourist entity and promote the future development of this activity.

The identification of Miramar, as a tourist resort for vacation, similar to other coastal urban places, does not overlook its distinguishing characteristics regarding: urban duality, cultural detachment, territorial insularity and domestic tourism, which feature the activity-community relationship.

The definition and consideration of the dimensions above, is done in a context of a tourist perspective, according to tendencies which limit the city to a sand-and-sea- tourism.

the city to a sand-and-sea- tourism.

The overcoming of this circumstance is approached from specific clues of tourist development: the aim of contributing to the development of the community, the coherence regarding the participation of the sectors, its gradual process of innovation, its self motion which guarantees its continuity; the indivisibility of benefits for tourists and residents.

These strategies assume the questions, socially problematic expectations, regarding both, the tourist activity: the season, the seasonality and the future, and the social interaction: the identity.

The tourist activity in Miramar is considered according to its possibilities and limitations, aiming at: crediting Miramar in high season, recreating Miramar in its own region, scheduling Miramar off season, innovating Miramar as an alternate development product and promoting Miramar by means of its community ownership.

Key Words:

Tourist - Development - Proposition - Problems - Estrategies - Tourist Resorts - Miramar.

I - INTRODUCCION

El presente trabajo plantea el caso de Miramar, centro urbano de función turística del litoral atlántico de la Provincia de Buenos Aires, ubicado a 450 kms de Buenos Aires.

El proceso de crecimiento turístico y desarrollo urbano y el estado de declinación turística y de estancamiento urbano confieren a Miramar carácter referencial respecto de centros turísticos producto de procesos más recientes de urbanización.

Se estima pertinente presentar las características de Miramar, en tanto centro urbano y centro turístico, las dimensiones que le confieren singularidad, las tendencias de su devenir turístico y las proposiciones destinadas a promover el desarrollo turístico e integrar la actividad en el devenir urbano.

II - CENTRO URBANO - CENTRO TURÍSTICO

Miramar, centro urbano sede del Municipio de Gral. Alvarado, se crea en 1888, crece en función del fraccionamiento y venta de lotes y de la construcción de un centro balneario a partir de la apertura del *Hotel Argentino* en 1889 y de la conexión ferroviaria concretada en 1911.

Durante el período 1915-1950, a diferencia de Mar del Plata, el desarrollo turístico resultó lento y gradual, excepto la realización en la década del 20 de obras de equipamiento (*muelle, rambla, vivero, golf*), y su incidencia en el devenir urbano, en dicho lapso, se limita a inducir un acotado crecimiento poblacional.

Durante el período 1950-1970, en función de una intensa actividad inmobiliaria, en el contexto de la institucionalización de *la propiedad horizontal*, se produce la transformación del balneario en

centro turístico, convocante del flujo *de masas* que se volcara en el litoral marítimo, en ese entonces limitado a Mar del Plata y Miramar.

Miramar ya esta conformada a comienzos de la década del 70, mediante el proceso de sustitución edilicia de viviendas unifamiliares por edificios multifamiliares, por tanto de multiplicación de su capacidad turística, conformación que perdura sin alteraciones ni innovaciones significativas desde aquel entonces.

La situación actual de Miramar le presenta escindida en el espacio y en el tiempo en función de la incidencia ocupacional y estacional de las actividades turísticas en el desarrollo urbano y de la ausencia de actividades urbanas ajenas al devenir turístico, de magnitud y diversidad suficientes para compensar su actual declinación.

El perfil del centro urbano y la capacidad turística de soporte, en función de su localización y de los atractivos de base, le singulariza como un centro turístico *de estadia*, atento la presencia promedio del turista, en relación al atractivo excluyente de *la playa*, desarrollado a partir de alojamiento en *unidades de vivienda*, durante temporada, coincidente con el período vacacional, y la considerable recurrencia del turista *veraneante*.

Miramar es ubicable en un rango significativo, en relación a los restantes centros del litoral, en consideración a su capacidad turística. Sin embargo, la magnitud alcanzada y perdurable no disimula la detención en el tiempo ni la pérdida de aptitud convocante.

La evolución de la población del Partido de General Alvarado pasa de 2.208 hab. en 1895 a 12.694 hab. en 1947, a 21.903 hab. en 1970, a 30.429 hab. en 1991, magnitudes que expresan una irrelevante incidencia de flujos migratorios. Miramar alcanza a 19.533 hab. en 1991, su capacidad turística actual se estima en 54.000 plazas y el número de turistas en temporada en 220.000 personas.

