

LA IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE TURISMO Y VIAJES EN ARGENTINA

Agosto 2008 / 5° Informe

Documento preparado por:

Directores

Dr. Adolfo Sturzenegger

Dra. Natalia Porto

Investigadores Asistentes

Lic. Fernando Bazán

Lic. David Jaume

CAT Cámara Argentina
de Turismo

La importancia de la Actividad Económica de Turismo y Viajes en Argentina

Informe preparado para la
Cámara Argentina de Turismo

Directores

Dr. Adolfo Sturzenegger y Dra. Natalia Porto

Investigadores Asistentes

Lic. Fernando Bazán y Lic. David Jaime

Agosto 2008

* Se agradecen los comentarios y sugerencias realizados por Rolando Dominé y Ximena Aretino en las reuniones de trabajo realizadas en la Cámara Argentina de Turismo. También a Graciela Díaz y Eduardo Quiroga. Al mismo tiempo, se destaca la colaboración de Juan Carlos Vidal en todos los aspectos relacionados con el desarrollo y avance del informe. También, una mención particular para Miguel Oliva, de la Secretaría de Turismo de la Nación, por sus sugerencias y disposición para facilitar el acceso a varias fuentes de información.

Consejo Directivo

Presidente	Juan Mirena	AHT
Vicepresidente I	Ricardo Roza	AAAVYT
Vicepresidente II	César Siufi	FEDECATUR
Secretaria	Ana Gurwicz	AOCA
Prosecretario	Pedro Bachrach	SOCIO ACTIVO
Tesorero	Juan Carlos Zabudovich	AAAVYT
Protesorero	Carlos Gerbi	AHT
Vocales Titulares	Daniel Burlon	AAAVYT
	Susana Saguir	AAAVYT
	Carlos Gutiérrez García	AHRCC
	Narciso Muñoz	AHRCC
	Antonio Falcone	JURCA
	J. Alejandro González	FEDECATUR
	Graciela Díaz	FEDECATUR
	Juan Jorge Schettini	CATC
	Annie Millet	CADEA
	Pablo Nigro	AEROLINEAS ARG
	Ana María Miñones	SOCIO ACTIVO
Vocales Suplentes	Elena Boente	FEHGRA
	Eduardo Levin	FEDECATUR
	Guillermo Onis	SOCIO ACTIVO
	Verónica Reinhold	AAAVYT
	Jorge Andía	AAAVYT
	Ricardo Rimoldi	FEHGRA
	Samuel Levy	FEDECATUR
	Juan Torres	CATC
Revisores de Cuentas	Rolando Domine	TITULAR
	Eduardo Quiroga	TITULAR
	Oscar De Pietro	SUPLENTE
	Carlos A. Pérez	SUPLENTE

AAAVYT - Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo

AHRCC - Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confeiterías y Cafés.

AHT - Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina

AOCA - Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones y Congresos

CADEA - Cámara Argentina de Empresas Arrendadoras de Automotores

CATC - Cámara Argentina de Tiempo Compartido

FEDECATUR - Federación de Cámaras de Turismo de la República Argentina

FEHGRA - Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina.

Índice

PRÓLOGO	9
RESUMEN EJECUTIVO	10
I. INTRODUCCIÓN	18
II. ASPECTOS TEÓRICOS: DEFINICIONES Y PRINCIPALES CONCEPTOS RELACIONADOS CON EL TURISMO	21
II.1 Definiciones ¿Qué es el turismo? ¿Qué es la actividad turística?	21
II.1.1. La definición técnica del turismo según la Organización Mundial del Turismo	22
II.1.2. Una definición conceptual moderna del turismo. Algunas características.	25
II.2. Características económicas de la Actividad Económica de Turismo y Viajes	26
II.2.1. Actividades económicas en general y la Actividad Económica de Turismo y Viajes	26
II.2.2 Algunas características de la demanda de turismo	26
II.2.3. Algunas características de la oferta de turismo	28
II.2.3.1. ¿Cómo está conformado el producto turístico? El barrido transversal de la demanda sobre diferentes actividades	28
II.2.3.2. Caracterización de los factores productivos de la Actividad Económica de Turismo y Viajes	29
II.2.3.3. ¿Cómo se mide el producto bruto interno turístico? El Sistema de Cuentas Nacionales y el enfoque de la Cuenta Satélite de Turismo	30
II.3. Efectos económicos de la Actividad Económica de Turismo y Viajes	31
III. IMPORTANCIA DEL TURISMO EN EL MUNDO. ALGUNAS TENDENCIAS	
III.1. El turismo en cifras. El turismo internacional a nivel mundial y regional. Evolución, situación actual y proyecciones (Organización Mundial del Turismo, OMT)	34
III.1.1. Algunas cifras del turismo mundial	34
III.1.2. Llegadas de turistas e ingresos por turismo receptivo a nivel regional mundial	35
III.1.3. Principales destinos y principales países emisores de turismo en el mundo	37
III.1.4. El saldo de la balanza comercial turística a nivel regional mundial	
III.1.5. Principales tendencias del turismo mundial según el Barómetro de la Organización Mundial del Turismo (2008)	40
III.2. El turismo en cifras. El turismo (interno e internacional) a nivel mundial y regional. Situación actual y perspectivas (Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo, WTTC)	43

III.2.1.	La contribución del turismo a la economía mundial	43
III.2.2.	La contribución del turismo según el mapa regional mundial	45
IV. LA IMPORTANCIA Y EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN ARGENTINA		48
IV.1.	La situación Argentina: evolución macroeconómica 1990-2007	48
IV.1.1.	La etapa del stop-go: anterior a la década del noventa	48
IV.1.2.	Éxito y caída en los noventa	49
IV.1.3.	El período de la recuperación: 2003-2007	52
IV.2.	Evolución de las tres formas de turismo en Argentina: turismo interno, receptivo y emisor. La influencia de las variables macroeconómicas	54
IV.2.1.	El turismo interno	54
IV.2.2.	Evolución del turismo internacional: turismo receptivo	57
IV.2.3.	Evolución del turismo internacional: turismo emisor	58
IV.3.	Otros indicadores del turismo interno en Argentina	61
IV.3.1.	El turismo interno en Argentina según la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (2006)	61
IV.3.2.	Indicadores indirectos del turismo interno en Argentina	61
	- Gasto de consumo de los hogares en turismo (Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares)	62
	- Pernoctaciones hoteleras de los residentes en Argentina (Encuesta de Ocupación Hotelera)	64
	- Movimientos de viajeros según servicios de aeronavegación comercial (Subsecretaría de Transporte Aero comercial)	64
IV.4.	Evolución y situación actual del turismo internacional en Argentina	64
IV.4.1.	La situación del turismo receptivo en Argentina en relación a América del Sur y al Continente Americano	64
IV.4.2.	El turismo internacional en Argentina. Turismo receptivo: llegadas e ingresos por turismo y país de origen de los turistas	69
IV.4.2.1.	Llegadas de turistas e ingresos por turismo receptivo	69
IV.4.2.2.	Llegadas de turistas e ingresos por turismo receptivo según país de origen	70
IV.4.3.	Los ingresos por turismo en Argentina en relación a las exportaciones de bienes y servicios. El saldo de la balanza turística	79
IV.4.3.1.	Los ingresos por turismo receptivo en el total de exportaciones de bienes y servicios	80
IV.4.3.2.	Los ingresos por exportaciones de turismo en relación a otros sectores exportadores	81
IV.4.4.	El turismo emisor en Argentina: salidas y gastos en turismo internacional. El saldo comercial de la balanza turística	86

V. LA CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE TURISMO Y VIAJES EN ARGENTINA	90
V.1. La participación de la Actividad Económica de Turismo y Viajes en el PBI	90
V.2. La Actividad Económica de Turismo y Viajes y los sectores económicos	94
V.3. La participación de la Actividad Económica de Turismo y Viajes en la generación de empleo	98
V.4. La participación de la Actividad Económica de Turismo y Viajes en la recaudación fiscal	99
VI. DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ARGENTINA	104
VI.1. Distribución de la actividad turística del lado de la oferta	104
VI.1.1. La distribución de los productos turísticos según el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (2005)	104
VI.1.2. La distribución de los recursos turísticos según estimaciones propias (metodología de la OEA)	104
- Identificación e inventario de los recursos turísticos	104
- Distribución horizontal de los recursos turísticos ¿Qué recursos turísticos caracterizan a cada una de las provincias argentinas?	106
- Distribución vertical de los recursos turísticos ¿Cómo es la distribución de cada categoría de recursos turísticos entre las provincias argentinas?	106
VI.1.3. La distribución de la Actividad Económica de Turismo y Viajes: producción turística, hoteles, y sistemas de aeropuertos	110
VI.1.3.1. La distribución de la Actividad Económica de Turismo y Viajes según el Censo Nacional Económico (1994)	110
VI.1.3.2. Distribución de la Actividad Económica de Turismo y Viajes según oferta hotelera	110
- Evolución de la oferta hotelera en Argentina: 1998-2006	112
- Distribución y dinámica de la oferta de alojamiento por jurisdicciones: 2002 y 2006	112
- Distribución de la actividad turística según movimientos aéreos	117
VI.2. La distribución de la Actividad Económica de Turismo y Viajes del lado de la demanda	117
VI.2.1. La distribución geográfica de la demanda de turismo interno	117
- La demanda de turismo en las regiones argentinas según la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (2006)	117
- Pernoctaciones según la Encuesta de Ocupación Hotelera (2006)	117
- Movimientos de pasajeros en vuelos de cabotaje	120
VI.2.2. La distribución geográfica de la demanda de turismo receptivo	123
- Distribución regional del gasto del turismo receptivo	

VII. SINERGIAS REGIONALES	130
VII.1. Los principales destinos del MERCOSUR y alrededores	130
VII.2. Principales países emisores de turismo en el mundo y en América Latina	131
VII.3. La composición del turismo receptivo en el mercado regional	131
- Composición del mercado regional según país de origen de los turistas (estructura vertical)	131
- Distribución de preferencias de los países emisores entre los destinos del mercado regional (estructura horizontal)	133
VII.4. Estacionalidad de la demanda de turismo receptivo en el mercado regional	136
VII.5. Algunos indicadores regionales de interés	140
ANEXO I - ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA	142
I.1. Estacionalidad de la demanda de turismo internacional según país y/o región de origen de los turistas	142
I.2. Estacionalidad en las distintas regiones de Argentina: algunos ejemplos	144
- Estacionalidad de la demanda en el Partido de General Pueyrredón	144
- Estacionalidad de la demanda en la Ciudad de Salta	146
- Estacionalidad de la demanda en la Ciudad de San Martín de los Andes	147
ANEXO II - ENCUESTA DE VIAJES Y TURISMO DE LOS HOGARES (SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACION E INDEC, 2006)	149
- Información general de la Encuesta	149
- Algunos resultados interesantes de la Encuesta	150
ANEXO III - EL TURISMO EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES: TURISMO INTERNO Y TURISMO RECEPTIVO	153
- Número de turistas que visitan la Ciudad de Buenos Aires. Su estacionalidad	153
- Procedencia de los turistas	155
- Motivo del viaje y tipo de alojamiento	157
- Estadía promedio	158
- Gasto promedio según región de residencia en Argentina y según país y/o región de origen	159
BIBLIOGRAFIA	162

Prólogo

La Cámara Argentina de Turismo presenta un nuevo Documento Económico sobre la actividad de Turismo y Viajes, con el valor agregado de la continuidad requerida para los análisis de datos, información y estadísticas, colaborando de esta forma y por quinto año consecutivo a optimizar la toma de decisiones para invertir, para planificar, para integrarse al proceso global.

Como Entidad representativa de un sector con características propias destacables, requiere mediciones que otorguen claras respuestas a la sociedad y a la política sobre su importancia relativa al compararla con otras actividades económicas. De allí resaltan como información clave de nuestro Documento para el año 2007 que la participación en el Producto Interno Bruto representó el 7,6 % del total generado por el país con una incidencia enorme del Turismo Interno en esa creación de trabajo y riqueza, que la contribución al Empleo alcanzó el 7,2 % y que el aporte de Divisas -fruto de una exportación caracterizada como no tradicional- sumó ingresos por 4.900 millones de dólares, consolidando la cuarta posición entre los sectores exportadores.

Es importante distinguir su transversalidad entre las referidas características especiales de la Actividad Económica del Turismo y Viajes -motivando y generando importantes demandas cruzadas con otros sectores de la economía nacional. También su dinámica, porque amplifica los movimientos de la actividad económica general y por último y de vital importancia -en la revitalizada concepción de sostenibilidad ambiental- su desempeño relativamente limpio con referencia a la contaminación y conservación de los recursos naturales.

Expresamos nuestro agradecimiento a los autores, Dr. Adolfo Sturzenegger y Dra. Natalia Porto, por la exhaustiva investigación realizada, con aportes académicos que permitirán a los actores del sector, tanto del ámbito privado como público, aspirar a una consolidación del Sistema de Estadísticas de Turismo para transitar el camino del firme Desarrollo del Turismo en el país.

Juan Mirena

Resumen Ejecutivo

El "turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a sitios distintos de sus usuales lugares de residencia, siendo el placer la motivación principal" (Organización Mundial del Turismo, 2008).

Hasta hace no tanto tiempo atrás, el ecoturismo, el turismo rural, el agroturismo, el turismo verde, y el turismo activo, eran nuevas modalidades en el desarrollo de la actividad turística. Actualmente, el turismo deportivo y de aventura, el turismo gastronómico, el enoturismo, y el turismo literario y científico, entre otros, son productos turísticos ya consolidados a nivel mundial. A lo largo del territorio argentino, todas y cada una de estas nuevas concepciones del turismo, junto con todas y cada una de las

modalidades tradicionales del turismo (sol y playa, museos y monumentos históricos, reuniones, entre otras), encuentran un espacio geográfico y cultural adecuado para su crecimiento y aprovechamiento económico.

Argentina es un país con una gran potencialidad turística. Desde principios de la década del ochenta, con la declaración del Parque Nacional Los Glaciares como Patrimonio Natural y la declaración de las Ruinas de las Misiones Jesuíticas como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, nuestro país ha sumado seis sitios adicionales -de carácter natural y cultural- a la lista del Patrimonio Mundial. Otros tantos se encuentran en la lista tentativa para sumarse a este conjunto de bienes. Al mismo tiempo, la Ciudad de Buenos Aires ha

sido catalogada como la mejor ciudad de la región y una de las diez mejores ciudades a nivel internacional por parte de los viajeros de todo el mundo (Revista *Travel and Leisure*). Además de la enorme variedad de recursos turísticos, Argentina tiene la ventaja de localizarse en el hemisferio sur, con estaciones invertidas respecto a los principales centros de emisión de turistas, con lo cual detenta mejores posibilidades de captar los segundos o terceros viajes anuales, cada vez más frecuentes en esos centros.

Sin embargo, a pesar de tal potencialidad, su performance -en relación a otros países de América Latina y teniendo en cuenta sus ventajas indiscutibles como destino turístico- es relativamente modesta. Así, por ejemplo, mientras nuestro país recibió en los últimos tres años, un promedio anual de 400.000 turistas procedentes de Estados Unidos y Canadá, y 700.000 provenientes de Europa, Brasil, en el mismo período, recibió promedios anuales de 850.000 turistas de Estados Unidos y Canadá, y cerca de 2 millones de turistas de Europa. Existe entonces una significativa brecha entre el panorama actual del turismo receptivo en Argentina y el potencial a futuro de nuestro mercado que, en principio, podría parecer decepcionante. Sin embargo, una mirada atenta puede transformar este escenario en una señal contundente de las enormes posibilidades de nuestro desarrollo turístico futuro y de la oportunidad que tenemos como país para aprovecharlo.

A través de este trabajo, que es la continuidad de cuatro informes anuales anteriores, **la Cámara Argentina de Turismo tiene como objetivo presentar un análisis de la situación e importancia de la Actividad Económica de Turismo y Viajes en la Argentina, teniendo en cuenta tanto el turismo interno como el internacional.** Se presenta una estimación de la contribución del turismo al producto bruto interno, a la creación de empleo, a la recaudación fiscal, y a la generación de divisas en Argentina.

Características de la Actividad Económica de Turismo y Viajes (AETV)

La Actividad Económica de Turismo y Viajes (AETV) tiene, en nuestro país, entre otras, seis características importantes:

Dinámica

La AETV amplifica los movimientos de la actividad económica general; es decir, si el PBI crece al 5 por ciento, la AETV crecerá a una tasa mayor. Esto se debe a que el turismo, no siendo un bien de primera necesidad, está dentro de la categoría de los llamados bienes superiores.

Transversal

El turismo no sólo genera crecimiento, empleo y efectos multiplicadores en

las actividades directamente vinculadas al mismo (hoteles y restaurantes, agencias de viajes), sino también en una gran cantidad de otras actividades indirectamente relacionadas (transporte, comercio, industria, construcción, servicios financieros, entre otras). Esto se debe a que la AETV más que satisfacer la demanda de un bien o servicio en particular, satisface la demanda completa de bienes y servicios del viajero mientras éste se encuentra fuera de su lugar usual de residencia.

Altamente estacional

Esta característica -que atenta contra el uso eficiente de los recursos económicos- es función principalmente de la fuerte concentración de nuestros ciclos educacional y laboral, y no tanto del tipo de recursos turísticos, dada la variedad de atractivos disponibles en nuestro país.

Relativamente limpia

Se trata de una actividad, comparada con otras actividades económicas como las industriales, que es menos contaminante del medio ambiente y con un menor uso de insumos energéticos por unidad de valor agregado. Al mismo tiempo, los sectores privado y público relacionados con la actividad tienen un particular interés en proteger los recursos naturales y culturales que son base de la calidad de los productos turísticos. Sin embargo, debe reconocerse que esta característica tan valorable de la acti-

vidad, requiere ser cuidadosamente resguardada a través de un desarrollo turístico fuertemente sustentable y conservacionista.

Impulsora del equilibrio regional

Dada la excesiva concentración económica y poblacional hoy existente en el país, el crecimiento de la AETV constituye un fuerte impulso para su desconcentración y para lograr un mejor equilibrio regional. Nuestro país cuenta áreas metropolitanas con importantes recursos turísticos culturales pero, al mismo tiempo, las regiones del interior poseen abrumadoramente una mayor dotación de recursos turísticos naturales.

Su oferta cuenta con decisivos recursos preexistentes y sin costo económico

Las Cataratas del Iguazú no hubo que construirlas, se trata de factores específicos que están disponibles, y existen viajeros que están dispuestos a pagar por disfrutarlas. Cuando la oferta de una actividad cuenta con recursos de este tipo, se genera una renta económica libre que puede ser apropiada por el sector privado que la genera, el sector público que la grava, o el turista que la disfruta. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que el grado de efectivización de esa renta depende del grado de utilización de los recursos: si nadie observa las Cataratas, esa renta será nula. Surge entonces la importancia de

maximizar el desarrollo de la AETV pero asegurando su crecimiento bajo un desarrollo sostenible.

A su vez, las exportaciones que se generan a través de la AETV (el turismo receptivo), son de gran interés para el país:

- Su crecimiento es muy **dinámico**, porque las salidas turísticas mundiales crecen a mayor ritmo que la economía mundial.
- Por su desarrollo relativamente reciente son exportaciones no tradicionales, con lo cual **diversifican** la estructura exportadora de nuestro país, posibilitando de esta forma una mayor estabilidad de los ingresos de divisas.
- Son **fuertemente inmunes** a la aplicación de restricciones proteccionistas de otros países, dado que son exportaciones que se concretan dentro de nuestro territorio, sin que los bienes y servicios turísticos que se “exportan” tengan que entrar en otro país.

La importancia económica del turismo en el mundo

El turismo es uno de los sectores de mayor dinamismo en la economía mundial y, en el último tiempo, se ha transformado en una actividad con un rol importante para el crecimiento económico de muchos países. El periodo posterior a la

Segunda Guerra Mundial es el de la gran expansión del turismo, con un importante crecimiento de las corrientes turísticas internacionales. Las llegadas por turismo internacional, junto con los ingresos por turismo internacional, se han incrementado continuamente desde 1950 y constantemente nacen nuevos destinos o lugares de interés. Las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial pasaron de 450 millones de personas en 1990 a 903 millones a lo largo de 2007. En cuanto a los ingresos, a nivel mundial, fueron de 265.000 millones de dólares en 1990 y 856.000 millones de dólares durante 2007 (Organización Mundial del Turismo, 2008). Es decir, que mientras que en la década del 90 cada turista internacional aportaba 588 dólares, este valor aumenta más del 60 por ciento en el año 2007 (950 dólares).

De acuerdo al Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo (WTTC), se estima que aproximadamente 238 millones de puestos de trabajo -es decir, 8,4 por ciento del empleo total mundial- corresponderán a la AETV durante 2008 (esto representa 1 de cada 11,9 empleos en el mundo); que la contribución -directa e indirecta- de esa actividad al producto bruto interno mundial crecerá de 9,9 por ciento en 2008 a 10,5 por ciento en 2018; y que los ingresos por turismo internacional representarán durante 2008 cerca del 11 por ciento del total mundial de exportaciones.

