

Productos para el desarrollo del turismo cultural en la región Capital de la provincia de Buenos Aires: condiciones de competitividad y sostenibilidad.

Proyecto acreditado por la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad Nacional de La Plata, Proyecto 11/E 142

Director: Alfredo Conti

Investigadores: Gloria Molinari, Uriel Charne, Florencia Moscoso

Becarios: Gabriel Comparato, Ana Clara Rucci, Virginia Sahores Avalís, Aluminé Gorgone Pampín

Colaboradora: Victoria

Sede: Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

Resumen del Proyecto

El proyecto de investigación constituye la continuación del correspondiente al período 2012-2013, referido a las posibilidades de diversificación de la oferta turística en la región Capital de la provincia de Buenos Aires en base a su patrimonio cultural y natural (Proyecto 2011/E177). El mismo ha permitido constatar que los tres municipios que integran la región tomada como caso de estudio (La Plata, Berisso y Ensenada) cuentan con un patrimonio que, debidamente activado, podría ampliar y diversificar la oferta actual. A la vez, algunos componentes del patrimonio cultural promocionados como atractivos turísticos se encuentran en mal estado de conservación o carentes del soporte complementario que los constituya en productos turísticos. Se ha detectado, asimismo, que no existen políticas públicas comunes a los tres municipios, que las existentes en cada uno de ellos resultan difusas a la vez que las estructuras administrativas parecen débiles para posicionar a la región como un destino turístico.

Resulta necesario, por lo tanto, definir y proponer métodos y técnicas que permitan desarrollar el potencial de la región para posicionarse como un destino de turismo cultural, para lo cual cuenta con suficientes y valiosos recursos. Si bien el tema de elaboración de productos turísticos tiene un amplio desarrollo en la literatura específica y en el campo operativo, se introducen, para el desarrollo del proyecto, los conceptos de competitividad y sostenibilidad como factores claves. En este marco, el problema que da lugar al proyecto es cómo elaborar productos turísticos basados en el patrimonio cultural que contribuyan a que una región se puede erigir en un destino turístico competitivo y sostenible que contribuya al desarrollo integral de las comunidades residentes.

La competitividad en destinos turísticos consiste en un concepto de gran complejidad que hoy en día no sólo vincula un equilibrio en términos sustentables sino también un equilibrio territorial, donde el territorio constituye una de las variables que influyen en la competitividad del destino turístico. La evolución del territorio a lo largo del tiempo, del cual surgen los diferentes referentes patrimoniales y recursos turísticos, detectados durante el primer proyecto de investigación y su puesta en valor desde una perspectiva sustentable (donde se tenga en cuenta todos los campos y actores) pueden permitir

formular un nuevo modelo de recurso a producto, basado en indicadores de sustentabilidad o variables sustentables y de distinta índole. Este modelo busca potenciar no sólo la formación de productos sustentables sino también fomentar la innovación en territorio.

Si bien el concepto de competitividad fue introducido en el campo de la economía por Adam Smith a fines del siglo XVIII, es en la década de 1990 que el mismo se incorpora como un factor importante en el campo del turismo (González y Medieta, 2009). Diversos autores han indagado en su significado, en la definición de métodos para explicar la competitividad de los destinos turísticos y en la elaboración de modelos proyectivos. Se puede expresar que la competitividad de un destino incluye tanto su capacidad para crear e integrar productos que sostienen sus recursos al tiempo que mantienen su posición en el mercado (Hassan, 2000) como también la capacidad para crear, integrar y ofrecer experiencias turísticas incluidos los productos y servicios considerados importantes para los turistas. (Hong, 2009).