La sectorización del producto bruto interno del Partido presenta una relevante actividad agropecuaria e inexistente actividad industrial. Aunque no precisa la contribución del sector turismo a la producción, considerando el aporte asignable de los sectores terciarios, podría estimarse en el 20%.

La evolución del flujo turístico no está acreditada en estadísticas confiables, sin embargo la capacidad simultánea indica el límite ocupacional y la tendencia decreciente de la duración de la temporada y de la estadía promedio la proyección regresiva de la demanda.

La estimación del gasto turístico promedio en temporada, referente de la contribución del ingreso turístico, considerando filtraciones, alcanza aproximadamente a setenta millones de pesos, revelando además la significativa incidencia de la locación de unidades de vivienda.

La estratificación socioeconómica de la población estable comprende 15.6 % del nivel alto-medio alto, 29.4 % del nivel mediano-medio y 54.9 % del nivel medio bajo-bajo, en tanto la estratificación de la población turística, procedente del rea metropolitana, comprende 40.2 % del nivel alto-medio alto y 59.8 % del nivel medio-medio.

La incidencia social de la actividad turística se expresa en el *incremento del trabajo durante la temporada del 47.5 % de la población activa y en el alquiler de su vivienda durante el verano del 15.6 % de la población residente.*

III - DIMENSIONES DE LA INTERACCIÓN TURISMO - CIUDAD

La identificación de Miramar como centro turístico de estadía vacacional le asimila a los restantes centros urbanos del litoral. Sin embargo, tal similitud no excluye la singularidad de Miramar en la conformación de su estructura urbana, en el ejercicio de su actividad turística y en la entidad que le confiere su imagen.

LA DUALIDAD URBANA

dualidad: existencia de dos caracteres o fenómenos distintos en un mismo estado de cosas. Facultad que tiene algunos cuerpos de cristalizar, según las circunstancias, en dos figuras diferentes.

A partir de una traza integrada, al momento de su creación, a través de una evolución gradual y del impacto edilicio de la expansión turística de las décadas del 60 y del 70, ha devenido en la conformación de una estructura urbana dual.

La simétrica, traza en damero, compatible con la planicie natural objeto del fraccionamiento inicial, se transforma al densificarse la ocupación edilicia del sector adyacente al Boulevard Marítimo, por imperio de la *propiedad horizontal* y del mercado inmobiliario, y al ampliarse el área urbana más allá del cuadrado original, por radicación de la población residente en parcelas más accesibles.

El mar, el Vivero y el arroyo y la *urbanización espontánea* conformaron límites al crecimiento por extensión, acentuando la concentración turística adyacente a las playas *urbanas* y sin atenuar la diseminación residencial hacia la *frontera rural*.

La *asimetría* ocupacional edilicia traduce volumétricamente la diferencia de densidad locacional del sector de uso turístico estacional respecto del sector de uso residencial permanente, sectores que deslinda la avenida central paralela al mar y procura vincular la *peatonal* calle de uso comercial.

La dicotomía en el denso espacio del turista y el diluido espacio del residente imprime la disociación en el territorio y conforma la diferencia en el escenario urbano. El ámbito recreativo del turista se constituye en ámbito del trabajo del residente durante la temporada estival y en espacio *vacío* de abril a noviembre, marginal incluso a los cotidianos itinerarios urbanos.

LA AJENIDAD CULTURAL

ajeno: perteneciente a otro. De otra clase o condición. distante, lejano, libre de alguna cosa. impropio, extraño.

La ausencia de densidad suficiente y centralidad necesaria para conformar un ámbito urbano de encuentro e intercambio social se

traduce en una *sub-urbanización* que condiciona la *apropiación* del territorio de la convivencia.

El consenso de la población respecto de la proposición *Miramar no fue concebida para el disfrute de los residentes*, expresado en reciente encuesta, permite inferir una dominante sensación de *ajenidad* del residente en su relación con la ciudad, escenario de sus actividades.

La relación turista - residente durante la temporada y el impacto cíclico del turismo alteran la cotidianeidad del residente e introducen una discontinuidad en la vivencia de su ciudad, independiente de las expectativas, económicamente benéficas, generadas.

El sentido de *ajenidad* implica indiferencia respecto de las acciones y obras necesarias, actitud que disuade la participación y restringe el apoyo exigible en cualquier proceso de integración y desarrollo, que aspire a fortalecer *la identidad* de Miramar y estimular el sentido de pertenencia del residente.

LA INSULARIDAD TERRITORIAL

insularidad: calidad o condición de isla.

isla: territorio aislado por las aguas.

La ubicación de Miramar, en relación al *corredor turístico atlántico bonaerense*, le confiere una situación atípica, respecto de los otros centros turísticos.