El turismo interno e internacional en Argentina

El turismo interno representa el 73,7 por ciento del PBI que genera la AETV

En este trabajo se ha podido realizar una primera aproximación a la estimación del PBI que genera nuestro **turismo interno**. En base a su metodología, y junto con los informes anteriores de la CAT, ha sido posible estimar el PBI que genera la AETV desde el año 1993. Este PBI engloba la actividad del turismo interno y del turismo receptivo, y, partiendo de la información referida a las exportaciones de turismo (turismo receptivo), por simple diferencia se estima el PBI que genera el turismo interno. Como esta variable fue estimada desde 1993, se ha podido correlacionar con otros datos que, aunque parciales, eran representativos de ese turismo interno, obteniendo resultados consistentes con la estimación realizada en este trabajo. Esa estimación permitió determinar, entre otras cosas, que el turismo interno representó, por ejemplo en el 2007, el 73,7 por ciento del PBI que genera nuestra AETV.

Argentina recibió 4,5 millones de turistas durante el año 2007 y es, además, el cuarto sector exportador

Los indicadores del turismo receptivo en Argentina presentan un escenario

relativamente alentador pero, al mismo tiempo, muestran un camino de desafíos interesantes. El crecimiento del turismo receptivo en nuestro país ha sido importante desde la década del noventa y Argentina es actualmente uno de los principales destinos en América Latina. El número de llegadas internacionales ha crecido de 1,9 millones de turistas en 1990 a 4,5 millones en 2007 y los ingresos por turismo internacional de 2.200 millones de dólares en 1994 a 4.900 millones durante 2007. En términos relativos, los ingresos por exportaciones de turismo en Argentina representan el 7,5 por ciento del total de exportaciones de bienes y servicios, y constituyen el cuarto sector exportador durante el año 2007, detrás únicamente de los complejos aceitero, petrolero y automotriz. Otro dato que merece destacarse es que el turismo receptivo ha tenido en nuestro país un crecimiento mucho mayor al del turismo emisor: si bien el saldo neto de la balanza turística comercial ha sido negativo desde la década del noventa, a medida que transcurre el tiempo, las diferencias se achican y la brecha comienza a cerrarse, principalmente en los últimos años.

Un aspecto que es interesante notar es la divergencia de comportamiento de los indicadores según las regiones emisoras de turismo hacia nuestro país: en las llegadas de turistas lideran los países limítrofes; en los ingresos por turismo internacional, lidera Europa y Estados Unidos. Los datos

revelan entonces el potencial de Argentina en términos de crecimiento del sector, y la necesidad de aprovechar esta oportunidad mediante nuevos emprendimientos privados y políticas activas por parte del sector público.

La participación de la AETV en la economía argentina

La medición de la participación de la Actividad Económica de Turismo y Viajes dentro del producto bruto interno, del empleo y de la recaudación fiscal de Argentina es un objetivo principal de los informes que realiza anualmente la Cámara Argentina de Turismo.

La AETV genera el 7,6 por ciento del PBI

Una de las características más importantes de la AETV, como fue mencionado anteriormente, es que tiene impactos transversales sobre múltiples actividades económicas. Según las Cuentas Nacionales no existe una desagregación específica que englobe a todo el producto bruto interno que genera la AETV, y por lo tanto, medir ese producto no es una tarea sencilla. En este trabajo, al igual que en los informes anteriores de la CAT, se han estimado coeficientes de participación de la AETV en cada una de las 14 actividades en que se desagregan las Cuentas Nacionales. Multiplicando

estos coeficientes por los niveles de producto bruto interno que alcanza cada una de estas actividades, se obtiene el producto bruto interno de la AETV.

La medición a precios constantes de 1993 dio como resultado que la participación del PBI de la AETV en el PBI de toda la economía es del 7,6 por ciento. Esa participación fue del 7,4 por ciento en el año 2006, lo cual implica que la AETV en el año 2007 creció a un ritmo ligeramente mayor al crecimiento de la economía en su conjunto. En la perspectiva más amplia del período 1993-2007, el 7,6 por ciento actual es la participación más alta alcanzada por la AETV. Además, desde el año 2002 se evidencia un crecimiento mayor de la AETV que el de la economía en su conjunto, confirmando el carácter dinámico de la actividad turística.

Comparando la participación de la AETV en el PBI con el resto de las actividades económicas medidas en las Cuentas Nacionales, los resultados denotan la importancia del turismo en la economía argentina. La AETV se ubica en el sexto lugar después de la industria manufacturera; las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler; el comercio mayorista y minorista; el transporte, almacenamiento y comunicaciones; y la enseñanza. Su participación en el PBI es mayor a la de actividades primarias y extractivas (agro, minería, incluyendo extracción de hidrocarburos); y a la de construcción (tanto privada como

pública). Al mismo tiempo, si se compara la AETV con los grandes componentes sectoriales de la actividad industria manufacturera, la participación del turismo es mayor que cualquiera de esos componentes. En particular, su PBI es más de 65 por ciento mayor que el sector industrial de alimentos y bebidas (que ocupa el primer lugar dentro de la industria manufacturera), y más del 55 por ciento mayor que la suma del sector de metalmecánica y automotriz.

La AETV genera el 7,2 por ciento del empleo

Para estimar la participación de la AETV en la creación de empleo se utilizó, tal como para el PBI, la metodología del barrido transversal. Para el año 2007 **la Actividad Económica de Turismo y Viajes generó 1.198.366 puestos de trabajo en Argentina, lo cual representó el 7,2 por ciento del empleo total.** Esta participación es ligeramente mayor a la del año 2006 (7,1 por ciento).

Un aspecto a destacar surge si se hace referencia únicamente al empleo registrado en el Sistema Integrado de Jubilaciones y Pensiones. **En el período 2003-2007, este empleo registrado en la AETV crece cerca del 50 por ciento, crecimiento algo mayor al del correspondiente a la economía en su conjunto.** Además, en términos de comparación intersectorial, la participación de la AETV ocupa el quinto lugar en el empleo

registrado en el SIJP, superando a sectores como construcción; actividades primarias y extractivas; y transporte, almacenamiento y comunicaciones.

La AETV genera el 6,8 por ciento de la recaudación fiscal

En general, para el cálculo de la participación de la AETV en la recaudación fiscal se utilizó la misma metodología empleada para el cálculo del PBI y del empleo. Para el año 2007, la participación de las actividades relacionadas con la AETV en la recaudación de impuestos nacionales y provinciales (excluidos los impuestos al comercio exterior) resultó del 6,8 por ciento. Si se desagrega por grandes componentes de la recaudación, se obtiene que la participación de la AETV es del 6,9 por ciento en los impuestos nacionales, del 7 por ciento en los aportes y contribuciones a la seguridad social, y del 6,2 por ciento en los impuestos provinciales (Inmobiliario e Ingresos Brutos).

Consideraciones finales

La generación de divisas, el crecimiento económico, la creación de nuevos puestos de trabajo, y la redistribución del ingreso para corregir desequilibrios regionales, son algunos de los efectos más importantes del turismo y los viajes como actividad

económica. Uno de cada casi doce empleos en el mundo es generado por la AETV y se estima que su contribución al PBI mundial será de 9,9 por ciento durante 2008. En Argentina, el turismo -con un aporte al PBI del 7,6 por ciento- se presenta como una de las principales actividades económicas y, en el caso de los ingresos por turismo receptivo, representa el cuarto sector exportador en importancia. También se destaca su participación en el empleo y en la recaudación fiscal.

Nuestro país presenta potencialidades importantes para el desarrollo del sector turístico. Bellezas naturales, productos regionales, variedad de climas, grandes ciudades, aspectos culturales, factores todos que explican el origen, desarrollo y distribución espacial de los destinos turísticos. Sin embargo, en cuanto a la captación de la demanda mundial de turismo de los países más ricos, existe una brecha significativa entre esas potencialidades y el desarrollo efectivo de la actividad.

El dinámico crecimiento del turismo mundial y la posibilidad de cerrar esa brecha, representan sin duda grandes **oportunidades** para el desarrollo turístico nacional. Sin embargo, es también indudable que concretar las mismas plantea a nuestros sectores público y privado **desafíos** importantes como:

- La **consolidación del desarrollo de la infraestructura** que utiliza

el turismo, en especial la del transporte, y el perfeccionamiento de servicios públicos (electricidad, gas, agua, saneamiento) que reclama el turista.

- La mayor **capacitación de los recursos humanos** empleados en la AETV.
- La **introducción de marcos regulatorios y/o promocionales** que tiendan a reducir la rigidez en la fijación de los períodos vacacionales escolares y laborales para moderar la estacionalidad en la demanda turística.
- La **creación de las condiciones adecuadas para los turistas** (seguridad, limpieza, buen trato, ordenamiento urbano, socialización, entre otras).
- La existencia de **condiciones de financiamiento, de tributación y de confianza**, que alienten las inversiones privadas en la AETV.
- La necesidad que todo emprendimiento público o privado relacionado con el desarrollo de la AETV asegure un **marco de sustentabilidad a largo plazo**.

Capítulo I

Introducción

De las mil pulperías que existían en el año 1800 en la Provincia de Buenos Aires, hoy en día quedan sólo 70. Sin embargo, mantienen la esencia y el espíritu de aquellos viejos lugares y se han convertido en atractivos turísticos en localidades como Tandil, San Antonio de Areco, Azul, etc. La Capital Nacional de las Esculturas en Resistencia, Chaco, espera ser declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO y sus más de 450 obras de arte de plásticos internacionalmente famosos han transformado a la ciudad en un centro cultural de especial interés turístico. Huacalera y Uquía -dos pueblos perdidos en el corazón de la

Quebrada de Humahuaca- guardan secretos históricos para descubrir. En Huacalera detuvieron su marcha aquellos hombres que, en 1841, luego de la guerra entre unitarios y federales, cargaban el cuerpo sin vida de Juan Lavalle. En Uquía se conservan una serie de magníficos óleos de ángeles arcabuceros pintados por indígenas cuzqueños en el siglo XVII. El Museo El Tordillo en Parera, La Pampa, abrió sus puertas en el año 2004 bajo la dirección de su creador para contar la historia de esta pequeña ciudad de 2.000 habitantes. Este Museo forma parte hoy de la Guía Nacional de Museos editada por la Secretaría de Cultura y la Secretaría de Turismo de la Nación. La lista es larga. Estos son sólo algunos ejemplos que reflejan cómo distintos tipos de emprendimientos privados o políticas públicas han otorgado al crecimiento del turismo un rol importante en Argentina. La preservación y puesta en valor de lugares históricos, el impulso a las manifestaciones culturales, la explotación de las bellezas naturales en un marco sostenible, entre otros, son algunos de los principales ejes que permiten que Argentina se posicione en el mundo como un destino turístico poseedor de recursos y atractivos de importancia nacional e internacional.

Al mismo tiempo, algunos indicadores de la actividad turística muestran que esta ventaja comparativa en recursos y atractivos que posee Argentina y que, lentamente, empiezan a aprovecharse, está siendo incipientemente acompañada por el

desarrollo de una variada estructura de servicios y oferta turística. Por ejemplo, a partir del año 2007, el grupo administrador de los aeropuertos de El Calafate (Santa Cruz) y Ushuaia (Tierra del Fuego) tomó la decisión -con apoyo del sector público- de ampliar ambas terminales, con inversiones cercanas a 45 millones de pesos y 19 millones de pesos, respectivamente. Durante el año 2008, se proyectan más de 300 emprendimientos y complejos hoteleros, cadenas de hoteles, hoteles boutiques, resorts, y bed and breakfast en Argentina, con inversiones cercanas a 925 millones de dólares. Grandes cadenas internacionales -como las tradicionales Marriot, Hyatt o Sol Meliá- hasta la firma Mandarin Oriental de Hong Kong son las responsables de estos proyectos.

Argentina es un país con una gran potencialidad turística, que está empezando a descubrir que las condiciones están dadas para poder explotar esta potencialidad. Es necesario entonces introducirse en el mundo del turismo para conocer sus particularidades e importancia económica como herramientas para fomentar la participación pública y privada en una estrategia de crecimiento del sector.

Si bien el origen del turismo se remonta a los antiguos viajes por motivos comerciales, razones de estado, deseos políticos de expansión territorial, fiestas de carácter religioso o atlético, pasando por las peregrinaciones y las cruzadas en la Edad

Media hasta las grandes expediciones marítimas del siglo XV, su carácter como actividad económica sólo ha obtenido cierto reconocimiento en los últimos tiempos. Mientras que en el año 1620, Mun consideraba el gasto de los turistas como "petty things" (pequeña cosa),¹ hoy en día los ingresos por turismo internacional a nivel mundial representan aproximadamente el 11 % del total mundial de exportaciones de bienes y más del 35 % del total mundial de exportaciones de servicios. Mientras que es recién en el año 1800 cuando el Oxford Dictionary emplea por primera vez la palabra "turista" refiriéndose a aquellas personas que realizan un tour, hoy en día existen definiciones de turista y/o turismo tan variadas y numerosas como autores trabajando en el tema. Actualmente, la importancia del turismo como actividad económica es innegable.

Argentina es un buen ejemplo, no sólo del rol recreativo y cultural del turismo, sino principalmente de su contribución a la economía.

A través de este trabajo, la Cámara Argentina de Turismo tiene como objetivo presentar un análisis detallado de la situación e importancia económica de la Actividad Económica de Turismo y Viajes (AETV) en Argentina, teniendo en cuenta tanto el turismo interno como el turismo internacional. Se describen algunas características particulares del fenómeno turístico, se genera un diagnóstico actual de la situación del turismo en Argentina, y se cuantifica su importancia económica. En parti-

1. "There are yet some other petty things which seem to have reference to this ballance of which the said officers of His Majesties Customs can take to notice, to bring them into accompt: as namely the espenses of travailers" (Mun, economista ingles destacado miembro de la escuela mercantilista, 1620).

2. Se presentan tres anexos que desarrollan los siguientes temas: ejemplos de la estacionalidad en Argentina (anexo I), algunos aspectos de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (anexo II), y la caracterización del turismo -interno y receptivo- en la Ciudad de Buenos Aires (anexo III).

cular, se presenta una estimación de la contribución de la Actividad Económica de Turismo y Viajes al producto bruto interno (PBI), a la creación de empleo, a la recaudación fiscal, y a la generación de divisas. La organización del trabajo es la siguiente. En el capítulo II se presenta una breve referencia teórica respecto de las principales definiciones y conceptos relacionados con el turismo; su caracterización económica desde el lado de la demanda y de la oferta; y sus efectos económicos. En el capítulo III se describe la importancia del turismo internacional en el mundo mientras que en el capítulo IV se hace referencia a la importancia del turismo en Argentina. El capítulo V se ocupa de cuantificar la contri-

bución de la AETV a la actividad económica en Argentina, distinguiendo su participación en el PBI, en el empleo, y en las finanzas públicas. El capítulo VI presenta una descripción de la distribución geográfica de la actividad turística en Argentina, teniendo en cuenta indicadores del lado de la oferta (productos y/o recursos turísticos, distribución de la actividad turística según PBI y oferta hotelera) e indicadores del lado de la demanda (estadía promedio, destino más visitado, etc.). Finalmente, el capítulo VII se refiere a la situación del turismo en Argentina dentro de un contexto regional (Mercosur, Chile y Bolivia), teniendo en cuenta el potencial del mercado en conjunto como de Argentina individualmente.²

Capítulo II

Aspectos teóricos: definiciones y principales conceptos relacionados con el turismo

En este capítulo se presentan una serie de definiciones y conceptos que constituyen el punto de partida para el análisis de la importancia de la Actividad Económica de Turismo y Viajes. Al mismo tiempo, se describen ciertas características de la actividad turística que le brindan un carácter especial como actividad económica y que resultan de importancia para este trabajo. Se presentan también algunos lineamientos de aspectos que caracterizan la demanda y la oferta de turismo. Finalmente, una descripción teórica de los principales efectos que genera la actividad turística en una economía - que sirven como fundamento para el análisis empírico- completa el análisis.

II.1

Definiciones

¿Qué es el turismo?

¿Qué es la actividad turística?

La definición de turismo, de la actividad turística o de la Actividad Económica de Turismo y Viajes es uno de los principales aspectos que genera controversias dentro de los estudiosos del sector. Existe acuerdo en que es sumamente difícil definir qué es el turismo: se trata de un fenómeno altamente complejo, de carácter multidisciplinar y de difícil

conocimiento. Sin embargo, la correcta definición y caracterización del turismo es una herramienta necesaria para una investigación como esta, cuyo objetivo final es la cuantificación y medición de la importancia económica del turismo en Argentina.

La literatura reconoce dos tipos diferentes de definiciones del turismo: las definiciones técnicas que son las que proveen información turística para propósitos estadísticos principalmente y legislativos; y las definiciones conceptuales que buscan proveer un marco teórico que identifique las características esenciales del turismo y cuáles lo distinguen de actividades que, si bien pueden considerarse similares o relacionadas, son actividades diferentes en sí mismas. En este trabajo resultan de utilidad ambos tipos de definiciones.

II.1.1. La definición técnica del turismo según la Organización Mundial del Turismo

A partir de 1937 el turismo comienza a ser definido técnicamente por organizaciones internacionales. De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (1998), el turismo se define como *las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de*

tiempo consecutivo inferior a un año, y por un motivo principal distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado (con fines de ocio, reuniones, u otros motivos).

Dentro de la definición técnica del turismo, se destacan los siguientes conceptos:

- la noción de entorno habitual, viaje o desplazamiento, permanencia fuera del domicilio, y distancia recorrida: existe un movimiento físico de los turistas desde su lugar de residencia hasta el lugar de destino, se excluye a los desplazamientos dentro del lugar de residencia habitual y los que tienen el carácter de rutinario, y se excluye el transporte local a corta distancia;
- la noción de duración del viaje y temporalidad: la duración de la estadía en el destino es por un período determinado de tiempo;
- la noción de motivo principal distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado, propósito del viaje, y objeto del turismo: el turismo abarca los servicios y productos creados para satisfacer las necesidades de los turistas; se excluyen, por ejemplo, los movimientos migratorios de carácter laboral.

La definición de los viajes y el turismo

El turismo como parte de los viajes

(Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo,
Naciones Unidas y Organización Mundial del Turismo, 2008)



Viajes se refiere a la actividad de los **viajeros**. Un **viajero** es alguien que se mueve entre diferentes localizaciones geográficas, por cualquier período de tiempo y/o cualquier motivo.

Los viajes dentro de un país por parte de los residentes se denominan **viajes domésticos**. Los viajes de los residentes de un país fuera de su propio país se denominan **viajes de salida**. Los viajes de los no residentes de un país a otro país se denominan **viajes de entrada**.

Una **visita** se refiere al viaje de una persona desde el momento de su partida desde su residencia usual hasta el regreso y está compuesta por un número de visitas a diferentes lugares. Se distinguen las **visitas domésticas, de salida y de entrada**.

Un **visitante** es un viajero que realiza una visita a un destino principal distinto al de su residencia habitual, por un período inferior a un año y por un motivo distinto (negocios, placer u otros motivos personales) al de ejercer una actividad principal en el lugar visitado. Estas visitas llevadas a cabo por los visitantes se consideran **visitas turísticas**.

El **turismo** se refiere a la actividad de los **visitantes**.

Un viajero doméstico, de entrada o de salida se denomina visitante doméstico, de entrada o de salida. El viaje de los visitantes domésticos, de entrada o de salida se denomina **turismo interno o doméstico, de entrada o de salida**.

Los **turistas** son un subconjunto de los **visitantes** y, a su vez, los **visitantes** son un subconjunto de los **vialjeros**. Un **visitante** se clasifica como un turista si su viaje incluye una pernoctación. En caso contrario se trata de un **excursionista**.

El **turismo de salida o emisor** es una forma de turismo constituido por los habitantes de un lugar que realizan viajes fuera de su territorio a otro país.

El **turismo de entrada o receptor** es el que se produce en un país, cuando llegan a él visitantes que residen en otros países con la intención de permanecer un tiempo limitado en el mismo.

El **turismo internacional** se compone del turismo receptor y el turismo emisor.

El **turismo fronterizo** es una forma de turismo que se realiza en ambos sentidos en una frontera.

El **turismo interno o doméstico** es el que realizan los residentes de un país sin salir de su propio territorio.

El **turismo nacional** incluye el turismo interno o doméstico y el turismo de salida o emisor.

El **turismo interior** es el que incluye el turismo interno o doméstico y el turismo de entrada o receptor.

II.1.2.

Una definición conceptual moderna del turismo. Algunas características

En esta sección se presenta una definición conceptual y se realiza una breve referencia a algunos aspectos particulares que caracterizan al sector turístico. La utilidad de estos conceptos se refleja en distintos puntos a lo largo de este trabajo. Las definiciones conceptuales del turismo aportan un conjunto de herramientas que resultan útiles para el análisis y cuantificación del fenómeno turístico desde el punto de vista económico. Los principales aspectos que una definición conceptual abarca pueden resumirse en los siguientes:

- el turismo implica un desplazamiento desde una residencia principal hacia un lugar (turístico) que permita un *consumo turístico*;
- el consumo turístico es un consumo de *bienes y servicios turísticos*;
- el turismo es una *actividad económica* cuyo objetivo es responder a la necesidad del tiempo libre y de los viajes de los individuos;
- el turismo es una *industria*: se trata de un conjunto de actividades que tienen por objeto la explotación de las riquezas turísticas, así como la transformación de los recursos humanos, de capital y materias primas, tanto en servicios como en productos (turísticos);
- el turismo es un sector compuesto por una extraordinaria variedad de productos heterogéneos;
- el turismo puede ser considerado como un conjunto de subsistemas donde ciertos insumos (recursos humanos, recursos naturales, etc.) pueden transformarse en *productos y servicios turísticos*.