Entre los modelos elaborados en los últimos quince años para explicar la competitividad de un destino, cabe mencionar al de Crouch y Ritchie (Modelo Calgary), planteado a fines de la década de 1990, según el cual la competitividad depende fundamentalmente de los recursos básicos que actúan como atractores y de los factores y recursos de soporte, de los que resultan las ventajas comparativas y competitivas del destino. Otros autores, como Dwyer y Kim (2003) basan también el éxito de un destino en los recursos disponibles, entre los que diferencian los heredados, los creados y los de soporte. Incluyendo variables como la gestión del destino y la demanda, los autores elaboran una serie de indicadores para cuantificar la competitividad de un destino. Por su parte, el denominado “Monitor de competitividad” del World Travel and Tourism Council (WTTC) se basa también en una serie de indicadores que se sintetizan en ocho grupos y que permiten cuantificar la competitividad del destino. A partir de este método, Gooroochurn y Sugiyarto (2005) avanzan en el establecimiento de indicadores de competitividad.

El concepto de sostenibilidad, por su parte, está indisolublemente ligado al turismo en la actualidad. Desde los planteos iniciales de fines de la década de 1980, la condición de sostenible, pensada en principio fundamentalmente en relación con la conservación y adecuada gestión de los recursos naturales, se fue ampliando hasta nuestros días para incluir aspectos ambientales, económicos y sociales. El documento final de la última Conferencia de Naciones Unidas sobre Desarrollo Sostenible (Río de Janeiro, 2012) replantea los tres pilares del desarrollo sostenible a la vez que agrega conceptos que pasan a ser claves como los derechos humanos, la inclusión y la equidad. El informe de seguimiento, con vistas a la verificación en 2015 de los objetivos del milenio, reconoce que se necesita un cambio transformativo y que, dado que los desafíos son altamente interdependientes, es necesario un enfoque holístico que tenga en cuenta el desarrollo social inclusivo, el desarrollo económico inclusivo, la sostenibilidad ambiental y la paz y la seguridad.

En el campo específico del turismo, que se toma en este proyecto como una actividad económica con fuertes implicancias ambientales, sociales y culturales, se ha elaborado teoría acerca de cómo garantizar y medir la sostenibilidad de los productos y de los destinos turísticos. Cabe citar al respecto los trabajos, en lengua española, desarrollado por varias universidades españolas a lo largo de la primera década de este siglo, entre

ellos el de Rivas García y Magadán Díaz (2007) que sintetiza un posible esquema de indicadores de sostenibilidad a aplicar al turismo. Actividades específicas en el ámbito internacional como el Programa “World heritage and sustainable tourism”, lanzado por el Centro de Patrimonio Mundial de UNESCO, plantea un plan de acción para el período 2013-2015 en que se incluye la integración de indicadores de sostenibilidad en la gestión turística de componentes patrimoniales.

Por lo expresado, se plantea un proyecto que ataque tanto cuestiones conceptuales como operativas, aplicadas a un caso de estudio, con un abordaje multidisciplinar en el que confluyen en la investigación sobre el turismo aportes provenientes de diversos campos del saber, como la geografía, la historia, la antropología, la gestión del patrimonio y las ciencias ambientales, habida cuenta de las complejidad y de los múltiples factores que juegan en el desarrollo del turismo.

En el marco conceptual enunciado, el objetivo general del Proyecto consiste en desarrollar métodos y técnicas para la elaboración de productos de turismo cultural competitivos y sostenibles que favorezcan el desarrollo de las comunidades residentes. En cuanto a la metodología utilizada, una vez elaborado un marco teórico en base a literatura existente, se procederá a elaborar una serie de indicadores (cuantitativos y cualitativos) capaces de dar cuenta de las condiciones que deben reunir productos turísticos para tener un desarrollo armonioso, considerando no sólo el punto de vista del turista o visitante sino también de la comunidad receptora. Una vez hecho eso, se realizará un estudio comparativo con productos turístico de la región en un marco de un análisis propositivo. El trabajo de investigación concluirá con una etapa propositiva en la que, en base a la información obtenida, se propondrán nuevos productos con la posibilidad de conformación de circuitos temáticos o por modalidades turísticas específicas. Esta etapa se desarrollará en base a métodos y técnicas para el diseño y desarrollo de productos turísticos, los que serán adaptados a las necesidades específicas del proyecto.