Al discontinuarse la ruta 11 en el área urbana de Mar del Plata e interrumpirse en Mar del Sur, el *corredor turístico* pierde sustento vial y funcional, margina y excluye a Miramar del *corredor*, eje espacial de conexión de centros turísticos.

La irrupción de Chapadmalal, en el tránsito del turista de Mar del Plata a Miramar y del residente en sentido inverso, desvirtúa la distancia que les separa, *lo próximo se hace lejano*, y disuade de una relación más frecuente y fluida.

La actitud de aislación del residente y de desconexión del turista concurren en afirmar en sus vivencias la *insularidad* atribuible a Miramar en su condición de centro urbano y de centro turístico.

La singular coincidencia de atravesar el arroyo *Las Brusquitas* para acceder al Partido de Gral. Alvarado y el arroyo *El Durazno* para acceder a Miramar y la interrupción de la ruta 11 en adyacencias al arroyo *La Carolina*, signa en el paisaje la dimensión planteada.

La condición de la *insularidad* ha de leerse en sus disímiles implicancias: el clima y el *tiempo* inherentes a la *desconexión* aspirada por el turista y la distancia y la segregación inherentes a la *aislación* internalizada por el residente.

LA DOMESTICIDAD TURÍSTICA

domesticidad: calidad o condición de doméstico, relativo a la casa u hogar.

hogar: familia, grupo de personas emparentadas que viven juntas.

El equipamiento de alojamiento estable de Miramar se integra en su casi totalidad por unidades de vivienda, con predominio de departamentos respecto de casas y chalets, situación que perdura inalterable a través del tiempo.

La conformación dominante del flujo turístico esta constituida por grupos de familia integrado por matrimonio con hijos (niños, adolescentes y jóvenes), cuya estadía promedio se centra en la quincena o en el mes y cuya presencia en Miramar es recurrente.

La magnitud de plazas disponibles en unidades de vivienda (y la proporción de plazas ocupadas en temporada) y la conformación dominante de los grupos turísticos que se hacen presentes en temporada constituyen condiciones concurrentes y determinantes de la modalidad turística.

La actitud de aislación del residente y de desconexión del turista concurren en afirmar en sus vivencias la *insularidad* atribuible a Miramar en su condición de centro urbano y de centro turístico.

La singular coincidencia de atravesar el arroyo *Las Brusquitas* para acceder al Partido de Gral. Alvarado y el arroyo *El Durazno* para acceder a Miramar y la interrupción de la ruta 11 en adyacencias al arroyo *La Carolina*, signa en el paisaje la dimensión planteada.

La condición de la *insularidad* ha de leerse en sus disímiles implicancias: el clima y el *tiempo* inherentes a la *desconexión* aspirada por el turista y la distancia y la segregación inherentes a la *aislación* internalizada por el residente.

LA DOMESTICIDAD TURÍSTICA

domesticidad: calidad o condición de doméstico, relativo a la casa u hogar.

hogar: familia, grupo de personas emparentadas que viven juntas.

El equipamiento de alojamiento estable de Miramar se integra en su casi totalidad por unidades de vivienda, con predominio de departamentos respecto de casas y chalets, situación que perdura inalterable a través del tiempo.

La conformación dominante del flujo turístico esta constituida por grupos de familia integrado por matrimonio con hijos (niños, adolescentes y jóvenes), cuya estadía promedio se centra en la quincena o en el mes y cuya presencia en Miramar es recurrente.

La magnitud de plazas disponibles en unidades de vivienda (y la proporción de plazas ocupadas en temporada) y la conformación dominante de los grupos turísticos que se hacen presentes en temporada constituyen condiciones concurrentes y determinantes de la modalidad turística.

La modalidad que se caracteriza por la *domesticidad* de las prácticas turísticas atenta la incidencia que plantea un turismo en familia cuando coincide con un turismo en departamento (a diferencia de turismo de familia y de departamento).

La *domesticidad* de las prácticas supone ciertas implicancias:

- la oferta de alojamiento se atomiza en unidades de vivienda de incierta equivalencia, multiplicando oferentes, no obstante la mediación de inmobiliarias
- el equipamiento de alojamiento no requiere prestación de servicios ad-hoc, en tanto la alimentación se realiza en la vivienda y la recreación tiene en la vivienda un ámbito alternativo (*consumo de televisión o reunión de amigos*)
- la capacidad de alojamiento es flexible (*siempre cabe uno más*) y el umbral de consumo es reducible (*siempre se puede con algo menos*) que, a través del tiempo, inducen al turista recurrente a desarrollar *estrategias de subsistencia*, de mínimo consumo.