En cuanto a los aspectos particulares del turismo, algunas de sus características más interesantes lo definen y engloban dentro de la rama de los servicios:

- los servicios turísticos no pueden ser almacenados en stock de manera que un servicio no utilizado (una habitación de un hotel, un pasaje de tren, etc.) constituye una pérdida que no puede ser recuperada;
- el producto está condicionado a la presencia del demandante (el turista); el consumo turístico debe realizarse *in situ*, donde exista algún atractivo o recurso turístico;
- la producción y el consumo se realizan, generalmente, en el mismo lugar y en el mismo momento, es decir, son simultáneos;
- el consumo significa la destrucción del servicio, dejando como único valor residual la experiencia; se trata de un servicio subjetivo que depende del estado emocional de los turistas y de las expectativas creadas.

II.2. Características económicas de la Actividad Económica de Turismo y Viajes

II.2.1. Actividades económicas en general y la Actividad Económica de Turismo y Viajes

La economía de cualquier país está constituida por diferentes actividades: agrícola, ganadera, automotriz, siderúrgica, comercial, financiera, de transporte, etc. Muchas de estas actividades están conectadas entre sí a través de lo que se denomina cadenas de valor integradas verticalmente. Así, por ejemplo, la industria automotriz se encadena hacia atrás con la industria siderúrgica y hacia adelante con las actividades de transporte (traslado de vehículos), y comerciales (venta de automóviles). Detrás de la estructuración de estas diferentes actividades se encuentran las demandas, necesidades o preferencias que tienen los individuos. Así, la industria automotriz gira alrededor de satisfacer la necesidad específica que tienen las familias de disponer de un medio privado de transporte.

La Actividad Económica de Turismo y Viajes no se estructura de la misma forma que las actividades económicas generales cuyo eje es el de satisfacer una demanda o necesidad específica. Esta actividad tiene como eje al turista, es decir, a “la persona que por un tiempo mayor a un día se mueve fuera de su

entorno habitual por razones de turismo o de reuniones.” Dado esto, la AETV se constituye por una serie de bienes y servicios dirigida a satisfacer múltiples necesidades o preferencias que tienen estos individuos: necesidades de alojamiento, de alimentación, de transporte, de servicios comerciales, de esparcimiento, de servicios complementarios a las reuniones, etc. Ese turista, fuera de su entorno habitual, hará un **barrido transversal** de demandas sobre múltiples actividades económicas generales, originando también una cadena de valor entre actividades, pero esta vez de carácter horizontal y no vertical. Es necesario mencionar que en ese barrido habrá actividades más características de la propia AETV (como agencias de viaje u hoteles) y habrá actividades menos características (como restaurantes, transporte, servicios comerciales y otras).³

Otra característica de la AETV es que los productos que la conforman son, en su mayoría, servicios muy diferenciados y prácticamente ilimitados, constituyéndose en una actividad productiva de *specialities*. Existe una variedad de paisajes turísticos, o de exquisiteces gastronómicas, o de atracciones culturales y artísticas, y esto implica que no hay un producto turístico sino cientos de miles de ellos.

II.2.2 Algunas características de la demanda de turismo

Como fue mencionado anteriormente, el eje de la AETV está centrado en el turista y en su demanda del producto genérico turismo, aunque se reconoce que existen infinidad de contenidos diferentes para el mismo.

3. Existen otras actividades que tienen características similares a la Actividad Económica de Turismo y Viajes. Una de gran importancia es la actividad tecnológica, que también barre transversalmente a lo largo de la mayoría de las actividades económicas generales. Debido a esta particularidad, no es fácil medir la contribución económica de actividades como el turismo o la tecnología, y por ello, en muchos países incluyendo el nuestro, se hacen esfuerzos de medición importantes a través de construir las llamadas Cuentas Satélites. Ver sección II.2.3.

En general, la demanda de bienes y servicios en una economía se estructura de la siguiente forma. Los bienes se demandan porque los agentes económicos tienen ingresos, siendo entonces el producto bruto interno, o valor agregado bruto, una variable que incide en la demanda de los distintos bienes. Teniendo en cuenta cómo la demanda de cada bien reacciona ante variaciones en el PBI, los bienes se clasifican en inferiores y superiores. Son inferiores aquellos cuya demanda baja ante subas en los ingresos de las personas.⁴ Son superiores los bienes cuya demanda aumenta con el aumento del ingreso. Estos son la gran mayoría de los bienes. A su vez, los bienes superiores pueden clasificarse en bienes de primera necesidad y bienes normales. Los bienes de primera necesidad son los primeros que se consumen, mientras que los considerados normales se van demandando a medida que aumenta el ingreso. El consumo de bienes de primera necesidad tiene una elasticidad-ingreso menor a uno: cuando los ingresos aumentan en una cierta proporción, el consumo de esos bienes aumenta en una proporción menor. Por el contrario, el consumo de los bienes normales tiende a tener una elasticidad-ingreso mayor a uno: cuando los ingresos aumentan en una cierta proporción, ese consumo aumenta en una proporción mayor.

Resulta interesante clasificar a la demanda de turismo dentro de la estructuración anterior. El turismo es claramente un bien superior cuya demanda aumenta con los ingresos. A su vez, no se trata de un bien de primera necesidad, y por lo tanto debe

considerarse como un bien normal. La demanda de turismo tendrá entonces una elasticidad-ingreso mayor a uno: cuando, por ejemplo, los ingresos aumenten un 10%, la demanda de turismo tenderá a aumentar más que un 10%. Naturalmente, tal elasticidad-ingreso también implica que cuando los ingresos bajan, por ejemplo, ese mismo 10%, la demanda de turismo bajará más del 10%. Esta característica de la AETV ha llevado al aforismo en el sector de que “el turista es el último en llegar y el primero en salir”. Se comprueba esta característica de la demanda de turismo cuando se analiza la evolución de la AETV en nuestro país en las dos últimas décadas.

Además de reaccionar ante cambios en los ingresos de los individuos, la demanda de los bienes también reacciona ante cambios en sus precios. Aunque existen excepciones, la demanda de cada bien aumenta cuando su precio relativo (con relación al resto de los bienes) baja, y esa demanda disminuye en el caso contrario. El turismo, como bien superior, reacciona de la misma forma ante cambios en su precio relativo, característica que también se comprueba en el análisis de la evolución del sector.

Además de los ingresos y del precio relativo del turismo, existen otras variables que pueden incidir en la demanda por la AETV. Por ejemplo, una adecuada acción de marketing a favor del turismo puede, para los mismos ingresos o precios relativos, aumentar esa demanda. O la inestabilidad política, social o militar en un país puede disminuir la demanda internacional por el turismo

4. Un ejemplo puede ser el consumo de papa. Si aumenta el ingreso, la dieta se diversifica y aumenta en calidad, y esto hace que caiga su consumo.

de ese país. Lo mismo puede suceder ante un aumento en la inseguridad de las personas en el país implicado o en el mundo,⁵ o la ocurrencia de catástrofes internacionales (por ejemplo, los niveles internacionales de turismo disminuyeron en los meses siguientes a la ocurrencia del tsunami en Indonesia).

Sin embargo, a pesar de la existencia de estas otras variables, cuando se analiza la evolución del turismo en Argentina en sus distintas formas (interno, receptivo y emisor), las variaciones en las variables económicas (ingresos y precios relativos) son suficientes para explicar prácticamente la totalidad de las variaciones en la AETV. Un análisis detallado se presenta en el capítulo IV.

II.2.3. Algunas características de la oferta de turismo

En la actividad económica de cualquier país, ante la existencia de una demanda por bienes o servicios, se crea una oferta interna con capacidad productiva para satisfacer esa demanda. Esto mismo sucede en el caso del turismo. Ante la demanda por bienes y/o servicios que genera la AETV, se invierte en hoteles, facilidades de transporte, restaurantes, agencias de viajes, etc. creando de esta forma la capacidad productiva necesaria para satisfacerla.⁶ Sin embargo, el lado de la oferta de la AETV presenta dos características diferentes del caso general: por un lado, que la estructura de la oferta de turismo surge del barrido transversal sobre diferentes sectores que hace la demanda y que conforman el producto turístico y, por otro lado, que

existen otros factores que colaboran en la oferta que son diferentes a los tradicionales factores productivos.

II.2.3.1. ¿Cómo está conformado el producto turístico? El barrido transversal de la demanda sobre diferentes actividades

Se define en la literatura al producto turístico como un conjunto de actividades productivas interrelacionadas que proveen bienes y servicios heterogéneos que buscan satisfacer las experiencias de ocio de los consumidores (turistas). Es así que mientras que los demandantes hacen referencia y eligen entre distintos productos turísticos, la mayoría de los sectores del lado de la oferta no se consideran ofreciendo un producto turístico único sino que cada uno provee productos (bienes y/o servicios) individuales que, por supuesto, se consideran pertenecientes a la actividad turística. Esta es la percepción del fenómeno turístico que tiene el conjunto de los oferentes, que son los componentes de la oferta turística y conforman la planta turística (por ejemplo, los hoteles, los restaurantes, los medios de transporte, los servicios de esparcimiento, etc.).

De acuerdo a las Recomendaciones Internacionales para Estadísticas Turísticas (Naciones Unidas y Organización Mundial del Turismo, 2008), el producto turístico representa una combinación de diferentes aspectos en torno a un centro específico de interés (características de los lugares visitados), los modos de transporte, el tipo de alojamiento, las actividades específicas en el destino, etc. El producto turístico está formado entonces por un amplio conjunto

5. Este es el denominado "síndrome 11 de septiembre."

6. Esto no ocurriría en el caso de que se importara la totalidad de los bienes y/o servicios.

de elementos que crean y dan lugar al carácter y atractivo de un área para los visitantes y para los residentes.

Este rasgo diferente en la estructuración de la oferta de la AETV surge entonces del carácter de barrido transversal sobre diferentes sectores que hace la demanda de turismo. Al observar actividades netamente características del turismo (como por ejemplo los hoteles) la estructura responde a un caso general: aumenta la demanda por la AETV, y aumenta la oferta hotelera. Sin embargo, esta asociación directa entre variaciones de la demanda y variaciones de la oferta se torna más difusa cuando se trata de actividades menos características del turismo (como por ejemplo, el comercio o los restaurantes). En estos casos, como las motivaciones para crear oferta pueden depender de demandas diferentes de las de la AETV, existen mayores posibilidades de que se puedan presentar situaciones de desajuste entre demanda y oferta, en especial, dado el carácter fuertemente estacional de la demanda de turismo. Es necesario entonces considerar y analizar esta situación particular asociada a la oferta de la AETV, teniendo en cuenta principalmente la coordinación público-privada de medidas adecuadas con el objetivo de moderar los impactos de tales desajustes.

II.2.3.2.

Caracterización de los factores productivos de la Actividad Económica de Turismo y Viajes

El segundo rasgo distintivo de la oferta de la AETV es la caracterización de los factores productivos que participan en

la actividad. En el caso general, por ejemplo automóviles, para satisfacer su demanda, se usan factores de producción (maquinaria, mano de obra, acero, etc.) para crear la capacidad de oferta necesaria. Lo que caracteriza este caso general es que todos estos factores tienen un costo para la economía en su conjunto: lo que dejan de producir en otros sectores por tener que producir autos (por ejemplo, la mano de obra podría, de no producir los autos, estar produciendo alimentos, casas, o cualquier otra cosa).

La AETV tiene una caracterización diferente. Si bien, en parte, se repite el comportamiento anterior, en la oferta de turismo hay otro factor de producción, decisivo y diferente a los anteriores. Se trata de los recursos turísticos (que cada país puede ofrecer tanto a sus residentes como a los extranjeros) que pueden agruparse, en términos generales, en atractivos paisajistas y naturales por un lado, y atractivos culturales por el otro. Estos factores son decisivos porque constituyen la motivación esencial de los viajeros, y son diferentes porque dado que se trata de factores preexistentes -dados por la geografía y la historia de cada país-, no hay que construirlos. Integran la oferta de la AETV pero no tienen un costo para la sociedad. Las Cataratas del Iguazú para nuestro país, o el David de Miguel Ángel para Italia, están donde están, y no tienen un costo adicional para integrar la oferta que satisface la demanda de los turistas.^{7 8}

Es interesante observar que cuando la oferta de una actividad puede contar

7. Por supuesto que la explotación de cualquier recurso turístico implica que existen gastos de mantenimiento y/o de conservación.

8. Existen otros recursos turísticos -más allá de los atractivos naturales y culturales- que hacen que la oferta de turismo se asemeje más a la de un bien tradicional: se trata de aquellos creados por el hombre a los que sí hay que destinarles factores productivos para su construcción.

9. Los recursos turísticos y su distribución geográfica en Argentina se presentan en el capítulo VI.

con la colaboración de tales factores preexistentes y gratuitos, ésta tiene mayor capacidad para generar excedentes económicos para la sociedad. Pero esta capacidad es potencial y, para efectivizarla, hay que usarla. Si nadie fuera a visitar las Cataratas, el excedente económico efectivo de tal factor de la producción sería nulo. En Argentina, un caso de oferta parecido es la producción de soja, en la cual colaboran factores originarios, indestructibles, y gratuitos, como la fertilidad natural del suelo, y la cantidad diaria de sol, humedad, o temperatura, que reciben las semillas. En este caso, también para efectivizar el excedente económico que esos factores pueden generar, hay que producir soja (o de lo contrario, tal excedente sería nulo). En el agro se utilizan eficientemente los factores "originarios e indestructibles." Pero, ¿cómo reaccionaría el gobierno si nuestra tierra no fuera utilizada? Naturalmente, se preguntaría por qué, e intentaría encontrar las causas originantes de no efectivizar al máximo el excedente económico de esos factores. Una vez encontradas las mismas, se llegaría a la conclusión de que los costos que pudiera tener lograr removerlas resultarían ampliamente justificados en virtud de la conveniencia de poder efectivizar las posibilidades de obtener excedentes. Dado esto, la especial característica que tiene la oferta de la AETV exige a los gobiernos preguntarse si los factores preexistentes y gratuitos están utilizados eficientemente y, si se detectan causas que lo impiden, determinar cuáles son y cómo removerlas. En el caso de la AETV, las causas probables pueden estar asociadas a la

insuficiencia de algún bien público necesario, como información, promoción, infraestructura, entre otros. En este caso, los gobiernos deberían analizar la rentabilidad para la economía en su conjunto que tendría la inversión en turismo, teniendo en cuenta los importantes excedentes económicas que se efectivizarían al poder utilizar más intensamente aquellos factores preexistentes y gratuitos.

Un aspecto que se destaca en este trabajo es la aproximación a la parte del producto turístico que corresponde a los recursos y/o atractivos turísticos. Como fue mencionado anteriormente, los recursos turísticos son el elemento central que motiva el desplazamiento de los turistas a un área territorial determinada. No hay un producto turístico, cualquiera sea su definición, si no hay un recurso turístico que le de origen. Si bien no resulta relevante a los fines de la medición y cuantificación económica de la actividad turística, la oferta de recursos turísticos, así como el conjunto de elementos que generan el atractivo de un área para los residentes y los turistas, constituye un indicador adicional de la importancia del turismo en una economía.⁹

II.2.3.3. ¿Cómo se mide el producto bruto interno turístico? El Sistema de Cuentas Nacionales y el enfoque de la Cuenta Satélite de Turismo

La importancia de la definición y delimitación de lo que se entiende por producto turístico está relacionada con la

medición del impacto económico del turismo. La dificultad en enmarcar teóricamente al turismo genera complicaciones a la hora de su medición, ya que, por ejemplo, las fuentes de información disponibles en Argentina todavía no constituyen un instrumento adecuado para este objetivo. Como fue mencionado, el turismo es considerado una actividad de carácter transversal sobre el resto de las actividades de la economía ya que abarca varios sectores, y une un conjunto de bienes y servicios distintos. Dada esta característica particular del fenómeno turístico, surge dentro del marco del Sistema de Cuentas Nacionales la denominada Cuenta Satélite de Turismo, que se considera el instrumento apropiado para la medición y cuantificación económica del turismo. La implementación de esta metodología requiere un gran esfuerzo de coordinación de distintas fuentes de información, aprovechamiento de las existentes, y elaboración de nuevas y variadas encuestas.

La Cuenta Satélite de Turismo es un instrumento estadístico que gira alrededor de los conceptos y definiciones del Sistema de Cuentas Nacionales y constituye una base de datos que permite cuantificar la incidencia económica del turismo. Las Cuentas o Sistema Satélite se fundamentan en la necesidad de ampliar las capacidades analíticas de la Contabilidad Nacional de una manera flexible y sin distorsionar el sistema central.¹⁰ A través de la información provista por la Cuenta Satélite de Turismo, es posible analizar la relación entre la oferta y la demanda de bienes asociados con el turismo.

La Cuenta Satélite de Turismo estima dos tipos de variables: monetarias y no monetarias. Dentro de las variables monetarias, se estiman: producto bruto interno (PBI) turístico, valor agregado turístico (por producto y rama de actividad), consumo receptivo, consumo interno, consumo emisor, consumo colectivo, e inversión turística. Dentro de las variables físicas o no monetarias, se estiman: cantidad de llegadas de excursionistas y turistas (interno, receptivo, emisor), cantidad de pernoctes (interno, receptivo, emisor), ocupación hotelera, y recursos humanos empleados en turismo.

En Argentina se está trabajando hace un tiempo en esta dirección y, una vez que la Cuenta Satélite de Turismo esté disponible, el país contará con una valiosa herramienta empírica. Sin embargo, como esta metodología no está totalmente desarrollada en nuestro país, se utiliza en este trabajo - para la cuantificación económica del turismo- información proveniente de las Cuentas Nacionales, en base a sectores identificados dentro de la Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas.¹¹

II.3. Efectos económicos de la Actividad Económica de Turismo y Viajes

La Actividad Económica de Turismo y Viajes es una de las principales actividades generadoras de crecimiento eco-

10. Otras áreas -además del turismo- donde es posible utilizar la metodología de las Cuentas Satélite son la cultura, la enseñanza, la salud, el medio ambiente, el transporte, y la investigación y desarrollo.

11. La Secretaría de Turismo de la Nación viene trabajando desde hace un tiempo en la implementación de la Cuenta Satélite de Turismo en Argentina. El *Manual de la implementación de la Cuenta Satélite de Turismo de la Argentina* (2007) es una excelente referencia.

nómico, empleo, y, en el caso del turismo receptivo, divisas. Los efectos económicos del turismo son muy importantes y resultan de interés en este trabajo debido a que una parte importante del mismo tiene como objetivo la cuantificación y medición de la actividad económica generada por este sector. Identificar y analizar teóricamente los distintos efectos económicos resulta útil para este fin, en particular, aquellos referidos a los efectos del turismo sobre la producción, el empleo, la recaudación fiscal y la balanza de pagos. En este trabajo se hace referencia a estos efectos para Argentina.¹²

El turismo es una actividad que genera un fuerte crecimiento en las economías y es un motor importante de desarrollo económico. La contribución de la AETV al PBI, en países con tradición turística, es significativa y, en muchos casos, mayor que la de otros sectores económicos como el transporte o la construcción.

La contribución del turismo al desarrollo de otros sectores se presenta a través de su efecto transversal y su impacto sobre varias actividades de la economía. Este efecto surge a partir del ingreso generado por el gasto de los turistas, que abarca no sólo los sectores económicos en contacto directo con la demanda turística sino una gran proporción de sectores económicos que -de un modo u otro- experimentan la influencia del consumo de los turistas. Pocas son las ramas de la actividad económica que no se benefician, aunque sea en pequeña medida, con el incremento

transitorio del número de consumidores que el fenómeno turístico origina.

A través del efecto transversal entonces, el turismo no sólo genera crecimiento y empleo para las actividades directamente vinculadas al sector (como hoteles y restaurantes, agencias de viajes, entre otras) sino también para una gran cantidad de otras actividades indirectamente relacionadas (como el comercio, la construcción, etc.).

Al mismo tiempo, el turismo genera un número relativamente importante de puestos de trabajo con respecto a otros sectores y constituye, en varios casos, una de las fuentes de empleo más importantes de las economías. Tal como ocurre con la generación de crecimiento económico, el turismo crea -a través del efecto transversal- no sólo un porcentaje importante de empleos directos sino también de empleos indirectos. Por un lado, los empleos generados directamente por la expansión del alojamiento, los restaurantes, los medios de transporte, etc. Por otro lado, los empleos generados en forma indirecta, a través de la necesidad de expansión de sectores que prestan servicios a los sectores productivos turísticos. Como en el caso del efecto transversal sobre la generación de ingresos, la demanda de turismo se convierte en una demanda de empleo que afecta a numerosas ramas y servicios de la economía.

Por su parte, la generación de divisas es uno de los efectos más importantes del turismo. El turismo receptivo

12. Debe destacarse que existen también otros importantes efectos del turismo: sobre el crecimiento regional, el desarrollo rural, y el medio sociocultural, aspectos relacionados con cuestiones demográficas o de hábitat local, cuestiones sobre el medio ambiente, cuestiones culturales y costumbres de los destinos turísticos, entre otras, que no serán tratadas en este trabajo.

aporta divisas a la economía y se constituye así en un sector exportador, aunque de carácter no tradicional.¹³ Para muchos países, el turismo es no sólo un elemento útil para diversificar sus ingresos de divisas sino que se constituye también en una de las pocas oportunidades que tienen los países para exportar. Sin embargo, es importante tener en cuenta que este tipo de dependencia del turismo destaca su vulnerabilidad: se trata de un sector que puede resultar negativamente afectado -en mayor medida que otras actividades- por problemas de inestabilidad política o social, problemas de seguridad, y conflictos internos de los países. Un aspecto adicional que debe mencionarse en relación al turismo receptivo es su inmunidad a la aplicación de restricciones proteccionistas de otros países: se trata de exportaciones que se concretan dentro del territorio, sin que los bienes y/o servicios turísticos que se “exportan” tengan que entrar en otro país.