Las tendencias señaladas en la modalidad turística suponen una actitud de repliegue del turista habitual y consecuente pérdida de dinámica en la inducción de actividades y servicios.

La reducción de consumos y servicios implica disminución del efecto multiplicador y de la generación de empleo atribuible a la actividad, en tanto la atomización en unidades de vivienda implica aumento del costo de funcionamiento y disuasión de tareas de acondicionamiento.

Plantear el alcance de la *domesticidad* no subestima ciertas condiciones propicias, emergentes de la *privacidad* y la *tranquilidad* en el *descanso* aspirado, sino que advierte respecto de prácticas que requieren evaluación respecto de su incidencia en la actividad turística y el desarrollo urbano.

IV - LA ACTIVIDAD TURÍSTICA: PERFIL Y TENDENCIAS DE MIRAMAR

PERFIL DEL CENTRO TURÍSTICO

El perfil del centro es consecuencia de la unidad que conforman el soporte urbano y la actividad turística, su proposición y su satisfacción. En rigor, la síntesis de *su vocación*, aquello que aspira a ser, *su estado*, aquello que es, y *su imagen*, aquello que le presenta y representa.

El perfil, a nuestro criterio, expresa la síntesis de las condiciones, ámbitos y oportunidades y de los productos, bienes y servicios, que integran la totalidad de los satisfactores propuestos a las necesidades y aspiraciones de los turistas.

La definición del perfil reconoce las proposiciones estructurales de Miramar en función turística:

ámbito diferenciado del litoral
la playa conforma el atractivo primordial
el vivero se presenta como referente de entorno natural
la ciudad se constituye en el equipamiento necesario
el ambiente plantea condiciones de aislación y distensión
el residente propone condiciones de amable receptividad

En tanto la definición del perfil del turista se delinea en las condiciones relevantes de los usuarios recurrentes de Miramar:

la familia es la unidad de demanda
matrimonio joven con niños o adolescentes
de nivel socioeconómico medio y medio alto
procedente del rea metropolitana de Buenos Aires
cuya motivación predominante es la tranquilidad
se traslada en auto, se aloja en unidad de vivienda
se recrea en la playa, el paseo y el encuentro

Las características consignadas, acreditadas en estudios y encuestas recientes, explican la interacción oferta - demanda que le confiere sentido turístico a Miramar, aunque su actualización requiere necesariamente de ecuaciones sucesivas de superación, en gradación creciente, incrementando la calidad y la satisfacción, a fin de detener la regresión, el deterioro y la frustración.

TENDENCIAS DE LA ACTIVIDAD

El escenario previsible resulta de las tendencias que en el devenir de la actividad expresan no solo las fuerzas del mercado (es decir por la demanda, la oferta y la distribución de los productos y servicios turísticos) sino por variables exógenas (es decir factores sin relación directa con el turismo pero que influyen sobre la amplitud y la forma de la demanda).

En nuestro país, diferentes mutaciones se encuentran en pleno proceso, por tanto coexisten las inercias de la situación precedente con las innovaciones de la situación tendencial, sin mediar los beneficios de aquella ni realizarse las expectativas planteadas.

Diversos estudios coinciden en las tendencias que han de caracterizar el futuro de la actividad turística:

- crece la actividad turística
- aumenta la competencia entre destinos
- inciden las condiciones del destino y de la actividad
- crecen las exigencias del turista
- inciden la tecnología de acceso al mercado

El desarrollo de Miramar desde la década del 20 hasta el presente se realizó al influjo del espontáneos no crecimiento de la actividad turística en el litoral atlántico, el paisaje definido por las playas y los médanos, la forestación del entorno y la urbanización del centro, la accesibilidad proporcionada por el ferrocarril y la ruta, el hábitat generado por el chalet típico y el impacto edilicio de la propiedad horizontal, conformándose ya el centro urbano que se conoce.

Confrontar las tendencias con la evolución y el estado de la actividad turística de Miramar permite comprender la instancia crítica actual.

La actividad turística no crece ni se desarrolla.

Al considerar la oferta, se observa:

- los atractivos turísticos, recursos naturales y culturales puestos en valor por la expectativa generada, no se han incrementado en opciones accesibles, ni actualizado en posibilidades.
- el equipamiento turístico, destinado a la prestación de servicios, no han crecido en número ni variado en actividad, en tanto la capacidad y diversidad del alojamiento, de la restauración y del esparcimiento no se han alterado.