Finalmente, pueden mencionarse algunos otros efectos positivos de la AETV. En los últimos tiempos, el turismo se ha convertido en una nueva e importante herramienta en las estrategias de planificación y programación para el desarrollo regional y/o local. Se lo incluye dentro de los programas de desarrollo regional debido a su importancia como actividad económica y puede utilizarse su planificación para incentivar su crecimiento en algunas áreas más que en otras. Es importante mencionar que todos los aspectos anteriormente

descriptos, fundamentales para el desarrollo de la actividad turística en una economía, se replican desde la perspectiva regional. Además de su contribución a la producción y a la generación de empleo, la diversificación de la base económica y el potencial para utilizar la capacidad ociosa y reducir el desempleo, entre otros, son los principales efectos del turismo que lo plantean como una alternativa económica de importancia para algunas regiones.

Se destacan también:

- su potencialidad para incrementar los ingresos públicos: el turismo genera ingresos públicos en forma directa e indirecta, a través de impuestos que gravan, por ejemplo, al consumo de bienes o al ingreso;
- sus efectos dinamizadores sobre la inversión que lo convierten en un factor de atracción de nuevos emprendimientos: el desarrollo de determinadas zonas como consecuencia del fenómeno turístico genera inversiones, tanto por parte del sector privado como del sector público. Estas inversiones son tanto construcciones para alojamientos y servicios complementarios (alimentación, recreación, y esparcimiento) como obras públicas en transporte, comunicación, salud y energía, entre otras;
- su capacidad para redistribuir ingresos: el turismo puede contribuir a igualar oportunidades regionales, generando una distribución del ingreso más equitativa no sólo entre regiones sino dentro de una misma región.¹⁴

13. Dentro del turismo internacional, el turismo receptivo es el que genera los ingresos de divisas para los países, los que se asimilan a los ingresos por exportaciones e incluyen todas las transacciones relacionadas con el consumo realizado por los visitantes internacionales (tanto aquellos que realizan su visita por el día como aquellos que pernoctan). Por su parte, el turismo emisor es el que genera la salida de divisas de los países y corresponde entonces a los egresos por importaciones. La diferencia entre ingresos y gastos es el saldo de la balanza turística comercial.

14. A partir de mediados de la década del noventa, el turismo ha adquirido, principalmente en países subdesarrollados de África, un rol importante como una alternativa para combatir la pobreza.

Capítulo III

Importancia del turismo en el mundo. Algunas tendencias

En este capítulo se presentan algunos datos ilustrativos del turismo internacional e interno en el mundo, tanto a nivel global como regional. Se presenta una breve evolución de las corrientes turísticas internacionales -en términos de llegadas de turistas e ingresos por turismo internacional- en base a información provista por la Organización Mundial del Turismo (OMT), y se describe la situación actual y perspectivas del turismo (interno e internacional) a nivel mundial y regional de acuerdo a datos provistos por el Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo (WTTC).

III.1.

El turismo en cifras.

El turismo internacional a nivel mundial

y regional. Evolución, situación actual y proyecciones

(Organización Mundial del Turismo, OMT)

III.1.1.

Algunas cifras del turismo mundial

El turismo es uno de los sectores de mayor dinamismo en la economía mundial y, en el último tiempo, se ha transformado en una actividad con un rol importante para el crecimiento económico de muchos países. El periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial es el de mayor expansión del turismo, con un importante crecimiento de las corrientes turísticas internacionales. De los viajes cortos que predominaban en aquella época, enmarcados principalmente dentro del denominado turismo interno, las condiciones económicas y sociales mundiales han llevado a la masificación de este fenómeno, encuadrándose los viajes ahora no sólo dentro de los territorios nacionales sino también fuera de las fronteras bajo el denominado turismo internacional. Se presentan a continuación algunos datos ilustrativos de la dinámica y estructura del turismo internacional.

Las llegadas por turismo internacional, junto con los ingresos por turismo internacional, se han incrementado continua-

mente desde 1950 y constantemente nacen nuevos destinos o lugares de interés. La distribución geográfica del movimiento turístico internacional es un indicador clave de este fenómeno. Las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial pasaron de 25 millones de personas en 1950 a 450 millones en 1990, alcanzando los 903 millones de personas a lo largo de 2007. En cuanto a los ingresos por turismo, a nivel mundial, fueron de 2.000 millones de dólares en 1950, 265.000 millones en 1990, y 856.000 millones durante 2007. Es decir, que mientras que en la década del 50 cada turista internacional aportaba 80 dólares a la actividad turística, este valor asciende a 588 dólares en 1990, y aumenta más del 60% en el año 2007 (950 dólares).

III.1.2.

Llegadas de turistas e ingresos por turismo receptivo a nivel regional mundial

Las Tablas III.1.2.1 y III.1.2.2 muestran la participación de las regiones (África, América, Europa, Medio Oriente, y Asia y el Pacífico) sobre el total mundial, tanto en las llegadas de turistas como en los ingresos por turismo internacional, en el período comprendido entre 1950 y 2000. En ambos casos, durante todo el período, la mayor participación corresponde a Europa, que absorbe en promedio el 65% de los arribos de turistas y el 54% de los ingresos del total mundial. El segundo lugar lo ocupa el Continente Americano, con aproximadamente un 25% de las llegadas de turistas mundiales en promedio para todo el período, y una importante caída

entre décadas en su participación en ingresos por turismo (del 50% en 1950 a aproximadamente el 25% en el año 2000).

Es interesante notar, a lo largo de todo el período, el protagonismo que van tomando el resto de las regiones: en particular, Asia y el Pacífico. Esta región ocupa el tercer lugar con, en promedio, un 7% de llegadas y un 9% de ingresos por turismo internacional. Mientras que durante 1950, Europa y América recibían en conjunto el 96% del total mundial de llegadas y el 92,5% de los ingresos por turismo internacional, en el año 2000 estas cifras disminuyen al 76%. Por su parte, la región de Asia y el Pacífico participaba en 1950 sólo en 0,94% del total mundial de llegadas y en 1,72% de los ingresos mientras que, en el año 2000, representa más del 15% de los totales mundiales correspondientes a ambos agregados. Estas particularidades de la evolución de la estructura del mercado turístico son consecuencias directas del fenómeno de la globalización, con cada vez más y distintos destinos turísticos compitiendo en el mercado mundial por el conjunto de demandantes de ocio y tiempo libre. Los efectos de la globalización se evidencian en que, lentamente a través del tiempo, los valores de las participaciones relativas de las regiones en el mercado se van acercando cada vez más en vez de distanciarse.

En las Tablas III.1.2.3 y III.1.2.4 es posible observar el comportamiento de las corrientes turísticas mundiales a nivel regional e intrarregional entre el año 2000 y el año 2006. Dentro de las

regiones de Europa y América que, como fue mencionado anteriormente, representan el 76% del total mundial de las llegadas y de los ingresos por turismo internacional en el año 2000, se destacan Europa Occidental y Mediterránea (con una participación de aproximadamente el 35%) y América del Norte (con una

participación cercana al 70%), respectivamente. En 2006 estas regiones en conjunto continúan, como en el período anterior, perdiendo participación -principalmente en las llegadas y, en menor medida, en los ingresos por turismo internacional- a favor de la región de Asia y el Pacífico y, en menor medida, África y Medio

Tabla III.1.2.1

Participación regional en el mundo de las llegadas de turistas internacionales

1950-2000 / En porcentaje

Período	Africa	América	Europa	Medio Oriente	Asia y el pacífico	Mundo
1950	2,07	29,61	66,60	0,78	0,94	100
1960	1,08	24,10	72,64	0,91	1,28	100
1970	1,45	25,50	68,16	1,12	3,77	100
1980	2,56	21,43	65,80	2,09	8,11	100
1990	3,29	20,38	62,43	1,65	12,25	100
2000	4,09	18,79	57,32	3,58	16,21	100
Promedio	2,42	23,30	65,49	1,69	7,09	100

Fuente: OMT (1996 y 2000)

Tabla III.1.2.2

Participación regional en el mundo de los ingresos por turismo internacional

1950-2000 / En porcentaje

Período	Africa	América	Europa	Medio Oriente	Asia y el pacífico	Mundo
1950	4,19	50,48	42,14	1,48	1,72	100
1960	3,54	35,71	56,56	0,84	3,35	100
1970	2,69	26,82	61,58	2,21	6,71	100
1980	2,58	24,12	60,31	3,30	9,69	100
1990	1,97	26,25	54,39	1,94	15,46	100
2000	2,20	27,65	48,92	3,21	18,01	100
Promedio	2,86	31,84	53,98	2,16	9,16	100

Fuente: OMT (1996 y 2000)

Oriente. Este comportamiento se replica al interior de las regiones para las subregiones identificadas como más representativas. Sin embargo, los datos revelan un leve crecimiento en la participación de América del Sur dentro de América: de 12% a 14% en las llegadas y de 7% a 9% en los ingresos por turismo internacional, tendencia que también se verifica en el Caribe y América Central (dentro de América), y Europa del Norte y Europa Central (dentro de Europa).

III.1.3.

Principales destinos y principales países emisores de turismo en el mundo

Las Tablas III.1.3.1 y III.1.3.2 muestran los cinco países que lideran el mercado del turismo mundial en el año 2007, tanto en términos de llegadas como de ingresos derivados del turismo receptivo. Francia, España, Estados Unidos, China e Italia se consideran los principales destinos en el

Tabla III.1.2.3

Llegadas de turistas internacionales por subregiones a nivel mundial

Años 2000 y 2006 / En millones y en porcentaje

Región	2000			2006		
	Millones	%	%	Millones	%	%
Mundo	688,40	100,00		842,70	100,00	
Europa	396,20	57,55	100,00	458,00	54,35	100,00
Europa del Norte	44,60	6,48	11,26	56,30	6,68	12,29
Europa Occidental	139,70	20,29	35,26	148,70	17,65	32,47
Europa Central y Oriental	71,20	10,34	17,97	88,00	10,44	19,21
Europa Merid, y Medit,	140,80	20,45	35,54	165,00	19,58	36,03
Asia y el Pacífico	111,40	16,18	100,00	167,10	19,83	100,00
Asia del Nordeste	58,30	8,47	52,33	94,00	11,15	56,25
Asia del Sudeste	37,80	5,49	33,93	53,80	6,38	32,20
Oceanía	9,20	1,34	8,26	10,50	1,25	6,28
Asia Meridional	6,10	0,89	5,48	8,80	1,04	5,27
América	128,20	18,62	100,00	136,30	16,17	100,00
América de Norte	91,50	13,29	71,37	90,30	10,72	66,25
El Caribe	17,10	2,48	13,34	19,50	2,31	14,31
América Central	4,30	0,62	3,35	6,90	0,82	5,06
América del Sur	15,20	2,21	11,86	19,60	2,33	14,38
África	28,20	4,10	100,00	40,30	4,78	100,00
África del Norte	10,20	1,48	36,17	14,70	1,74	36,48
África Subsahariana	18,00	2,61	63,83	25,60	3,04	63,52
Oriente Medio	24,40	3,54	100,00	41,00	4,87	100,00

Fuente: OMT (2008a)

mundo según ambos indicadores, sólo que las posiciones relativas de dichos países se modifican dependiendo de cuál se considere. Por ejemplo, Francia figura como líder según las llegadas de turistas mientras que pasa al tercer puesto cuando se tienen en cuenta los ingresos,

mientras que en este caso el líder es Estados Unidos que, a su vez, ocupa el tercer lugar según las llegadas. China e Italia intercambian el cuarto y el quinto puesto bajo los dos indicadores, mientras que España es el único país que mantiene siempre el segundo lugar.

Tabla III.1.2.4

Ingresos por turismo internacional por subregiones a nivel mundial

Años 2000 y 2006 / En millones de dólares y en porcentaje

Región	2000			2006		
	Millones	%	%	Millones	%	%
Mundo	473.093	100,00		741.198	100,00	
Europa	231.454	48,92	100,00	376.349	50,78	100,00
Europa del Norte	36.051	7,62	15,58	60.286	8,13	16,02
Europa Occidental	81.642	17,26	35,27	131.572	17,75	34,96
Europa Central y Oriental	20.350	4,30	8,79	37.568	5,07	9,98
Europa Merid. y Medit.	93.411	19,74	40,36	146.922	19,82	39,04
Asia y el Pacífico	85.222	18,01	100,00	156.007	21,05	100,00
Asia del Nordeste	39.428	8,33	46,27	74.737	10,08	47,91
Asia del Sudeste	26.710	5,65	31,34	43.264	5,84	27,73
Oceanía	14.287	3,02	16,76	26.542	3,58	17,01
Asia Meridional	4.797	1,01	5,63	11.464	1,55	7,35
América	130.801	27,65	100,00	153.694	20,74	100,00
América de Norte	101.472	21,45	77,58	112.503	15,18	73,20
El Caribe	17.155	3,63	13,12	21.754	2,93	14,15
América Central	2.958	0,63	2,26	5.436	0,73	3,54
América del Sur	9.216	1,95	7,05	14.002	1,89	9,11
África	10.412	2,20	100,00	24.553	3,31	100,00
África del Norte	3.822	0,81	36,71	8.583	1,16	34,96
África Subsahariana	6.590	1,39	63,29	15.970	2,15	65,04
Oriente Medio	15.204	3,21	100,00	30.595	4,13	100,00

Fuente: OMT (2008a)

En relación a los países pertenecientes a América del Sur, los únicos que figuran dentro de los cincuenta países con mayor actividad turística son Brasil y Argentina. En términos de llegadas, Brasil ocupa el puesto 41 con 5 millones de personas que arribaron durante el año 2007 mientras que Argentina se encuentra en la posición número 44 con 4,5 millones de arribos durante ese mismo año. Cuando se consideran los ingresos, Brasil asciende una posición (posición 40), habiendo percibido un ingreso de 5.000 millones de dólares en 2007 mientras que Argentina pierde posiciones hasta el lugar 47, con un ingreso de 4.200 millones de dólares.

También resulta interesante analizar la dinámica mundial del turismo emisoro (Tabla III.1.3.3). De los países que realizan el mayor gasto en turismo internacional durante el año 2007, los primeros cuatro pertenecen al Continente Europeo y el quinto es China. Dentro de los diez primeros, sin considerar a China y a la Federación Rusa, el crecimiento más fuerte se evidencia en Canadá (14%) y la República de Korea (11%), siendo únicamente Japón el país que tuvo un crecimiento negativo (-0,2%). El caso de Alemania es llamativo: a pesar de ser el país que realiza el mayor gasto en turismo, dentro de estos primeros países es el que tiene la menor tasa de crecimiento (3%). Por su parte, China, luego de superar a Italia y a Japón en cuanto a su gasto, se ubica en el quinto puesto.

Tabla III.1.3.1
Principales destinos en el mundo:
llegadas de turistas internacionales
Año 2007 / En millones de personas

Posición	País	Arribos
1	Francia	81,90
2	España	59,20
3	Estados Unidos	56,00
4	China	54,70
5	Italia	43,70
...
41	Brasil	5,00
...
44	Argentina	4,50

Fuente: OMT (2008)

Tabla III.1.3.2
Principales destinos en el mundo:
ingresos por turismo internacional
Año 2007 / En millones de dólares

Posición	País	Dólares
1	Estados Unidos	96.700
2	España	57.800
3	Francia	54.200
4	Italia	42.700
5	China	41.900
...
40	Brasil	5.000
...
47	Argentina	4.200

Fuente: OMT (2008)

En relación a América del Sur, únicamente Brasil y Argentina figuran dentro de los cincuenta países con mayor nivel de gasto en turismo internacional. Brasil ocupa, durante el año 2007, la posición número 28 con un gasto de 8.200 millones de dólares mientras que Argentina se ubica en la posición 36 con un gasto de 3.900 millones de dólares.

III.1.4. El saldo de la balanza comercial turística a nivel regional mundial

Combinando ingresos y gastos derivados del turismo internacional, se obtiene el saldo comercial turístico. La Tabla III.1.4.1 presenta los gastos en turismo emisoro (importaciones de turismo internacional) por regiones y subregiones para los años 1990 y

2000, y la participación en porcentaje de las regiones respecto del mundo, y de las subregiones en relación a sus correspondientes regiones.

En la Tabla III.1.4.2 se exponen los ingresos (exportaciones de turismo internacional) por regiones y subregiones para los años 1990, 2000 y 2005, y las participaciones en porcentaje de las regiones respecto del mundo, y de las subregiones en relación a sus correspondientes regiones.

Finalmente, usando la información anterior, se calcula el saldo de turismo internacional para regiones y subregiones, tomado como exportaciones menos importaciones (o ingresos menos gastos) (Tabla III.1.4.3).

III.1.5. Principales tendencias del turismo mundial según el Barómetro de la Organización Mundial del Turismo (2008)

El turismo mundial ha evidenciado un buen comienzo en los primeros meses del año 2008. A pesar de los pronósticos negativos y de la incertidumbre respecto del desarrollo de la economía mundial, el crecimiento del turismo ha continuado relativamente bien, aunque a una tasa un poco menor que la del año 2007. En todas las subregiones se evidenciaron tasas positivas de crecimiento: América del Sur fue una de las regiones con mayor crecimiento; América del Norte evidenció crecimiento debido, principalmente, al gran influjo turístico en Estados Unidos; el Caribe se recuperó de su mala perfor-

Tabla III.1.3.3
Principales emisores de turismo en el mundo:
gastos en turismo internacional
Año 2007 / En millones de dólares

Posición	País	Gastos
1	Alemania	82.900
2	Estados Unidos	76.200
3	Reino Unido	72.300
4	Francia	36.700
5	China	29.800
...
28	Brasil	8.200
...
36	Argentina	3.900

Fuente: OMT (2008)

mance del 2007; y Europa fue la región con la menor tasa de crecimiento. Sin embargo, el índice de confianza respecto del futuro del turismo, publicado por la Organización Mundial del Turismo, muestra un claro deterioro. El futuro de la economía mundial continúa siendo incierto y este hecho repercute en las posibilidades de desarrollo futuro del turismo mundial. El informe del FMI sobre las perspectivas del desarrollo del turismo mundial considera que, si bien la expansión global se está desacelerando, el PBI mundial cre-

cerá a una tasa del 3,7% en el año 2008 y a una tasa del 3,9% durante el 2009 (en contraste con el crecimiento del 4,9% que tuvo en el año 2007). También destaca que el crecimiento mundial ha experimentado un cambio importante al estar dominado por las economías en desarrollo y emergentes y, en consecuencia, por una demanda creciente de *commodities* como el petróleo, los metales y los alimentos. En la actualidad, estos países realizan un tercio del intercambio global y han sido los responsables de más de la

Tabla III.1.4.1

Gastos en turismo internacional a nivel regional mundial

Años 1990 y 2000 / En millones de dólares y en porcentaje

Región	1990	Cuota	2000	Cuota
Mundo	269.250		450.980	
Europa	136.080	0,51	223.310	0,47
Europa del Norte	36.240	0,27	60.610	0,27
Europa Occidental	77.830	0,57	108.800	0,49
Europa Central y Oriental	3.220	0,02	18.740	0,08
Europa Merid. y Medit.	18.790	0,14	35.160	0,16
Asia y el Pacífico	57.550	0,21	103.930	0,22
Asia del Nordeste	45.080	0,78	77.150	0,74
Asia del Sudeste	5.320	0,09	14.540	0,14
Oceanía	5.740	0,10	8.020	0,08
Asia Meridional	1.400	0,02	4.210	0,04
América	62.590	0,23	100.560	0,21
América de Norte	53.800	0,86	82.640	0,82
El Caribe	2.490	0,04	4.170	0,04
América Central	470	0,01	1.250	0,01
América del Sur	5.830	0,09	12.500	0,12
Africa	4.190	0,02	6.760	0,01
Africa del Norte	560	0,13	940	0,14
Africa Subsahariana	3.630	0,87	5.830	0,86
Oriente Medio	9.030	0,03	16.420	0,03

Fuente: OMT (1996 y 2000)

Nota: la información de los gastos por turismo internacional a nivel mundial no se encuentra disponible en forma homogénea para las distintas regiones del mundo para los años 2005 ó 2006. Se optó por presentar la información obtenida de la OMT correspondiente al año 2000 que presenta cierta consistencia y homogeneidad para ilustrar el saldo de la balanza turística comercial a nivel mundial.

mitad del aumento en el volumen de las importaciones mundiales desde el año 2000 en adelante.