Al considerar la evolución de la demanda, se observa:

- la evolución de la oferta de equipamiento de alojamiento alcanzó su límite actual a comienzos de la década del 80 y la presencia simultánea máxima de turistas no alcanza a cubrir la capacidad disponible.
- la estacionalidad de la actividad turística estival se ha reducido sensiblemente de modo tal que el período de diciembre a marzo se limita actualmente a los meses de enero y febrero y residualmente se amplía en la primer quincena de marzo.

La competencia se ha multiplicado.

Si se considera la competencia conformada por los destinos alternativos de mar y playas del litoral marítimo bonaerense, objeto de intenso crecimiento en el período 1970 - 1990, esta conformada por los centros turísticos de los Municipios de La Costa, de Pinamar, de Villa Gesell, de Mar Chiquita, de Gral. Pueyrredon, de Necochea, de Tres Arroyos, de Monte Hermoso.

A la competencia de dichos centros se suma la competencia de

destinos alternativos de mar y playa de Uruguay y de Brasil, en condiciones naturales y climáticas y, cíclicamente, en condiciones económicas, más propicias.

Las condiciones del destino y de la actividad se subestiman

Los efectos de la actividad turística en los aspectos ambientales y sociales susceptibles de considerarse perjudiciales resultan acotables y asimilables y no puede prescindirse la consideración de su impacto en función del patrimonio que ponen en juego y su incidencia en el usuario.

En el caso de Miramar ciertos efectos son detectables y evaluables: erosión de acantilados y despoblamiento de arena, deterioro ambiental y paisajístico del Vivero, deterioro ambiental y paisajístico del arroyo El Durazno.

Las exigencias del turista se desconocen

La fidelidad de una proporción significativa de turistas al destino Miramar y la satisfacción media respecto de los servicios utilizados y de los precios abonados, producen perplejidad en los prestadores de servicios y en los agentes del sector, al observar la reducción de la temporada, el número de turistas, la magnitud del gasto y la estadía media.

La relativa conformidad de los turistas actuales y la disposición de una clientela cautiva contribuye a inducir complacencia en los prestadores respecto de los servicios ofrecidos a los precios planteados, prescindiendo de considerar la expectativa exigente de la clientela a cautivar, en el propósito de superar la declinación.

Se prescinde de estar en pantalla

La presencia de Miramar en los medios de comunicación social y en los medios de informática turística es prácticamente nula y, aunque podría afirmarse que su evolución turística y el nivel alcanzado no ha requerido de una participación significativa en tales medios, en tal ausencia puede reconocerse efecto y causa de su declinación en

el contexto de los centros turísticos del litoral atlántico.

La condición necesaria para estar en pantalla es disponer del producto adecuado, definir la imagen congruente expectativa - promesa - producto tendiente a preveer la consistente secuencia producto - servicios - satisfacción, que permita definir la imagen a difundir, los productos a proponer, los mensajes a difundir y la información a proveer.

V - HACIA UNA POLÍTICA TURÍSTICA DE DESARROLLO SUSTENTABLE

Los recursos turísticos actuales y potenciales, la vocación de la comunidad y la significación de la actividad, la demanda recurrente y la perdurable presencia en el mercado, el equipamiento y la infraestructura existente, hacen pertinente reivindicar las posibilidades de superar la crítica situación a partir de actualizar, dinamizar e incrementar el turismo.

En un contexto cambiante y exigente respecto de la actividad turística Miramar ha quedado al margen, replegada en el beneficio aparente de disponer de clientela cautiva por la posesión de un inmueble, la motivación de la costumbre.

Limitada a perdurar, en función de atractivos conocidos y equipamientos mínimos, Miramar se resignó a prestar servicios a una demanda cada temporada más reducida en magnitud, en estadia y en gasto, con gradual pérdida de nivel socioeconómico y consecuente capacidad adquisitiva, por tanto en actitud complaciente o resignada en relación a los servicios ofrecidos.

La ausencia de una acción inteligente, continua y sistemática de los responsables del sector público y del sector privado, la inexistencia de un diagnóstico compartido y de proposiciones consentidas de cambio en la continuidad, para retener, captar y satisfacer al turista, han contribuido a la gradual pérdida de cantidad y calidad en la demanda.

Detener la pérdida de demanda y el deterioro de oferta, supone interrumpir el proceso señalado a través de una inflexión en la tendencia regresiva, por tanto de un cambio que exprese la voluntad política y la predisposición social para superar la crisis planteada, reconocida por algunos sectores pero ya percibida en sus efectos por la comunidad.

Los objetivos del mero crecimiento turístico, expresado en indicadores de *más turistas, más pernoctes y más gasto*, ya no son suficientes para plantear el desarrollo turístico necesario.