Por su parte, el informe de las Naciones Unidas refleja un panorama más pesimista al afirmar que la economía mundial se encuentra cerca de una recesión muy importante. La crisis crediticia desatada en las mayores economías del mundo, la pérdida de valor del dólar frente a otras monedas, los desbalances globales persistentes, y el gran aumento en el precio de los

commodities (tanto los derivados del petróleo como los que no lo son), ponen en peligro el desarrollo de la economía mundial. El informe destaca tres escenarios posibles: el escenario base, uno pesimista, y otro optimista y concluye que según el desempeño de la economía mundial en el segundo trimestre, es más probable que prevalezca el escenario base en el cual el crecimiento de la economía mundial será positivo pero menor que el que se observó durante el año 2007 (se calcula que la tasa de crecimiento será de

Tabla III.1.4.2

Ingresos por turismo internacional a nivel regional mundial

Años 1990, 2000 y 2005 / En millones de dólares y en porcentaje

Región	1990	Cuota	2000	Cuota	2005	Cuota
Mundo	270.159		481.560		676.000	
Europa	142.885	0,53	232.486	0,48	348.800	0.52
Europa del Norte	26.267	0,18	35.932	0,15	53.900	0.08
Europa Occidental	63.114	0,54	82.774	0,36	122.500	0.18
Europa Central y Oriental	2.097	0,015	20.375	0,09	32.400	0.05
Europa Merid. y Medit.	51.408	0,36	93.405	0,40	140.000	0.21
Asia y el Pacífico	46.474	0,17	90.207	0,19	134.500	0.20
Asia del Nordeste	22.651	0,49	44.460	0,49	65.400	0.49
Asia del Sudeste	14.479	0,31	26.210	0,29	33.800	0.25
Oceanía	7.315	0,16	14.739	0,16	25.600	0.19
Asia Meridional	2.029	0,04	4.797	0,05	9.600	0.07
América	69.274	0,26	130.797	0,27	145.200	0.21
América de Norte	54.872	0,79	101.472	0,78	107.400	0.74
El Caribe	8.721	0,13	17.145	0,13	20.800	0.14
América Central	735	0,01	2.964	0,02	4.600	0.03
América del Sur	4.946	0,07	9.215	0,07	12.400	0.09
África	6.402	0,02	10.503	0,02	21.700	0.03
África del Norte	2.333	0,36	3.823	0,36	7.000	0.32
África Subsahariana	4.069	0,64	6.681	0,64	14.700	0.68
Oriente Medio	5.124	0,02	17.567	0,04	26.300	0.04

Fuente: OMT (1996 y 2008a)

1,8% y 2,1%, respectivamente). En este informe se destaca también que, si bien los hechos mencionados anteriormente afectarán el gasto total mundial en turismo, éste depende a su vez de cada país y de cada región, de la situación económica particular de cada uno de ellos, de los mercados de trabajo, y del índice de confianza del consumidor. Si bien este índice exhibe un deterioro en la actualidad, el turismo internacional se ha mostrado a lo largo del tiempo lo suficientemente fuerte como para enfrentar varios tipos de shocks (tensiones geopolíticas, amenazas a la seguridad, crisis naturales o provocadas por el hombre, etc.). Se concluye que gran parte del año 2008 debería ser beneficioso para el turismo mundial: los Juegos Olímpicos y la Copa Europea de Fútbol dieron origen a numerosos viajes a nivel mundial.

III.2. El turismo en cifras. El turismo (interno e internacional) a nivel mundial y regional. Situación actual y perspectivas (Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo, WTTC)

Mientras que la información provista por la OMT permite conocer el mapa mundial de las llegadas y de los ingresos por turismo receptivo y su distribu-

ción regional, los datos provistos por el Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo brindan información de la contribución del turismo -interno y receptivo- como actividad económica a nivel mundial y regional.

III.2.1. La contribución del turismo a la economía mundial

De acuerdo al Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo (2008), la AETV

Tabla III.1.4.3
Saldo comercial turístico a nivel
regional mundial
Años 1990 y 2000 / En millones de dólares

Región	1990	2000
Mundo	909	30.580
Europa	6.808	9.177
Europa del Norte	-9.974	-24.675
Europa Occidental	-14.718	-26.025
Europa Central y Oriental	-1.120	1.633
Europa Merid. y Medit.	32.621	58.244
Asia y el Pacífico	-11.077	-13.718
Asia del Nordeste	-22.429	-32.693
Asia del Sudeste	9.155	11.670
Oceanía	1.572	6.715
Asia Meridional	626	589
América	6.686	30.236
América de Norte	1.073	18.830
El Caribe	6.229	12.975
América Central	267	1.716
América del Sur	-883	3.286
África	2.211	3.741
África del Norte	1.770	2.887
África Subsahariana	441	855
Oriente Medio	-3.906	1.149

Fuente: OMT (1996 y 2000)

es una de las principales generadoras de empleo en el mundo, tanto de empleos directos de alta calidad como de un gran número de empleos indirectos. Se estima que aproximadamente 238 millones de puestos de trabajo -es decir, 8,4% del empleo total mundial- corresponderán a la AETV durante 2008 (esto representa 1 de cada 11,9 empleos en el mundo) y que, para el año 2018, estos valores ascenderán a 296 millones de puestos de trabajo (9,2% o 1 de cada 10,8 empleos). Sin embargo, la medida clave de la importancia del turismo para la actividad económica global es su contribución - directa e indirecta- al PBI (es decir, el porcentaje que representa el turismo en el PBI total). Se espera un crecien-

to de la contribución de la AETV al PBI mundial de 9,9% en 2008 a 10,5% en 2018. Finalmente, un indicador adicional para evaluar la incidencia económica del turismo receptivo son los ingresos por exportaciones provenientes del turismo y de los bienes turísticos. Se estima que durante 2008 estos ingresos representarán cerca del 11% del total mundial de exportaciones y 10,3% durante 2018. Es importante destacar que mientras que la participación de la AETV en el PBI o en el empleo son medidas que representan la contribución del turismo *interno y receptivo* a la economía, la participación en las exportaciones dimensiona solamente la importancia del turismo *receptivo*.

Tabla III.2.2.1

Estimación de la contribución de la AETV: participación en el PBI, en el empleo, y en las exportaciones totales. A nivel regional (mundial) **Años 2008 y 2018** / En porcentaje

	2008			2018		
	PBI	Empleo	Exportaciones	PBI	Empleo	Exportaciones
America del Norte	10,2	11,1	13,8	10,5	11,5	13
América Latina	6,8	6,5	9,0	7,4	7,0	8,8
Caribe	14,8	12,9	18,2	14,9	13,8	18,7
Unión Europea	10,2	10,8	11,7	10,7	11,6	11,3
Resto de Europa del OE	10,5	8,9	11,4	10,4	8,6	10,1
Europa del Este y Central	8,1	6,9	9,8	8,7	7,5	9,4
África del Norte	13,3	12,8	16,6	14,6	13,7	16,6
África Subsahariana	7,9	5,6	12,6	7,4	4,9	12,8
Oriente Medio	11,1	10,3	13,3	11,1	10,8	15
Noreste de Asia	10,2	9,6	7,4	11,4	11,9	7,5
Sureste de Asia	10,2	8,5	7,7	10,1	8,7	7,3
Sur de Asia	6,1	5,9	6,9	6,1	6,5	4,7
Oceania	11,7	12,4	19,7	12,6	12,8	19,9

Fuente: Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo (2008)

III.2.2. La contribución del turismo según el mapa regional mundial

También resulta interesante analizar las estimaciones de los indicadores relevantes de la actividad turística teniendo en cuenta su distribución regional a nivel mundial.¹⁶ La Tabla III.2.2.1 y las Figuras III.2.2.1.a-b-c muestran la contribución esperada de la AETV en el PBI (como porcentaje del PBI total), en el empleo (como porcentaje del empleo total), y en las exportaciones (como porcentaje de las exportaciones totales) a nivel regional, tanto la proyección correspondiente al año 2008 como la del año 2018.

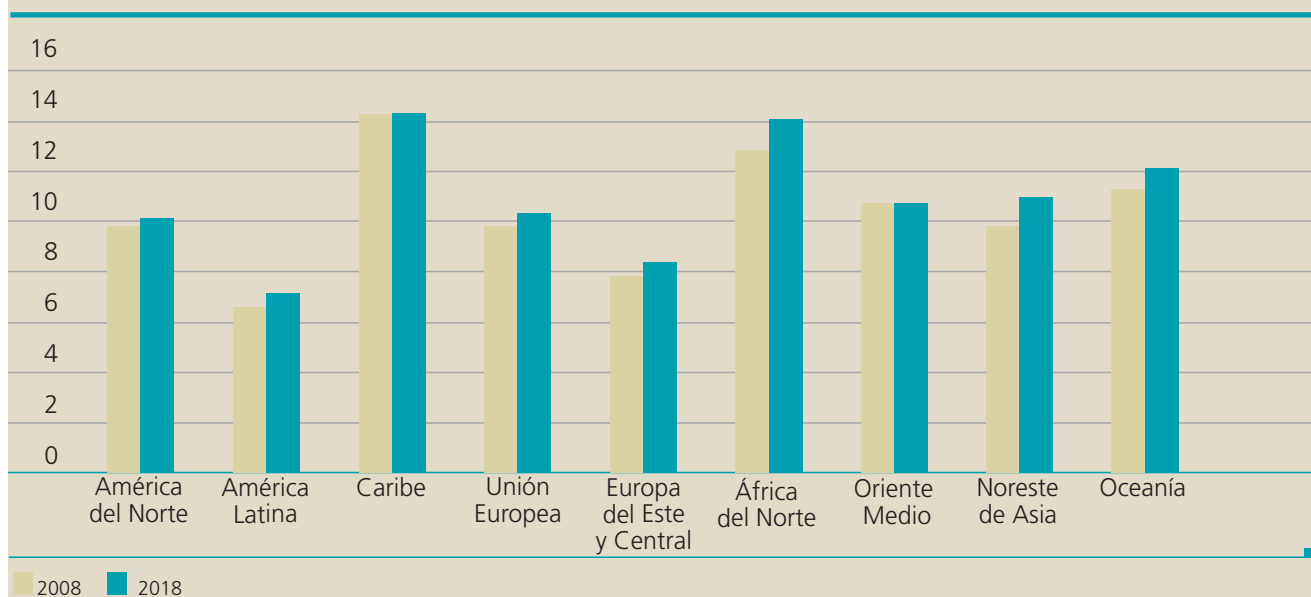
De acuerdo a las estimaciones para el año 2008, la distribución regional muestra que el Caribe, África del Norte, Oceanía, y Oriente Medio resultan ser las áreas donde la contribución esperada del turismo al PBI es mayor. Mientras que en las dos primeras regiones, la contribución es de 14,8% y 13,3%, respectivamente; Oceanía -y también el Caribe- destacan en su participación dentro de las exportaciones alcanzando un valor cercano al 20%. Estos datos muestran dos aspectos que pueden destacarse: por un lado, el protagonismo que van adquiriendo algunas regiones periféricas en el turismo (tanto en su posicionamiento en los mercados internacionales como internamente) y, por otro lado, la dependencia eco-

16. Las regiones consideradas por el Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo son las siguientes: América del Norte, América Latina, Caribe, Unión Europea, Europa del Este y Central, África del Norte, África Subsahariana, Noreste de Asia, Sureste de Asia, Asia del Sur, Oceanía, y Medio Oriente.

Figura III.2.2.1.a

Estimación de la contribución de la AETV: participación en el PBI.
A nivel regional (mundial)

Años 2008 y 2018 / En porcentaje

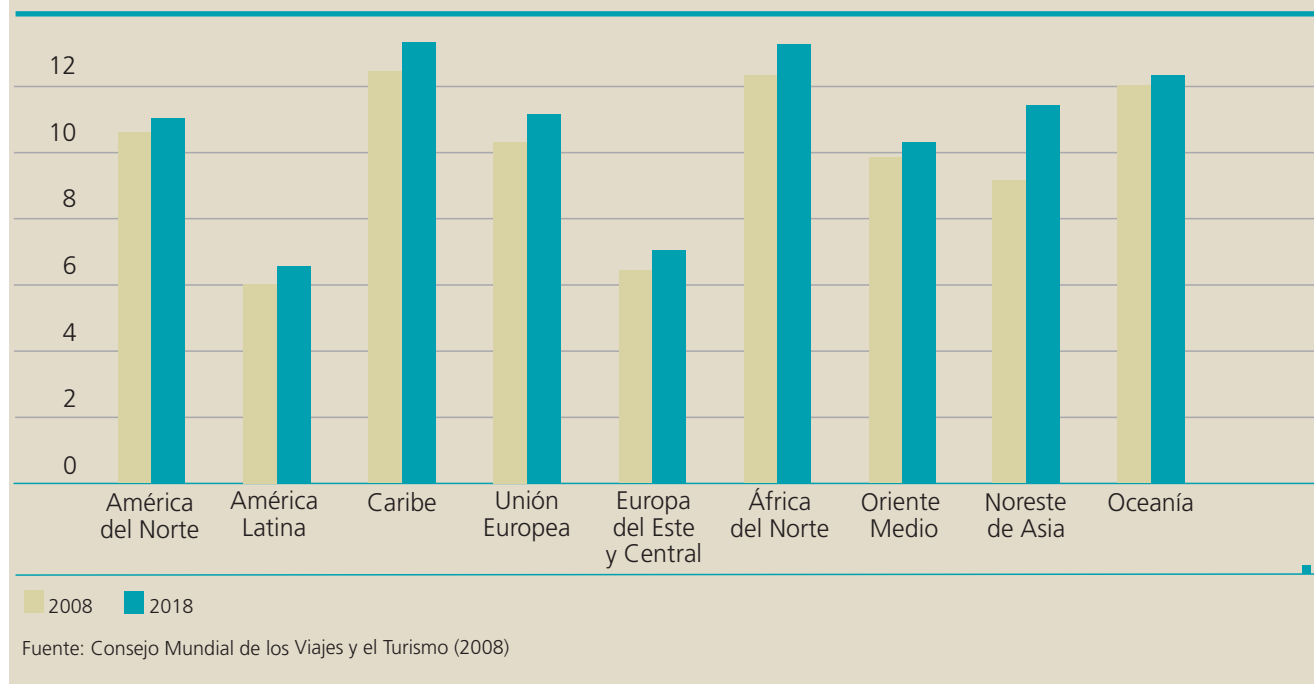


Fuente: Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo (2008)

Figura III.2.2.1.b

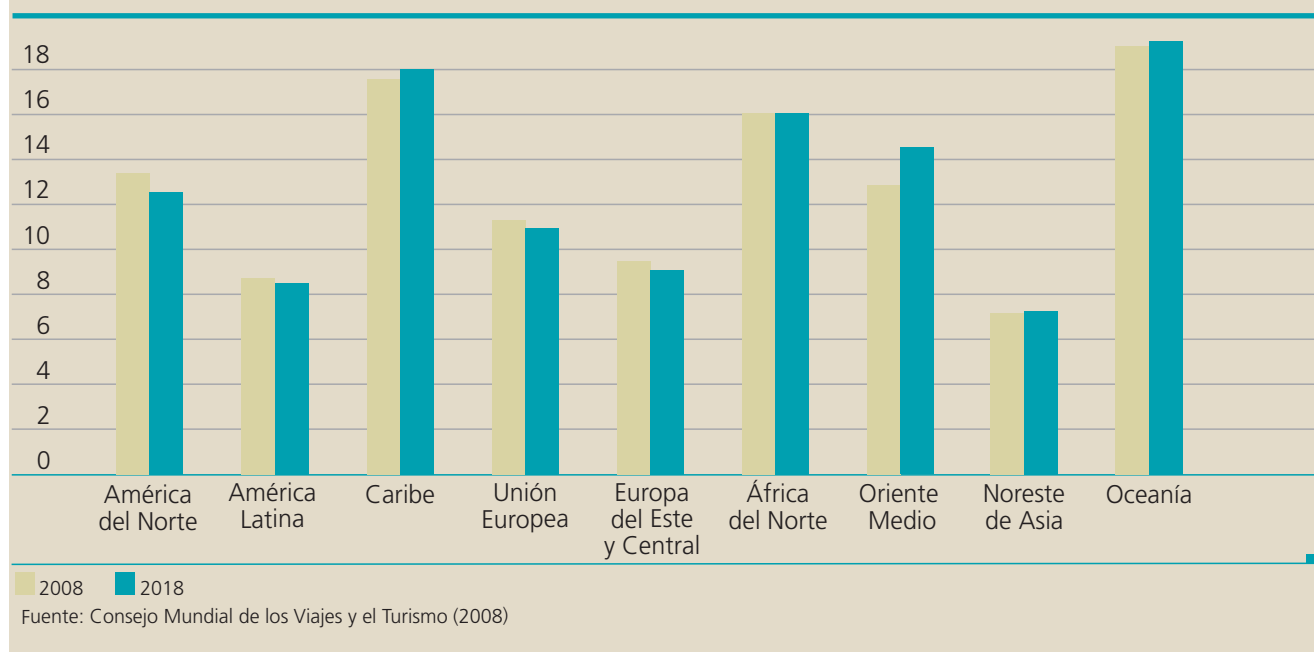
Estimación de la contribución de la AETV: participación en el empleo. A nivel regional (mundial)

Años 2008 y 2018 / En porcentaje

**Figura III.2.2.1.c**

Estimación de la contribución de la AETV: participación en las exportaciones. A nivel regional (mundial)

Años 2008 y 2018 / En porcentaje



nómica que puede generar el turismo receptivo en algunas economías poco diversificadas.

Por su parte, América Latina es una de las regiones que presenta un comportamiento positivo relativamente modesto con respecto al resto de las regiones a nivel mundial: la contribución de la AETV es de 6,8% al PBI; 6,5% al empleo; y 9% a las exportaciones para el año 2008. Estos datos, junto con la información provista por la Organización Mundial del Turismo, pueden interpretarse como una señal para que los países de la región, especialmente Argentina, generen políticas activas para enfrentar, en caso de que sea necesario, escenarios poco favorables en el futuro. En el corto plazo, se trata de aprovechar un contexto macroeconómico favorable y, en el largo plazo, el objetivo es sostener el crecimiento del turismo y explotar sus múltiples ventajas como actividad recreativa, cultural y económica.

En cuanto a las proyecciones de la contribución de la AETV para el año 2018, en términos generales, no se presentan variaciones significativas. En África del Norte se destaca un aumento de su participación en el PBI que pasa de representar el 13,3% en 2008 al 14,6% en 2018. En cuanto al empleo, se evidencia un crecimiento en la mayoría de las regiones (principalmente el Caribe, la Unión Europea, África del Norte, y el Noreste de Asia que crecen casi en un 1%). Estas tendencias muestran que, a pesar de la incorporación

cada vez mayor de diversas tecnologías en las actividades relacionadas con el turismo, la intensidad relativa del factor trabajo utilizado en turismo -un sector formado principalmente por actividades de servicios- es importante.

En relación a América Latina, si bien las proyecciones muestran que no se trata de una de las regiones más destacadas, se espera un importante crecimiento en los próximos diez años. América Latina para el año 2008 proyecta una participación de la AETV en el PBI de 6,8%, mientras que para el año 2018 se sitúa en 7,4%. En cuanto al empleo, se espera un crecimiento del 6,8% (2008) al 7% (2018), y para las proyecciones relacionadas con las exportaciones regionales, si bien casi no difieren entre los años 2008 y 2018, los datos permiten obtener algunas conclusiones interesantes. Por ejemplo, mientras que en América Latina aumenta la participación de la AETV en el PBI y en el empleo de 2008 a 2018, la participación en las exportaciones cae entre un año y otro (8,8% versus 9%). Estos datos parecieran indicar un incremento en el turismo intrarregional. Este fenómeno puede observarse también en América del Norte y Europa, lo cual muestra que el fenómeno de América Latina no es necesariamente un caso aislado.

Capítulo IV

La importancia y evolución del turismo en Argentina

El objetivo de este capítulo es analizar la importancia y evolución en las últimas dos décadas de la Actividad Económica de Turismo y Viajes en Argentina. Se presenta una breve referencia a la evolución macroeconómica de nuestro país en el período 1990-2007. La variedad y profundidad de los cambios macroeconómicos experimentados en este período es enorme, lo que facilita entender cómo la evolución de la AETV está influenciada por tales cambios. Se analiza también la evolución de las tres formas en que se manifiesta la AETV, esto es, el turismo interno, el turismo receptivo, y el turismo emisor, entroncando esta evolución con los cambios producidos en el entorno macroeconómico descriptos

anteriormente. Finalmente, se utilizan fuentes de información más desagregadas para ampliar la consideración del turismo interno y del turismo internacional de Argentina, tanto receptivo como emisor, precisando las entradas y salidas de divisas que genera y los resultados asociados a la balanza turística de divisas.

IV.1. La situación Argentina: evolución macroeconómica 1990-2007

En esta sección se detalla la evolución macroeconómica de nuestro país en el período 1990-2007. Este es un período de análisis particularmente interesante, a lo largo del cual se producen grandes cambios en las dos variables macroeconómicas (ingreso nacional y tipo de cambio real) más determinantes en Argentina del nivel y de las variaciones del turismo en sus distintas formas. Se hace también una breve referencia al período de posguerra que antecede a la década del noventa. El objetivo es contar con elementos macroeconómicos que sirvan para explicar mejor la evolución y el crecimiento del sector.

IV.1.1. La etapa del *stop-go*: anterior a la década del noventa

En el período de posguerra que antecede a los noventa, la economía argen-

tina se caracterizó por su gran inestabilidad en sus niveles de actividad: períodos de crecimiento de dos a cuatro años fueron seguidos por profundas caídas de uno a dos años. Fue más inestable aún en cuanto al nivel general de precios: algunos períodos de relativa calma inflacionaria fueron sucedidos por años de altísima inflación, experimentando dos episodios hiperinflacionarios a mediados de 1989 y a principios de 1990. Fue inestable en cuanto a sus resultados externos: recurrentes crisis en la balanza de pagos. Y fue también muy inestable en cuanto a los niveles de sus tipos de cambio.