Dos tercios de la población de Miramar, en encuesta reciente, ha expresado que *Miramar no ha sido concebida para disfrute del residente*, sumado a la incidencia de la actividad turística en el devenir de la situación socioeconómica, nos induce a advertir que los objetivos del desarrollo turístico deben resultar de ciertas premisas.

Las premisas del desarrollo turístico deben contemplar la *finalidad* de contribuir al desarrollo de la comunidad, en la coherencia en la participación de los sectores, en la *gradualidad* de su proceso de innovación, en la *auto propulsividad* que requiere su continuidad, en la *indivisibilidad* de beneficios de turistas y residentes.

En tal sentido, cabe plantearse los objetivos del desarrollo turístico:

1. promover el perfil turístico más compatible con las condiciones y los recursos de Miramar y con las necesidades y aspiraciones congruentes de turistas y residentes.

No es consistente pretender un flujo de ilimitado, ni deseable cualquier tipo de modalidad turística. Es menester privilegiar aquel tipo que, en magnitud suficiente, garantice la continuidad del desarrollo y evite los problemas suscitables por impacto y por exceso.

2. contribuir al desarrollo integral de Miramar, a través de su aporte significativo al desarrollo económico garantizando una mejor distribución de beneficios en la comunidad.

No es coherente propiciar alternativas que susciten crecimiento con exclusiones, es decir sin mediar la transferencia gradual a los diferentes sectores sociales, traducido en las eventuales acciones que se puedan plantear en las diversas zonas de Miramar.

3. inducir y estimular el desarrollo del sector privado involucrado en la actividad turística, propiciando y promoviendo acciones e inversiones que generen legítimos beneficios.

No es congruente propiciar alternativas que se desentiendan del necesario beneficio de los sectores, actividades y empresas responsables de la cotidiana y diferenciada prestación de servicios y producción de bienes que requiere el turismo.

4. el objetivo prioritario y multiplicador es *producir satisfacción en el turista*, sin omitir gratificación del residente, en tanto indicador de resultados de la alternativa de desarrollo turístico propiciado y adoptado

La satisfacción del turista constituye la premisa de cualquier acción que procure el beneficio de la comunidad de Miramar cuanto de los operadores turísticos.

Las necesidades y aspiraciones del turista requieren la actualización de los satisfactores, *aquel turista* de otros tiempos ya no es el *turista actual*, y aunque con frecuencia las necesidades y aspiraciones se expresan de modo similar, la modalidad y calidad de los servicios y bienes que permiten su satisfacción no son aquellos que satisfacían en otros tiempos.

La satisfacción se alcanza cuando el turista percibe que sus necesidades y aspiraciones actuales han sido cubiertas en un ámbito dispendioso y placentero, durante el lapso de su estadía, al precio más accesible y adecuado a los servicios recibidos y a los bienes adquiridos.

La moderada satisfacción del turista cautivo, cuya fidelidad al destino permite la resignación y atempera la exigencia, no constituye un umbral de satisfacción suficiente para convocar al turista poten-

cial, aquel que se necesita para incrementar la actividad, garantizar la ocupación y ampliar la estacionalidad.

VI - A PROPÓSITO DE LAS ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

LA TEMPORADA

Las características inelásticas de la oferta y las características de fidelidad de la demanda, considerando la dificultad de inducir, por insuficiencia de recursos, u obtener, por ausencia de inversiones, no permiten en lo inmediato un cambio significativo en la estructura de funcionamiento actual de la actividad turística.

Las dificultades para producir innovaciones de magnitud en el corto plazo radican en:

- a. los escasos recursos financieros del Municipio que no alcanzan a cubrir los requerimientos actuales
- b. el alto costo del crédito, que inhibe la participación privada en emprendimientos turísticos,
- c. la carencia de inversiones extranjeras en turismo y su ausencia fuera de Buenos Aires y centros turísticos de alta competencia internacional.

ACREDITAR MIRAMAR

La estrategia contempla las siguientes metas:

1. incrementar la demanda turística actual en el segmento integrado por sectores de niveles económicos medio-medio y medio-bajo del área metropolitana y centros urbanos próximos a Miramar
2. incrementar el período de estacionalidad turística actual, integrando en primer instancia la primer quincena del mes de marzo y ulteriormente la segunda quincena de diciembre.

3. incrementar el nivel de gasto del grupo turístico y por tanto el ingreso generado por desarrollo de actividades, prestación de servicios y adquisición de productos.

Alcanzar las metas planteadas, dentro del corto plazo, asumiendo la realización de acciones inmediatas, radica en centrarse en el mercado actual, definido por la relación oferta - demanda conformada, propiciando a través de los prestadores de servicios producir un gradual incremento de diversidad y calidad en los servicios sin alterar el umbral de precios.

El operador turístico debiera comprender que sus clientes no compran servicios o productos sino un conjunto de utilidades. Utilidades funcionales por la necesidad que satisface, *simbólicos* por el valor o reconocimiento que le atribuye, *vivenciales* por la participación que el permite.

El prestador de servicios y el proveedor de bienes, los responsables de inmobiliarias, hoteles, restaurantes, balnearios, discotecas, comercios, etc. debieran entender que agregar valor a su servicio o producto no implica necesariamente incrementar su costo ni simbólicos beneficio.

Funcionar mejor, conferir distinción y reconocer al usuario en relación a cada equipamiento, servicio y producto ofrecido, es un objetivo susceptible de realizar gradualmente a través de plantearse metas accesibles para cada futura temporada.

La estrategia asigna un rol primordial a oferentes de unidades de viviendas en alquiler (propietarios e inmobiliarios) y a responsables del alojamiento (hoteles y campings) y de servicios de playa (balnearios y snacks bar).

RECREAR MIRAMAR

Actualmente, durante la temporada, la demanda recreativa esta limitada a los turistas localizados en Miramar y a los residentes, en

su condición de tal, con prescindencia de otros segmentos susceptibles de convocatoria.

En rigor, las alternativas recreativas que pueden proponerse, en función de sus atractivos y de sus equipamientos, permiten plantearse un incremento significativo en función de la demanda constituida por turistas no alojados en Miramar y residentes que habitan en su rea de influencia.

Tal como resulta de la confrontación de la demanda turística estival y la oferta de alojamiento en sus diferentes opciones, la capacidad ociosa durante el verano es reducida y, en ausencia de inversiones, conforma un límite inexorable al crecimiento.

Sin embargo, no puede afirmarse similar restricción en la capacidad ociosa de sus atractivos (playas, vivero, ciudad), susceptibles de incrementar por expansión de las áreas accesibles, ni de sus restantes equipamientos (restauración, esparcimiento), susceptibles de diversificación mediante acciones o inversiones redituables.

La restricción de Miramar de considerarse exclusivamente un centro turístico estacional es ficticia, en tanto se permite prescindir de un mercado potencial adyacente, constituido por la población turística localizada en su área de influencia e incluso en el rea urbana de Mar del Plata, cuya convocatoria es factible y conforma una alternativa significativa.

Obviamente, la magnitud y heterogeneidad emisiva de Mar del Plata en relación a la escala y vulnerabilidad receptiva de Miramar, requiere de una estrategia adecuada, de umbrales crecientes de convocatoria, gradual en el tiempo.

FUERA DE TEMPORADA: PROGRAMAR MIRAMAR

Atento las características de los atractivos y de las actividades recreativas y las condiciones del equipamiento turístico de alojamiento, restauración y esparcimiento, el clima conforma el dato

subyacente y relevante de las posibilidades y restricciones para formular alternativas para el período fuera de temporada.

Las condiciones que permiten concebir una alternativa posible de cubrir tales requisitos son las siguientes:

- la magnitud poblacional del área de influencia, el carácter paisajístico de la ruta 11 y la accesibilidad comunicacional a la demanda recreacional de Mar del Plata.
- la factibilidad de puesta en valor de atractivos y de equipamientos determinados y la posibilidad de promover convocatorias específicas a partir de instituciones intermedias específicas

Tales condiciones, funcionalizadas en oportunidades propicias, permitirían canalizar flujos recreacionales de residentes en Mar del Plata y ocasionales turistas, localizados allí, en fines de semana largos y/o en relación a actos programados.

Por tanto, cabría pensar en afrontar gradualmente el problema de la estacionalidad turística, a partir de la definición de un programa y cronograma fuera de temporada, previendo la oferta de productos recreativos que contemplen e integren servicios de traslado, de esparcimiento y de restauración.

La clave radica en la concepción, proyecto y organización de los servicios de esparcimiento que, integrados a atractivos naturales y culturales, puedan participar del producto una *jornada recreativa en Miramar*, a plantear en las estaciones de otoño y primavera.

EL FUTURO:

MIRAMAR ALTERNATIVO

Las opciones turística para la temporada y recreativa fuera de temporada constituyen posibilidades tendientes a superar la situación actual en el contexto prospectivo de ausencia de inversiones significativas.

Tales opciones no constituyen proposiciones suficientes para inducir y promover el desarrollo que es necesario alcanzar para el Partido de General Alvarado en los albores del año 2000, a fin de parti-

cipar de la futura asignación de roles y beneficios en la economía turística del litoral.