La inestabilidad de Argentina la convirtió, en el mundo, en el prototipo de la esquematización macroeconómica denominada *stop-go*. Este esquema implicaba el siguiente comportamiento macroeconómico. Periódicamente, el país experimentaba períodos de tranquilidad en sus cuentas externas: importaciones relativamente bajas ante niveles de actividad económica interna bajos, exportaciones en alza, y niveles de confianza que reducían la fuga de capitales. Ante esta perspectiva, los gobiernos facilitaban una expansión económica interna a través de políticas monetarias y fiscales expansivas. Se iniciaba el *arranque* (el *go*). A medida que la ocupación y el ingreso nacional aumentaban, los saldos exportables industriales se reducían por la mayor demanda interna de esos bienes, las importaciones aumentaban por la expansión interna, y, ante el escaso financiamiento externo, las reservas de divisas en el Banco Central se reducían. Aumentaba así la intranquilidad

externa, alentando las salidas de capital. Rápidamente, la situación externa se hacía insostenible. Con la pérdida de reservas internacionales, el Banco Central no podía sostener el peso que se devaluaba al mismo tiempo que se aplicaban políticas fiscales y monetarias duras para evitar espirales inflacionarias. Se iniciaba la *frenada* (el *stop*). Paulatinamente, con la caída de la actividad económica interna, se reestablecían condiciones de superavits externos en la cuenta corriente (menos importaciones y más exportaciones) y mejoraban las condiciones de la cuenta capital. El Banco Central recomponía su situación de reservas, y el escenario quedaba montado para un nuevo *arranque*.

IV.1.2.

Éxito y caída en los noventa

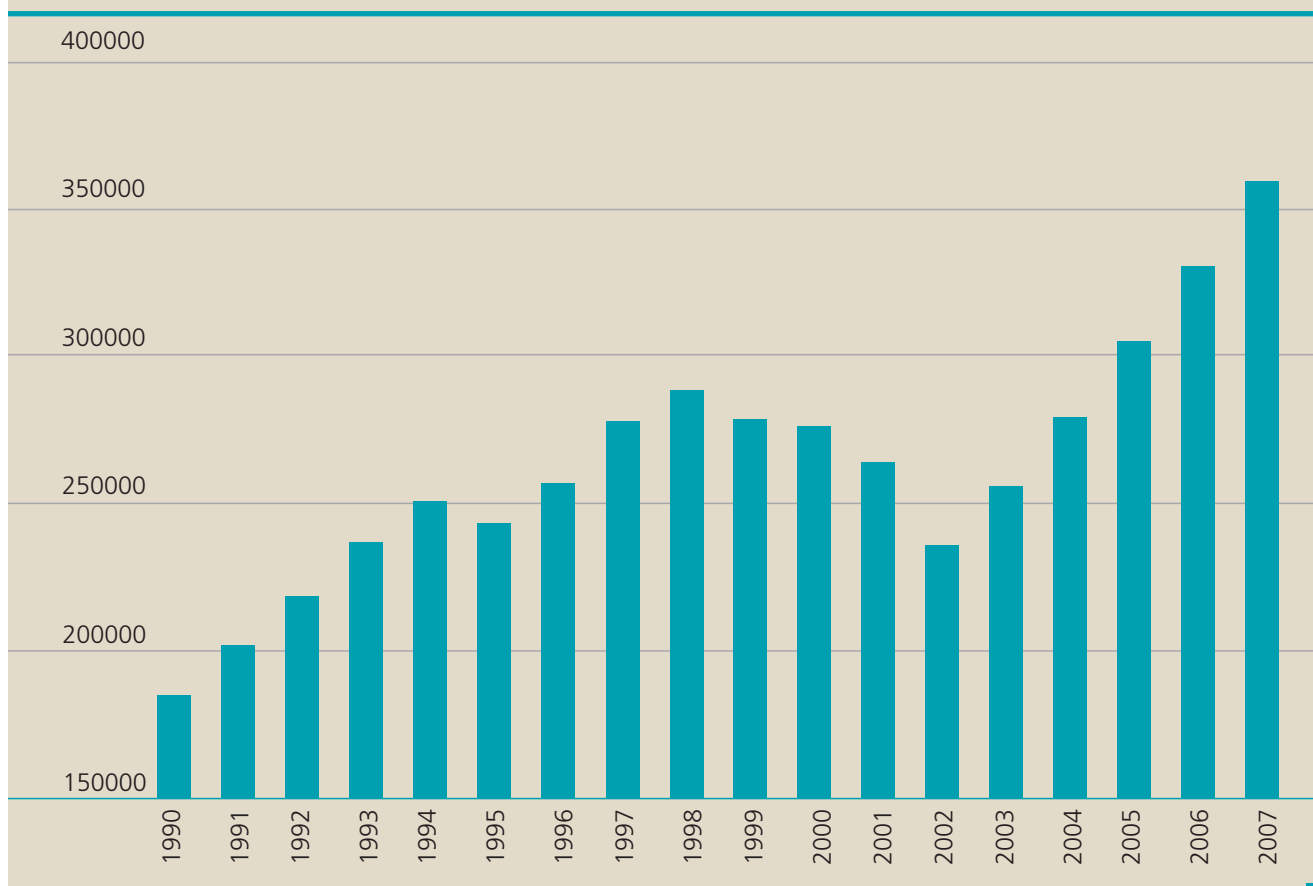
La conducción económica que inició su gestión en 1991 a través del programa de la "convertibilidad" estuvo decidida a aplicar una política macroeconómica que pudiera quebrar la anterior inestabilidad. En esta etapa, los pilares macroeconómicos fueron dos. Por un lado, se adoptó un régimen cambiario tipo caja de conversión determinando para el peso con relación al dólar un tipo de cambio nominal absolutamente fijo (la relación uno a uno). Este tipo de cambio se aseguraba a través de compras o ventas de dólares por parte del Banco Central a la paridad establecida (un peso igual a un dólar). Por otro lado, se prohibió al Banco Central emitir dinero para financiar el crédito privado o el crédito público, financiamiento del cual se había abusado anteriormen-

te. La única posibilidad para el Banco Central de emitir dinero era como contrapartida de compras de dólares en el mercado cambiario. En particular, este segundo pilar del esquema de la convertibilidad pudo quebrar el ciclo del *stop-go*. La confianza externa en el país aumentó significativamente, con lo cual tanto el sector privado como el público pudieron contar con importantes niveles de financiamiento externo, permitiendo esto quebrar ese ciclo.

Al mismo tiempo, la conducción económica introdujo importantes refor-

mas estructurales, entre las cuales cuatro fueron las más destacadas: un amplio programa de privatizaciones; un programa de desregulación económica (particularmente en los sectores agropecuario, transporte y comercio); una mayor apertura económica a través de eliminar los derechos de exportación y disminuir las restricciones arancelarias y no arancelarias a la importación; y un esquema de capitalización privada en el sistema nacional de jubilaciones y pensiones. Estas reformas consolidaron el aumento de

Figura IV.1.2.1
Evolución del PBI a precios de 1993
Años 1990-2007 / En millones de pesos



Fuente: Dirección Nacional de Cuentas Nacionales

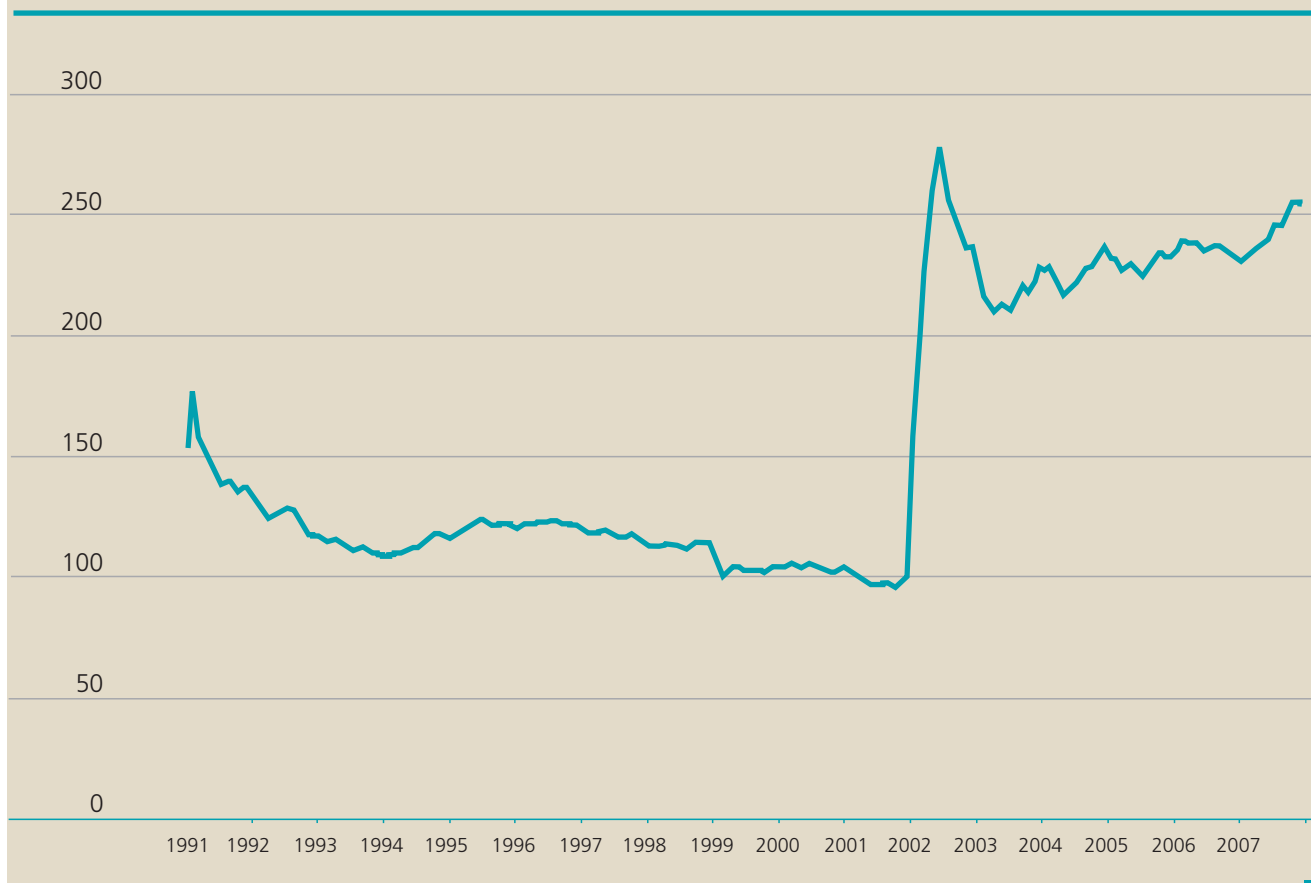
la confianza interna y externa en el programa de la convertibilidad.

Por varios años, los logros de la convertibilidad fueron importantes en términos de crecimiento y estabilidad. La Figura IV.1.2.1 muestra el crecimiento de la economía desde 1990 hasta 1998, con una débil interrupción en el año 1995 por la crisis del tequila, la que fue rápidamente superada. El tipo de cambio nominal (el uno a uno) se sostiene sin problemas. Dado esto, y una tasa inflacionaria casi nula, el tipo

de cambio real se estabilizó a un nivel relativamente bajo (peso apreciado) por casi 10 años (Figura IV.1.2.2).

A pesar de estos resultados positivos, la situación económica del país fue paulatinamente deteriorándose, tanto por errores de la política económica interna como por circunstancias externas no favorables al país ni al esquema de la convertibilidad. La mayor debilidad estuvo asociada a los bajos niveles de ahorro interno a lo largo de este período. En cuanto al ahorro público, si bien

Figura IV.1.2.2
Evolución del tipo de cambio real multilateral
Años 1991-2007



Fuente: BCRA

se prohibió al Banco Central el financiamiento monetario de los déficits, éstos subsistieron y fueron financiados con endeudamiento público creciente. En cuanto al ahorro privado, a pesar de la creación del sistema privado de capitalización en la seguridad social, el mismo se mantuvo dentro de los bajos niveles históricos (menor al 15% del ingreso nacional). Los pobres niveles de ahorro público y privado dieron lugar a un crecimiento permanente en las relaciones entre las deudas externa y pública con el PBI, introduciendo al país en una dinámica de endeudamiento que se convirtió en insostenible. Además, el uso tanto del endeudamiento privado como del público no modificó sustancialmente la capacidad productiva del país, reforzando la insostenibilidad de la dinámica de ese endeudamiento.

Cambios externos como la crisis asiática -que limitó la flexibilidad en el movimiento internacional de capitales- complicaron adicionalmente la situación de la convertibilidad. El factor externo más influyente fue la apreciación internacional del dólar lo cual, junto con la fuerte devaluación del real en enero de 1999, acentuó la apreciación real del peso. A pesar de que nuestra moneda estuvo bastante apreciada a lo largo de la convertibilidad, hasta 1998 no se perdió confianza en el sostenimiento del uno a uno. Sin embargo, cuando luego de este año la apreciación de la moneda se intensifica, esa confianza va desapareciendo. La insostenible dinámica tanto de la deuda externa como de la pública, unida a la pérdida de competitividad externa de la economía asociada a la alta apreciación multilateral del

peso, fueron las causas del fin de la convertibilidad.

Desde julio de 1998 la economía dejó de crecer hasta abril de 2002. Durante los tres primeros años, la economía entró en una recesión persistente, hasta que en los dos últimos trimestres de 2001 y el primero de 2002, el PBI se desmorona a razón del 5% por trimestre. Esto fue generado principalmente por un retiro masivo de los depósitos en los bancos y una masiva salida de capitales hacia el exterior, resultando imposible continuar con los pagos de la deuda pública. Ante la vertiginosa pérdida de reservas internacionales, el Banco Central no pudo sostener ningún valor del peso y el mercado cambiario debió flotar libremente: el peso se devaluó en más de un 200% en el año 2002. La ruptura de los contratos en el sector privado fue muy amplia, con lo cual el gobierno debió tomar drásticas y discrecionales medidas de regulación financiera.

IV.1.3.

El período de la recuperación: 2003-2007

Un conjunto de hechos internos y externos a lo largo del año 2002 comienzan a sentar las bases de recuperación de la economía, en forma débil desde el segundo trimestre de 2002, y más fuertemente desde el comienzo del año 2003. El hecho más decisivo fue que, a pesar de la fuerte devaluación nominal del peso, la inflación interna sólo aumentó algo más del 40% en el año 2002. Esto es, se concretó un muy bajo *pass through*, o sea

que la inflación interna fue mucho menor que la devaluación. Este hecho se debió a cuatro causas: el alto nivel de desempleo, con lo cual los salarios prácticamente no aumentaron a pesar de la fuerte devaluación; la aplicación de altos impuestos a la exportación (retenciones) a los productos agropecuarios con lo cual se moderó la suba en el precio de los alimentos; la aplicación de una activa política de ingresos y precios lo cual permitió no subir las tarifas de la mayoría de los servicios públicos; y, por último, el alto superávit que se generó en las cuentas públicas.

La devaluación nominal del peso originó entonces también una fuerte depreciación real, lo que permitió que el gobierno pudiera aplicar impuestos a las exportaciones (en particular, a los productos agrícolas) sin que se comprometa la rentabilidad de estos sectores. La recaudación por estos impuestos, favorecida por el aumento de los precios internacionales de esos productos, permitió rápidamente tener buenas noticias sobre los resultados fiscales del sector público. La fuerte depreciación real del peso combinada con los buenos resultados fiscales resultaron ampliamente positivos para el crecimiento de la economía: aumentaron las exportaciones netas y se generó la perspectiva de que las inversiones en pesos (construcción, depósitos en los bancos, acciones, y otros) rendirían bien en dólares (aunque la rentabilidad en pesos no fuera muy alta). La combinación de depreciación real y el acentuado bilateralismo financiero dólar-peso de los argentinos hicieron sostenible una tasa real de interés en pesos

marcadamente negativa, lo cual estimuló la demanda de consumo y de inversión. Las buenas noticias fiscales redujeron drásticamente las salidas de capitales. Todos estos hechos, unidos a la importante suba de los precios de las exportaciones, derivaron en una elevada tasa de crecimiento de la economía (casi el 9% anual en el período 2003-2007, ver Figura IV.1.2.1), una caída en el desempleo desde casi el 25% a menos del 10%, y una mejora significativa en los indicadores de pobreza e indigencia.

Actualmente, la economía se desenvuelve en una situación menos favorable a la de los cinco años anteriores, tanto por cuestiones externas como por debilidades en la política económica interna. Entre las primeras se encuentran el debilitamiento del crecimiento económico mundial, el enrarecimiento financiero internacional asociado a la llamada crisis del crédito hipotecario de segundo nivel, y la reciente baja en los precios de las *commodities* agrícolas como soja y maíz. Entre las segundas, la inexistencia de una política monetaria más dirigida a moderar la tasa de inflación, el comportamiento muy procíclico del gasto público, y la aplicación de un exagerado activismo en la política de ingresos y precios. Estos problemas han sido suficientes para aumentar la incertidumbre en los agentes económicos internos, y acentuar el aislamiento financiero internacional que ha caracterizado a nuestra economía en los últimos años como consecuencia de una salida del default de la deuda pública que no ha podido ser completada. Sin embargo, una

reorientación simple, aunque definitivamente correcta, de la política económica actual puede ser suficiente para superar todos estos problemas.

IV.2. Evolución de las tres formas de turismo en Argentina: turismo interno, receptivo y emisor. La influencia de las variables macroeconómicas

El turismo es una actividad transable. En cualquier economía hay actividades no transables que no forman parte del comercio exterior como la producción de pan, el servicio de estacionamiento, y muchísimas otras. Otras actividades cuyos productos son poco diferenciados, como la producción de soja o la de café, son transables pero en una sola dirección: en Argentina, la soja como exportable y el café como importable. Cuando los productos transables son bastante diferenciados (por ejemplo, automóviles), la actividad que los involucra puede tener comercio en ambas direcciones. En la Actividad Económica de Turismo y Viajes, como se ha mencionado anteriormente, las posibilidades de diferenciación son prácticamente ilimitadas, y resulta natural entonces que se exporte e importe turismo en grandes proporciones.

En esta sección se comenta cómo se estructura dentro de la economía nacional cada forma de turismo interno e internacional, y cuáles son las variables macroeconómicas que determinan su evolución e importancia.

IV.2.1. El turismo interno

El turismo interno, como fue mencionado en el capítulo II, es aquel asociado a los viajes de turismo o de reuniones que realizan los residentes dentro de nuestro país. Este turismo, al igual que el turismo en sus otras formas, es un bien superior con elasticidad-ingreso mayor que uno. Las variaciones en el ingreso del país deberían determinar las variaciones, en igual dirección, de esta forma de turismo. Es así que, para determinar la evolución del turismo interno, se utiliza como variable explicativa y representativa del ingreso del país, el PBI total. Otra variable que incide en la demanda por turismo interno es el precio relativo del mismo con relación al resto de los bienes y servicios: si se encarece el turismo, se demanda menos, y viceversa. No existe en Argentina una medición de este precio relativo. Sin embargo, para explicar los niveles y variaciones del turismo interno, puede utilizarse el precio relativo entre éste y el turismo emisor (las importaciones de turismo). En Argentina, al igual que en otros países, existe una fuerte competencia entre estas dos formas de turismo: cuando el precio del interno es alto con relación al emisor, disminuye el primero y aumenta el segundo, y viceversa. Resulta claro

que ese precio relativo es función del grado de apreciación o depreciación real de la moneda. Cuando el peso está apreciado (la década del noventa) es barato para los argentinos comprar moneda internacional y se abarata el turismo emisor con relación al interno; por el contrario, en los años recientes con el peso depreciado, el turismo emisor se ha encarecido, y entonces el interno sustituye las importaciones de turismo. Por lo tanto, otra variable explicativa de la evolución del turismo interno es el nivel del tipo de cambio real prevaleciente en la economía.

En nuestro país no existe información suficiente sobre la evolución de la cantidad anual de viajeros, y menos aún, del nivel de gasto total que genera el turismo interno.^{17 18} En este trabajo se realiza una primera aproximación a la evolución del turismo interno, utilizando dos fuentes de datos. En primer lugar, se consideran los datos sobre arribos de turistas al Partido de General Pueyrredón.¹⁹ Este es un dato muy representativo de las variaciones que experimenta el turismo interno a pesar de que es sólo uno de los varios lugares importantes representativos de este tipo de turismo en Argentina. Actualmente, arriban al Partido de General Pueyrredón más de 7 millones de viajeros, distribuidos durante los doce meses del año.

En segundo lugar, a partir de las estimaciones realizadas en los informes anteriores de la CAT sobre la importancia de la AETV, y de las estimaciones propias de este informe,²⁰ se puede obtener desde el año 1993 una serie

del turismo interno total de la siguiente forma. Partiendo de la estimación de la actividad de turismo interior, se obtiene una serie del turismo interno al restar del turismo interior los valores, a precios constantes, del turismo receptivo. Esta serie da una idea tanto de las variaciones del turismo interno como de su nivel.²¹ Para el año 2007 el valor que se obtiene es que este turismo representa el 73,7% de la AETV.

En la Figura IV.2.1.1 se observa el fuerte paralelismo entre las series de cantidad de llegadas de turistas al Partido de General Pueyrredón y la de turismo interno estimada de acuerdo a la metodología explicada anteriormente. Es posible observar la gran representatividad, en cuanto a las variaciones del turismo interno total, que tienen los datos sobre arribos de viajeros a esta localidad. En el análisis de regresión que sigue sobre la evolución del turismo interno se utiliza entonces la serie correspondiente a la cantidad de llegadas de viajeros al Partido de General Pueyrredón.

Como fue mencionado anteriormente, las dos principales variables explicativas de la evolución del turismo interno son el ingreso nacional y el precio relativo entre el turismo interno y el emisor. En la Tabla IV.2.1.1 se presentan los resultados obtenidos al explicar la variable turismo interno utilizando las dos variables explicativas, PBI total y TCR multilateral, expresando las tres variables en logaritmos naturales. Los resultados son económicamente muy buenos. Las dos variables utilizadas como regresores explican el 89% de las variaciones del

17. A medida que se vayan concretando nuevos avances en la elaboración de la Cuenta Satélite de Turismo de Argentina, tal información comenzará a estar disponible.

18. Una fuente sumamente importante y completa con información relacionada con el turismo interno en Argentina es la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares que fue realizada -por única vez- durante el año 2006 (Ver sección IV.3.1.)

19. Los datos se obtienen de EMTUR (Departamento de Investigación y Desarrollo, Ente Municipal de Turismo, Municipalidad del Partido de General Pueyrredón) y la serie comienza en el año 1992. En este trabajo se completa esta serie para incluir los años 1990 y 1991, extrapolando hacia atrás y utilizando -para contemplar las variaciones correspondientes a estos dos años- el número de visitas a los Parques Nacionales, Monumentos y Reservas Naturales (Sectur, 2007).

20. Ver capítulo V.

21. La serie del turismo receptivo está expresada originariamente en dólares corrientes. Esta se pasa a pesos corrientes utilizando el tipo de cambio nominal, y luego a pesos constantes utilizando como deflactor el índice de precios implícitos en el PBI.

turismo interno, y los coeficientes estimados son estadísticamente muy significativos. El coeficiente de la variable $\ln pbi$ (logaritmo natural del PBI) es positivo y mayor que uno.²² El signo positivo confirma que el turismo es un bien superior (cuando crece el ingreso, crece el turismo), y que sea mayor a uno confirma al turismo como un bien superior normal, o sea no de primera necesidad (cuando crece el ingreso en una cierta proporción, el turismo crece en una proporción mayor). El coeficiente de la variable $\ln tcr$ (logaritmo natural del tipo de cambio real multilateral) es positivo y menor que uno. El signo positivo confirma que cuando el tipo de cambio real sube (moneda más depreciada), el turismo interno aumenta, porque esa depreciación reduce el precio de este turismo con relación al emisivo (años recientes). El

hecho de que es menor a uno indica que cuando cambia el tipo de cambio real en una cierta proporción, el turismo interno cambia en una proporción significativamente menor, lo cual resulta esperable.

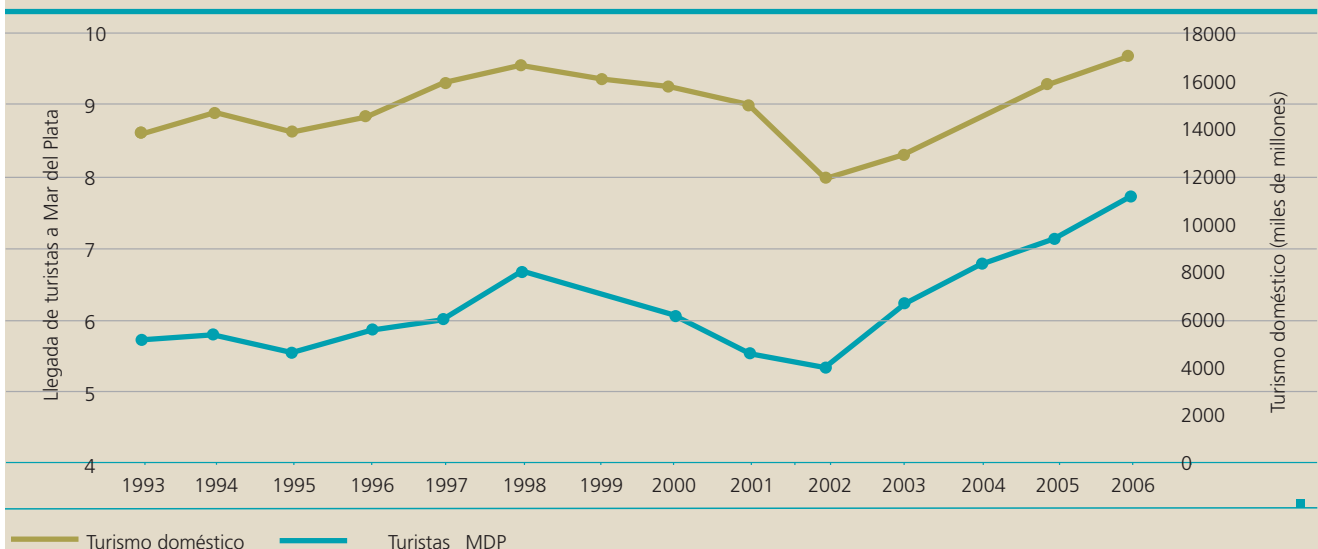
Para entender cómo funciona el turismo interno en nuestro país, es interesante notar en la Figura IV.2.1.1 que hay tres períodos bien diferentes: el primero (1990-1998) en el cual el turismo interno aumenta, pero lo hace a una tasa moderada; el segundo (1998-2002) en el cual cae a un ritmo fuerte; y el tercero (2002-2007) en el que sube a una tasa alta. Es muy sencillo explicar económicamente estos tres períodos distintos.

En el primer período el turismo interno crece impulsado por el crecimiento

22. Como las variables en la regresión están expresadas en logaritmos, los coeficientes de las variables expresan elasticidades.

Figura IV.2.1.1

Cantidad de llegadas al Partido de General Pueyrredón y Producto Bruto de la Actividad Económica de Turismo y Viajes a precios constantes de 1993
Años 1992-2006



Fuente: Elaboración propia en base a la Dirección Nacional de Cuentas Nacionales, CAT (2007) y EMTUR (2008)

del PBI, pero a una tasa moderada y menor que la del PBI: el turismo crece a una tasa anual del 5,24% y el PBI al 5,7%. Es decir, que la relación entre ingreso nacional y turismo se aparta de lo esperado en cuanto a la elasticidad ingreso mayor a uno. La explicación de esta "anomalía" se encuentra en el rol que juega en ese período la otra variable, el tipo de cambio real multilateral. El peso está muy apreciado y es barato comprar moneda internacional, lo que significa que el precio relativo del turismo interno se ha elevado con relación al turismo emisivo y nuestros viajeros tienen incentivos a hacer turismo internacional en vez de turismo en el país. En el segundo período, el turismo interno se derrumba, ya que las dos variables explicativas son adversas: el ingreso nacional baja y la apreciación del peso se acentúa (con la apreciación del dólar y la fuerte devaluación del real de enero de 1999). Finalmente, en el tercer período, la recuperación es notable. Entre los años 2002 y 2007, el turismo interno crece a una tasa anual del 8,46%: el PBI crece a tasas muy altas y, multilateralmente, el peso experimenta una fuerte depreciación real. El turismo emisivo pierde la batalla con el turismo interno.

I

V.2.2.

Evolución del turismo internacional: turismo receptivo

El turismo receptivo se mide a través del número de llegadas de turistas internacionales y de los ingresos por turismo internacional y se asimila a las exportaciones de turismo. La prin-

cipal variable explicativa del turismo receptivo no es el ingreso nacional sino el ingreso mundial: se trata de la demanda por turismo en Argentina, pero por parte de residentes extranjeros. En el análisis econométrico se toma como variable explicativa del nivel y variaciones de la cantidad de llegadas al país, el nivel de arribos turísticos mundiales. Se prefirió esta variable en vez del PBI mundial, porque la misma engloba tanto a las variaciones de ese PBI como a los valores mayores a uno de la elasticidad-ingreso del turismo internacional. Otra variable que debería influir en la cantidad de llegadas al país es el precio relativo de viajar a nuestro país con relación al de viajar a otros países que compiten con nosotros en atraer turistas. Este precio relativo queda también determinado por el tipo de cambio real de nuestra economía. Sin embargo, para el período que estamos analizando, cuando se analiza ese tipo de cambio real como

Tabla IV.2.1.1
Regresiones de turismo interno

Variable explicativa	Variable explicada log llegadas a MDP
Log pbi	1,279 (10,33)**
Log tcrm	0,125 (3,31)**
Constante	4,197 (3,81)**
Observaciones	18
R cuadrado	0,89

Valor absoluto del estadístico t en paréntesis** significativo al 1%

Fuente: Elaboración propia

variable explicativa, los resultados no arrojan una respuesta significativa. En los noventa hacer turismo en nuestro país era, con respecto a otros países, relativamente caro, y en los años recientes ha resultado relativamente barato. En los dos casos, la cantidad de llegadas a nuestro país subió significativamente, y de allí que el tipo de cambio real no brinda buenos resultados explicativos en la estimación econométrica.

Por el contrario, cuando se trata de explicar el turismo receptivo en valores (ingresos en dólares al país), la variable tipo de cambio real aparece como una variable explicativa significativa. Es que el caso del exportable turismo tiene una característica económica única dentro de todo el resto de los exportables: el “precio internacional” de este exportable depende del tipo de cambio real. Se ejemplifica a continuación esta característica tan particular del turismo receptivo.

Para el caso general de los exportables (por ejemplo, soja o automóviles), si la moneda se devalúa en sentido real, no cambian los precios internacionales de tales producciones. El caso es diferente para el turismo receptivo. Ante una devaluación real del peso, mientras las cantidades de llegadas internacionales al país es posible que aumenten porque se abarata el turismo, los ingresos en dólares que se generan a raíz de esas llegadas tienden a bajar. Lo que sucede es que lo que gasta cada turista en el país es menor porque los precios en dólares de todos los bienes y servicios no transables (que son los principales componentes del gasto en turismo), se reducen con la devaluación. Esto convierte al turismo en un caso único como exportable, ya que la devaluación origina una caída del precio “internacional” del servicio que se exporta. Un ejemplo perfecto de esta situación es el año 2002 (ver Tabla IV.4.2.1.1 y Figura IV.4.2.1.1): mientras que la cantidad de llegadas aumentó con la devaluación, los ingresos en dólares disminuyeron significativamente. Esto significa que, en el caso de las exportaciones turísticas, la rentabilidad de los factores de la producción involucrados con la oferta de turismo receptivo aumenta con las devaluaciones mucho menos que lo que sucede con el resto de exportables (como soja o automóviles).

Para el turismo receptivo, existe mayor información disponible que para el turismo interno. Existe información tanto para la cantidad de llegadas de turistas no residentes como para los

Tabla IV.2.2.1
Regresiones de turismo receptivo

Variable explicativa	Variable explicada	
	Log llegadas a Argentina	Log ingresos
Log pbi	1,27 (13,97)**	1,65 (6,69)**
Log trcm		-0,48 (3,18)**
Constante	6,6 (11,24)**	-2,7 (1,74)**
Observaciones	18,00	18,00
R cuadrado	0,92	0,74

Valor absoluto del estadístico t en paréntesis ** significativo al 1%
Fuente: Elaboración propia

ingresos económicos que se generan, expresados en dólares corrientes (Sectur, 2007).²³ La Tabla IV.2.2.1 presenta los resultados econométricos.

Las llegadas a Argentina son explicadas sólo por las llegadas totales mundiales, variable que tiene un alto valor explicativo (92%). El coeficiente de esta variable es positivo y mayor que uno (1,27). Que sea positivo es lo esperado: a medida que el turismo mundial se expande, también lo hace el turismo receptivo en nuestro país. El hecho que sea mayor que uno significa que en el período analizado (1990-2007), las llegadas de turismo internacional a Argentina aumentaron en una proporción mayor a lo que aumentaron las llegadas totales mundiales.

La cuestión es algo diferente cuando se trata de explicar los ingresos en dólares por turismo receptivo. Como fue mencionado anteriormente, las variables explicativas en este caso son dos: el logaritmo de las llegadas mundiales y el logaritmo del tipo de cambio real. El coeficiente de la primera se mantiene como positivo y mayor que uno, lo cual es el resultado esperado. Puede observarse que el coeficiente es mayor para los ingresos en dólares que para la cantidad de llegadas, lo que indica que para el período analizado, los ingresos en divisas generados por esta forma de turismo fueron más elásticos que las cantidades de turistas entrados al país. El coeficiente de la segunda variable (tipo de cambio real) es negativo y menor que uno en

valor absoluto. Estos dos resultados son los esperados. Que sea negativo es consistente con que el “precio internacional” del turismo receptivo baja cuando el tipo de cambio real es alto (moneda devaluada). Que el valor absoluto de esta elasticidad sea menor que uno es también lo esperado ya que no todos los componentes del turismo receptivo son no transables, o lo que es lo mismo, que el *pass through* que acompañó a nuestra devaluación si bien fue bajo, fue mayor a cero.

IV.2.3. Evolución del turismo internacional: turismo emisor

Como fue mencionado anteriormente, el turismo emisor compite fuertemente con el turismo interno, siendo el nivel del tipo de cambio real el determinante fundamental acerca de cuál de los dos es el que resulta más beneficiado. Por su parte, el ingreso nacional, en su nivel y variaciones, también influye sobre el turismo emisor. Dado el valor del tipo de cambio real, si el ingreso aumenta, aumentarán tanto el turismo interno como el emisor, porque las dos formas de turismo son bienes superiores. Sin embargo, debería haber una diferencia entre los dos: la elasticidad-ingreso del turismo emisor debería ser mayor que la del turismo interno, porque para nuestros residentes el turismo en el exterior responde en mayor medida a variaciones en el ingreso que el turismo interno. En el análisis econométrico se comprueba esta

23. En la sección IV.4 se analiza la evolución en cantidades y valores del turismo receptivo para el período comprendido entre los años 1990 y 2007.

diferencia entre las dos formas de turismo. Resulta claro entonces que las dos variables explicativas son las mismas que para el turismo interno, es decir, el PBI y el tipo de cambio real multilateral.

En la Tabla IV.2.3.1 se observan los resultados obtenidos de las estimaciones. El nivel explicativo de las dos variables utilizadas es muy alto y los coeficientes, en las dos regresiones, son significativos. En cuanto a la primera de las regresiones, donde la variable explicada es la cantidad de salidas, puede verse que el coeficiente de la variable del PBI es positivo (el turismo emisor es un bien superior) y mayor que uno (elasticidad-ingreso mayor que uno). Ahora bien, el valor del coeficiente (1,45) es mayor que el correspondiente al turismo interno (1,28), indicando que el turismo emisor es un bien más superior que el turismo interno, y que por este moti-

vo su elasticidad-ingreso es mayor. A su vez, el coeficiente del tipo de cambio real es negativo, y con valor absoluto menor que uno pero mayor al del turismo interno. Que sea negativo es lógico: si el tipo de cambio real es bajo (moneda apreciada), el turismo emisor aumenta. Que sea menor que uno implica que las variaciones proporcionales de las cantidades de este turismo son menores a las variaciones proporcionales en el tipo de cambio real. Por último, que su valor absoluto sea mayor al correspondiente al turismo interno es lo esperado dada la menor dimensión en cantidades del turismo emisor con relación al interno.

En la segunda regresión (egresos por turismo), los resultados son también los esperados. El coeficiente de la variable PBI es mayor ahora que con relación a cantidades, lo cual quiere decir que los residentes no sólo viajan más en cantidades cuando son más ricos, sino también que el gasto en dólares por egreso aumenta (tanto por un mayor PBI como por la inflación internacional en dólares que hubo en el período analizado). Con relación a la variable tipo de cambio real, lo esperado es que el valor absoluto del coeficiente sea mayor para egresos en dólares que para cantidades por las mismas razones.

Tabla IV.2.3.1
Regresiones del turismo emisor

Variable explicativa	Variable explicada	
	Log cantidad salidas	Log ingresos
Log pbi	1,452 (7,27)**	2,027 (8,21)**
Log trcm	-0,259 (4,25)**	-0,424 (5,62)**
Constante	2,376 (-1,34)	-9,811 (4,47)**
Observaciones	18	18
R cuadrado	0,83	0,87

Valor absoluto del estadístico t en paréntesis ** significativo al 1%
Fuente: Elaboración propia

IV.3. Otros indicadores del turismo interno en Argentina

IV.3.1. El turismo interno en Argentina según la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (2006)

La Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (Secretaría de Turismo de la Nación e INDEC, 2006) describe los perfiles de los viajeros y de los gastos realizados por los hogares residentes en viajes y turismo dentro y fuera del país. Se recopila información relacionada con los viajes, los hogares, y las personas.²⁴

La Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (2006) presenta información relacionada con el número de viajes, visitas y pernoctaciones realizadas por los residentes de nuestro país, así como del gasto promedio realizado, tanto en turismo interno como internacional (emisivo). La dimensión del turismo interno en Argentina -en comparación con la decisión de realizar un viaje de turismo internacional- es sumamente importante. Del total de viajes realizados por los residentes (22,2 millones), el 93% (20,7 millones) corresponde a viajes dentro de la Argentina y el 7% restante (1,5 millones) a viajes al exterior. También es posible estimar la distribución de las pernoctaciones entre el turismo interno y el turismo internacional: el total de pernoctaciones de residentes en Argentina es de 114 millones (86,5%) y en el exterior de 17,9 millones (13,5%).

Finalmente, la medida más interesante es el promedio de gasto por pernocte en pesos según destino del viaje: \$

47,8 es el valor correspondiente a Argentina (a precios de abril de 2007) y \$ 133,3 es el valor correspondiente a los viajes al exterior.²⁵

Utilizando los datos del total de pernoctaciones y del gasto promedio, es posible obtener una aproximación sobre cuánto representa el gasto total en turismo interno y cuánto representa el gasto en turismo emisivo en nuestro país, lo que permite contar con medidas de la importancia relativa de cada tipo de turismo. El gasto total realizado por los residentes de nuestro país en turismo interno es de 5.460 millones de pesos (a precios de abril de 2007) mientras que el gasto en turismo emisivo asciende a 2.398 millones de pesos. Se presenta la distribución por regiones dentro del país, y por países o regiones dentro del mundo en las Tablas IV.3.1.1 y IV.3.1.2.

IV.3.2. Indicadores indirectos del turismo interno en Argentina

En este apartado se presentan una serie de indicadores que se utilizan como aproximaciones indirectas del movimiento del turismo interno en Argentina y que, a diferencia de la sección anterior, muestran algunos datos históricos y situación reciente. Se enumeran a continuación los indicadores utilizados:

- el gasto de consumo (por finalidad) de los hogares del total del país y por regiones correspondientes a los años 1996-1997 y 2004-

24. Para más detalles de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares, ver anexo II.

25. Una aclaración importante es que en las pernoctaciones están incluidos todos los tipos de alojamiento (casas de amigos o familiares, hoteles, etc.).

Tabla IV.3.1.1

Gasto total en turismo interno de los residentes de Argentina por regiones de destino

Año 2006

Región de destino de los viajes	Cantidad de noches pernoctadas	Gasto total del turismo interno*
Región Bs As	47.027.056	2.247.893.277
Región Ciudad	4.184.698	200.028.564
Región Centro	15.701.499	750.531.652
Región Cuyo	8.453.834	404.093.265
Región Litoral	15.558.351	743.689.178
Región Norte	12.310.021	588.419.004
Región Patagonia	10.984.788	525.072.866
Totalidad de las regiones	114.220.247	5.459.727.807

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (2006)

* Para el cálculo del gasto total del turismo interno se consideró un gasto promedio por pernocte de 47,8\$

2005 (Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares);

- el número de pernoctaciones realizadas por residentes, en forma mensual, correspondientes al total del país, para el año 2006 (Encuesta de Ocupación Hotelera);^{26 27}
- el número de kilómetros recorridos, horas voladas, y el total de pasajeros transportados por empresas de aeronavegación para el servicio de cabotaje y el servicio internacional a lo largo de los años 2001-2005 (Subsecretaría de Transporte Aerocomercial).²⁸

Tabla IV.3.1.2

Gasto total en turismo emisor de los residentes de Argentina por país y/o región (internacional) de destino

Año 2006

Región de destino de los viajes	Cantidad de noches pernoctadas	Gasto total del turismo internacional *
Brasil	3.804.930	507.197.169
Uruguay	2.870.426	382.627.786
Resto de países limítrofes	877.340	650.149.422
Estados Unidos	1.620.454	216.006.518
Resto de América	1.430.194	190.644.860
Europa	2.891.132	385.387.896
Resto del mundo	492.724	65.680.109
Totalidad de las regiones	17.987.200	2.397.693.760

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (2006)

* Para el cálculo del gasto total del turismo internacional se consideró un gasto promedio por pernocte de 133,3\$.