La zona playa - vivero, al sur de Miramar, conforma la reserva espacial, cuya afectación parcial puede permitirle a Gral. Alvarado propiciar un modelo de desarrollo turístico diferente al tradicional y diferente respecto del propuesto por los diversos centros turísticos del litoral atlántico.

El modo de generación del Miramar actual fue la espontánea multiplicación de chalets, en una abstracta estructura urbana, y su desarrollo ulterior fue la multiplicación de edificios en altura, inmediatos a la playa, carente de una acción deliberada de ordenamiento y desarrollo integral de la actividad turística.

El modelo de desarrollo turístico que se propicia para un sector de playa - vivero supone la alternativa diferente de un emprendimiento integral que contemple las condiciones del lugar, las expectativas del segmento destinatario, los requisitos de un equipamiento suficiente y premisas de funcionamiento eficiente.

Tal emprendimiento, en el ámbito conformado por el vivero, implicaría la realización de un asentamiento turístico integral, delimitado por un entorno forestado que le separa y le identifica, evitando producir la *sub-urbanización* característica de los fraccionamientos destinados a viviendas turísticas.

Su autonomía relativa excluye la competencia con el centro turístico de Miramar, en tanto difiere su singularidad ambiental, su oferta de equipamiento y servicios, el segmento de demanda convocado, sin excluir la posibilidad de interacciones funcionales crecientes y recíprocamente beneficiosas.

LA IDENTIDAD: APROPIARSE DE MIRAMAR

Fortalecer la identidad de Miramar, por relación al impacto producido por los emprendimientos edilicios de la década del 70 en

sustitución de un paisaje urbano y de un entorno social, significa recuperar la unidad, escala y calidad del escenario urbano.

Atender a la identificación del residente con su ciudad implica que las acciones y obras, destinables al turista, que se conciban y realicen, no omitan sus necesidades y aspiraciones cuando resulten compatibles y factibles de integrar.

En tal sentido, la comunidad residente debiera participar y compartir la puesta en valor y en desarrollo de su lugar de vida, ámbito de realización personal y social.

La *puesta en valor* que plantea la actividad turística rescata el valor ambiental de los espacios naturales, el valor patrimonial de los ámbitos arquitectónicos, el valor testimonial de los productos artesanales, el valor psico-social de las condiciones urbanas y de las relaciones convivenciales.

Tales valores son compartidos por el turista y el residente, importa que las realizaciones y las actividades que implican su rescate sean reconocidas y compartibles por el turista y el residente.

La proposición contempla que programas y proyectos concebidos en función de desarrollo turístico consideren al residente en su participación en referencia a las acciones, su accesibilidad en referencia a las obras privadas y su *apropiación* en referencia a los emprendimientos urbanos.

El acceso a un atractivo, la apertura de un equipamiento, la realización de un espectáculo, la convocatoria a un evento, etc. tanto tienden a satisfacer la necesidad del turista cuanto debieran cubrir las expectativas del residente.

La estrategia consignada propicia en el residente *admitir y asumir* la condición *turística* y en el agente turístico *reconocer y valorar* la condición *urbana*, en tanto requisitos necesarios a la integración y el desarrollo de Miramar.

BIBLIOGRAFÍA

KREMBS, Edgardo - CAÑUETO, Jorge. Centenario de Miramar 1988-1998. Municipalidad de Gral. Alvarado. Miramar 1988.

KREMBS, Edgardo - CAÑUETO, Jorge. Guía Turística: Miramar. Mar del Sur. Municipalidad de Gral. Alvarado. Miramar 1989.

MANTERO, Juan Carlos y equipo (Marcela Bertoni, Jorge Cañueto y Ricardo Gutierrez). Estudio de las actividades turísticas del Partido de General Alvarado. Análisis y síntesis, diagnóstico y propuesta. Centro de Investigaciones Turísticas - Municipalidad de Gral. Alvarado. Mar del Plata 1995.

MANTERO, Juan Carlos y equipo (Marcela Bertoni y Jorge Cañueto). Investigación sobre Usos del Tiempo Libre de la Población Residente de Miramar. Informe no editado. Centro de Investigaciones Turísticas. FACES - UNMDP. Mar del Plata 1994.

SUBSECRETARIA PROVINCIAL DE TURISMO. Encuestas de Temporada en Municipios de la Costa Atlántico. Informes técnicos.

NOTA:

El desarrollo de los temas *La actividad turística. Hacia una política turística. A propósito de las estrategias* es una síntesis ad-hoc de las proposiciones incluidas en el *Estudio de las actividades turísticas del Partido de Gral. Alvarado* realizado en el Centro de Investigaciones Turísticas.