Gasto de consumo de los hogares en turismo

(Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares)

A través de la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares es posible conocer la estructura de los presupuestos de los hogares, el origen de sus ingresos, y su asignación a los diferentes gastos, en particular, aquellos incluidos dentro de la finalidad Esparcimiento y Cultura, que posee un subitem referido específicamente a turismo. La información disponible muestra que, en el año 1996-1997, el gasto de los hogares dedicado al rubro Esparcimiento fue de 8%, aumentando a 8,5% a lo largo de 2004-2005. A su vez, la participación que tiene el gasto en turismo es de 1,97% para el año 1996-1997, no encontrándose la información más actual disponible.

Tabla IV.3.2.1
Pernoctaciones en establecimientos
hoteleros de Argentina.
Residentes y no residentes
Año 2006

	Total	En porcentaje
Pernoctaciones	42.075.302	100,00
Residentes	32.757.199	77,85
No residentes	9.142.399	21,73

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera (2006)

Tabla IV.3.2.2
Kilómetros recorridos, total de horas voladas, y
número de pasajeros transportados en servicios
de cabotaje e internacional
Años 2001-2005

	2001	2002	2003	2004	2005
Total de kilómetros recorridos	133.760	131.120	131.412	165.492	167.940
Servicio de cabotaje	81.085	71.830	60.575	87.093	68.199
	60,62	54,78	46,10	52,63	40,61
Servicio internacional	52.675	59.290	70.837	78.399	99.741
	39,38	45,22	53,90	47,37	59,39
Total de horas voladas (*)	233,3	222,2	218,7	288,7	250,6
Servicio de cabotaje	151,5	132,4	109,6	168,6	121,5
	64,94	59,59	50,11	58,40	48,48
Servicio internacional	81,8	89,8	109,1	120,1	129,1
	35,06	40,41	49,89	41,60	51,52
Total de pasajeros transportados (*)	10.800	8.994	9.937	11.293	12.684
Servicio de cabotaje	4.943	4.384	4.442	5.061	5.792
	45,77	48,74	44,70	44,82	45,66
Servicio internacional	5.857	4.610	5.495	6.232	6.892
	54,23	51,26	55,30	55,18	54,34

(*) En miles.

Fuente: Subsecretaría de Transporte Aero comercial

26. Esta información se presenta, con fines comparativos, para los residentes y no residentes. El objetivo es cuantificar la participación de cada uno de ellos en relación al número de pernoctaciones que realizan.

27. La EOH brinda también información sobre el número promedio de turistas hospedados y el número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros plus, tanto para residentes como para no residentes.

28. Al igual que en el caso anterior, la información busca establecer la importancia relativa de los tipos de turismo, en este caso, a través del carácter del vuelo realizado (cabotaje o internacional).

Pernoctaciones hoteleras de los residentes en Argentina (Encuesta de Ocupación Hotelera)

Una aproximación a la medida de la importancia relativa del turismo interno en Argentina se obtiene de la información referida a las pernoctaciones hoteleras realizadas durante el año 2006 en base a la Encuesta de Ocupación Hotelera. Del total de pernoctaciones contabilizadas en establecimientos hoteleros durante el año 2006 (42 millones aproximadamente), el 77,85% corresponde a residentes (32,7 millones) y el 21,73% restante a no residentes (9,14 millones) (Tabla IV.3.2.1).²⁹ La distribución regional se presenta en el capítulo VI.

Movimientos de viajeros según servicios de aeronavegación comercial (Subsecretaría de Transporte Aerocomercial)

En la Tabla IV.3.2.2 se resume la información de los kilómetros recorridos, el total de horas voladas, y el número de pasajeros transportados en servicios de cabotaje o, con fines comparativos, también en servicios internacionales.

IV.4. Evolución y situación actual del turismo internacional en Argentina

En esta sección se presenta un análisis detallado de la evolución del turismo

internacional en Argentina, tanto en términos absolutos como en términos relativos con respecto a otros países dentro de América del Sur y en relación al resto de las subregiones de América, desde la década del noventa hasta la actualidad. Interesa conocer no sólo la importancia del turismo en términos de llegadas e ingresos por turismo receptivo sino también el saldo de la balanza turística comercial, teniendo en cuenta las salidas de turistas y los gastos en turismo emisoro realizados por Argentina. Al mismo tiempo, el análisis de la procedencia -según país y/o región de origen- de los turistas que ingresan a Argentina es particularmente importante para la política turística.

IV.4.1.

La situación del turismo receptivo en Argentina en relación a América del Sur y al Continente Americano

Habiendo analizado la distribución regional del turismo a nivel mundial (capítulo III), el siguiente paso consiste en realizar un análisis más detallado de la situación del turismo en América, haciendo especial referencia a la posición de Argentina. Se estudian las llegadas por turismo y los ingresos por turismo receptivo en el Continente Americano, la participación de cada una de las subregiones en el total regional, y de cada uno de los países en el total subregional durante los años 1990, 2000, y 2005.

Entre la década del noventa y el año 2005, las llegadas de turistas internacionales al Continente Americano pasa-

29. Esta información proviene de la EOH correspondiente al año 2006. Estos datos, junto con los provenientes de la EVTH también correspondiente al año 2006, permiten tener una aproximación al número de pernoctaciones que realizan los residentes entre establecimientos hoteleros y otro tipo de establecimientos.

ron de aproximadamente 93 millones a 132 millones de personas (representando aproximadamente entre el 15% y el 20% del total mundial) con una distribución entre las subregiones del Continente bastante desbalanceada. Por un lado, América del Norte sobresale liderando ampliamente y ocupando el primer lugar, representando el 89,5% en 1990 (83 millones de turistas), el 84,7% en el 2000 (108,5 millones de turistas) y el 82,4% en el 2005 (108,6 millones de turistas); en segundo lugar se encuentra América del Sur representando el 8,3% (7,7 millones de turistas) en 1990, el 11,8% en el año 2000 (15 millones de turistas) y el 13,21% en el año 2005 (17,5 millones de turistas) y, por último, se encuentra América Central, representando entre un 2% y un 4%. Por otro lado, el hecho destacado es que, a lo largo del período considerado, América del Norte ha ido perdiendo participación en manos de sus seguidores, principalmente América del Sur y, en menor medida, América Central (Tabla IV.4.1.1 y Figura IV.4.1.1).

En cuanto a los ingresos por turismo receptivo para el Continente Americano, en el año 2005 se duplicaron con respecto a la década del noventa siendo aproximadamente igual a 145.000 millones de dólares. El comportamiento en cuanto a importancia relativa y evolución en el tiempo resulta similar al de las llegadas de turistas. La Tabla IV.4.1.2 y la Figura IV.4.1.2 muestran que, en el año 1990, el 92% de los ingresos totales por turismo de América corresponden a América del Norte, el 7% a América del Sur, y el

restante 1% a América Central. Existe entonces una gran brecha entre América del Norte y el resto de América que se mantiene en el tiempo. Para los tres años considerados, América del Norte obtiene más del 88% de los ingresos por turismo internacional de América, y América del Sur entre el 7% y el 8,5%. Debe destacarse que América del Norte incluye en este caso a la región del Caribe que, a lo largo del período, más que duplica sus ingresos en términos nominales y es, además, segunda en importancia en el ranking de América. Sin embargo, más allá de los valores absolutos, América del Norte (en particular, Estados Unidos) viene perdiendo participación en manos de América Central y América del Sur. Estas regiones crecen en importancia a partir de la década del 2000, pasando América del Sur de representar un 7% en el año 1990 y 2000 (4.946 millones de dólares y 9.215 millones de dólares, respectivamente) a casi un 9% en el año 2005 (12.527 millones de dólares).

Un análisis aparte merece el comportamiento de los dos líderes de América Latina: Argentina y Brasil. En conjunto, constituyen los destinos de mayor importancia de América del Sur, representando aproximadamente el 50% del total de las llegadas y de los ingresos de la subregión. Si bien el número total de turistas ingresados en la década del noventa (casi 2 millones de personas para Argentina y 1 millón para Brasil) supera ampliamente el valor correspondiente a los países más rezagados, los niveles de ingresos iniciales (1.100 millones y 1.400 millones de

Tabla IV.4.1.1

Llegadas de turistas internacionales por regiones y subregiones en América

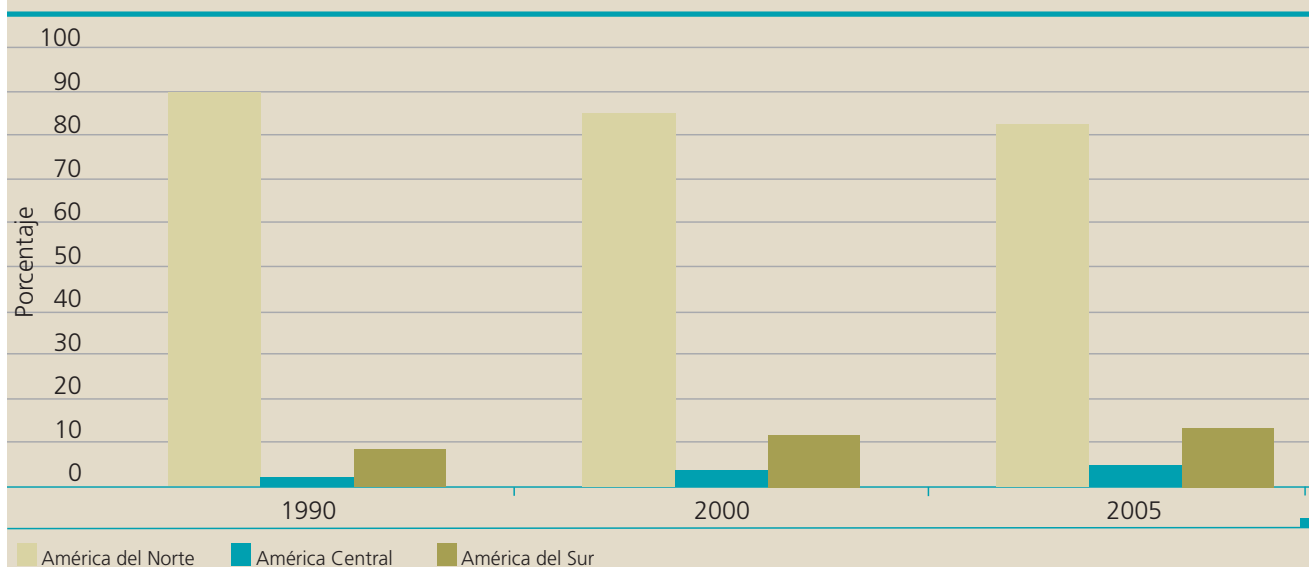
Años 1990, 2000 y 2005 / En miles y en porcentaje

Región	1990	En porcentaje	2000	En porcentaje	2005	En porcentaje
Américas	92.804		128.164		132.481	
América del Norte	83.136	89,58	108.592	84,73	108.691	82,04
Canadá	15.209	18,29	19.627	18,07	18.771	17,27
México	17.172	20,66	20.641	19,01	21.915	20,16
Estados Unidos	39.363	47,35	51.238	47,18	49.206	45,27
Caribe	11.392	13,70	17.086	15,73	18.800	17,30
América Central	1.945	2,10	4.346	3,39	6.288	4,75
Belice	197	10,13	196	4,51	237	3,77
Costa Rica	435	22,37	1.088	25,03	1.679	26,70
El Salvador	194	9,97	795	18,29	969	15,41
Guatemala	509	26,17	826	19,01	1.316	20,93
Honduras	290	14,91	471	10,84	673	10,70
Nicaragua	106	5,45	486	11,18	712	11,32
Panamá	214	11,00	484	11,14	702	11,16
América del Sur	7.722	8,32	15.227	11,88	17.502	13,21
Argentina	1.930	24,99	2.909	19,10	3.823	21,84
Bolivia	254	3,29	319	2,09	-	-
Brasil	1.091	14,13	5.313	34,89	5.358	30,61
Chile	943	12,21	1.742	11,44	2.027	11,58
Colombia	813	10,53	557	3,66	933	5,33
Ecuador	362	4,69	627	4,12	860	4,91
Guyana	64	0,83	105	0,69	-	-
Paraguay	280	3,63	289	1,90	341	1,95
Perú	317	4,11	800	5,25	1.486	8,49
Suriname	46	0,60	57	0,37	160	0,91
Uruguay	-	-	1.968	12,92	1.808	10,33
Venezuela	525	6,80	469	3,08	706	4,03

Fuente: OMT (2008a)

Figura IV.4.1.1

Participación regional en las llegadas de turistas internacionales de América
Años 1990, 2000 y 2005 / En porcentaje



Fuente: OMT (2008a)

dólares, respectivamente) casi triplican los valores correspondientes a sus inmediatos seguidores (Chile, Venezuela, y Colombia). A pesar de que Argentina y Brasil sobresalen de igual manera en relación al resto de los países de América del Sur, un análisis más cuidadoso revelaría que Argentina se encuentra relativamente rezagada en relación a Brasil, que existe una fuerte competencia entre estos países, y que Argentina ha ido perdiendo protagonismo en relación a Brasil a lo largo del tiempo. Mientras que en el año 2000 Argentina es el primer país en ingresos de la región (30%) y Brasil es el segundo (20%), el comportamiento se revierte durante 2005 replicando el de la década del noventa (Argentina: 22% y Brasil: 30%). Por su parte, es sólo durante el año

1990 que Argentina ocupa el primer lugar (25%) y Brasil el segundo (14%) en la región en términos de llegadas, situación que no sólo se revierte sino que se mantiene en el tiempo a partir del año 2000. Entre el año 2000 y el año 2005, Brasil lidera en América del Sur representando un 35% frente al 19% de Argentina (5,3 millones y 2,9 millones de turistas, respectivamente) en el año 2000, y recibiendo un 30,6% frente al 21,8% recibido por Argentina (5,3 millones y 3,8 millones, respectivamente) en el año 2005. A lo largo de este período, existen dos momentos claves en el contexto macroeconómico regional que ayudan a explicar el movimiento turístico entre Brasil y Argentina: la devaluación del real brasileño de enero de 1999 y la

devaluación del peso argentino en diciembre de 2001. Por un lado, estos movimientos en los respectivos tipos de cambio generaron cambios en los incentivos de los residentes de cada uno de los países al momento de realizar sus decisiones de viajes al exterior,

factor que resulta importante dada la participación de cada uno de ellos en el mercado turístico del otro. Por otro lado, las respectivas devaluaciones provocaron una importante caída en los ingresos de divisas en ambos países: el efecto precio (productos turísti-

Tabla IV.4.1.2

Ingresos por turismo receptivo por regiones y subregiones en América

Años 1990, 2000 y 2005 / En millones de dólares y en porcentaje

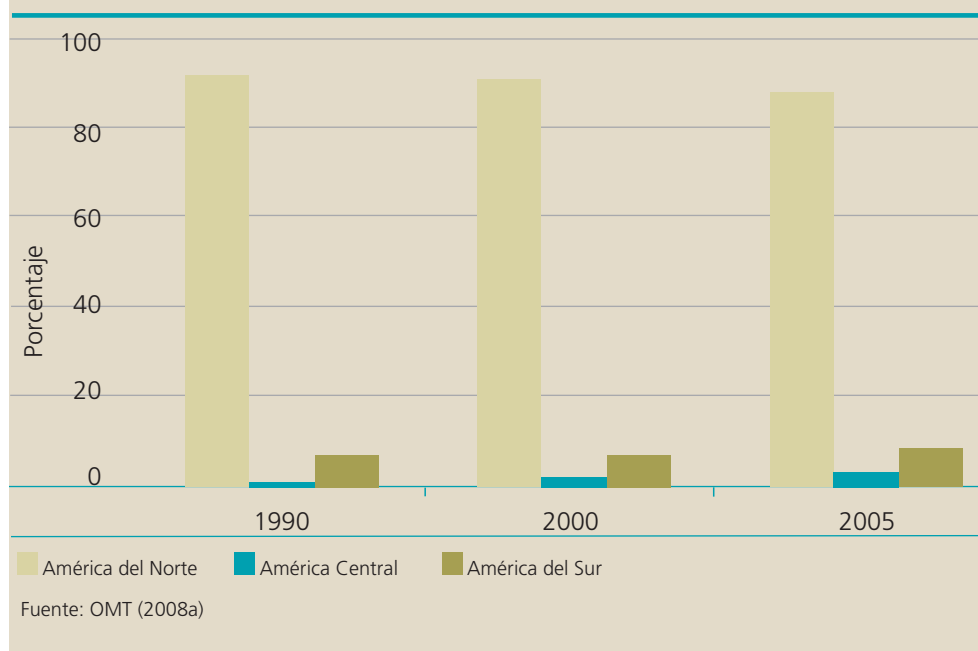
Región	1990	En porcentaje	2000	En porcentaje	2005	En porcentaje
Américas	69.274	-	130.797	-	144.556	-
América del Norte	63.593	91,80	118.617	90,69	127.453	88,17
Canadá	6.339	9,97	10.778	9,09	13.584	10,66
México	5.526	8,69	8.294	6,99	11.803	9,26
Estados Unidos	43.007	67,63	82.400	69,47	81.680	64,09
Caribe	8.721	13,71	17.145	14,45	20.386	15,99
América Central	735	1,06	2.964	2,27	4.576	3,17
Belice	44	5,99	116	3,91	-	0,00
Costa Rica	275	37,41	1.302	43,93	1.570	34,31
El Salvador	18	2,45	217	7,32	543	11,87
Guatemala	185	25,17	482	16,26	869	18,99
Honduras	29	3,95	260	8,77	472	10,31
Nicaragua	12	1,63	129	4,35	207	4,52
Panamá	172	23,40	458	15,45	780	17,05
América del Sur	4.946	7,14	9.215	7,05	12.527	8,67
Argentina	1.131	22,87	2.904	31,51	2.753	21,98
Bolivia	55	1,11	68	0,74	205	1,64
Brasil	1.492	30,17	1.810	19,64	3.861	30,82
Chile	540	10,92	819	8,89	1.256	10,03
Colombia	406	8,21	1.030	11,18	1.218	9,72
Ecuador	188	3,80	402	4,36	486	3,88
Guyana	27	0,55	75	0,81	-	0,00
Paraguay	128	2,59	73	0,79	82	0,65
Perú	217	4,39	837	9,08	1.308	10,44
Suriname	1	0,02	16	0,17	-	0,00
Uruguay	238	4,81	713	7,74	594	4,74
Venezuela	496	10,03	423	4,59	641	5,12

Fuente: OMT (2008a)

Figura IV.4.1.2

Participación regional en los ingresos por turismo receptivo de América

Años 1990, 2000 y 2005 / En porcentaje



cos más baratos) fue superior al efecto cantidad (mayor arribo de turistas).³⁰

IV.4.2.

El turismo internacional en Argentina. Turismo receptivo: llegadas e ingresos por turismo y país de origen de los turistas

Se presenta a continuación la evolución anual, en forma conjunta, de las llegadas de turistas y de los ingresos por turismo receptivo en Argentina a partir del año 1990 y hasta el año 2007, haciendo especial referencia a la distribución según país de origen de los turistas.

IV.4.2.1.

Llegadas de turistas e ingresos por turismo receptivo

A lo largo de todo el período, se observa una tendencia creciente en las llegadas y en los ingresos por turismo receptivo, a pesar de que pueden distinguirse tres periodos con comportamientos diferenciales. La información resume de manera sencilla el impacto de las crisis sociales y económicas por las que ha atravesado nuestro país en los últimos tiempos. Tanto las llegadas como los ingresos crecen desde principios de la década del noventa hasta el año 1998, destacándose un mayor crecimiento relativo en los ingresos. A partir de ese momento, los datos muestran un movimiento en sentido

30. El efecto de la devaluación de la moneda y su impacto en el turismo fue explicado en la sección IV.2.

contrario hasta el año 2002 cuando se produce un cambio significativo. En el período inmediatamente posterior a la crisis económica de fines de 2001, la devaluación del peso hizo que los ingresos por turismo en dólares cayeran hasta aproximadamente la mitad del valor que habían tomado en 1998 (2.936 millones de dólares en 1998 versus 1.476 millones en 2002). Desde entonces hasta la actualidad el sector comienza a recuperarse y los valores correspondientes tanto al número de turistas como a los ingresos llegan a

superar incluso los valores máximos correspondientes al año 1998, con una tendencia favorable que pareciera mantenerse en el tiempo (Tabla IV.4.2.1.1 y Figura IV.4.2.1.1). En el año 2007, las llegadas de turistas internacionales a Argentina son aproximadamente de 4,5 millones de personas y los ingresos por turismo internacional ascienden a 4.200 millones de dólares.

IV.4.2.2.

Llegadas de turistas e ingresos por turismo receptivo según país de origen

Un aspecto interesante que es necesario analizar se refiere a la distribución según país de origen de los turistas internacionales que ingresan a Argentina. Se describe no sólo cuál es la participación del número de llegadas y de los ingresos según lugar de residencia de los turistas sino también cuál es la distribución de los ingresos por turismo generados por cada grupo en relación al número de turistas. Las Tablas IV.4.2.2.1 y IV.4.2.2.2 presentan la evolución de las llegadas de turistas internacionales a Argentina según país y/o región de origen durante el período comprendido entre 1990 y 2007, en valores absolutos y según la participación de cada país, respectivamente.

Las Tabla IV.4.2.2.3 y la Figura IV.4.2.2.1 resumen la dinámica del comportamiento de las llegadas de turistas internacionales. Se presenta la información para tres años tomados como punto de referencia: 1990, 1998 y 2007. Los países limítrofes

Tabla IV.4.2.1.1

Llegadas de turistas internacionales e ingresos por turismo receptivo (en millones de dólares) en Argentina

Años 1990-2007

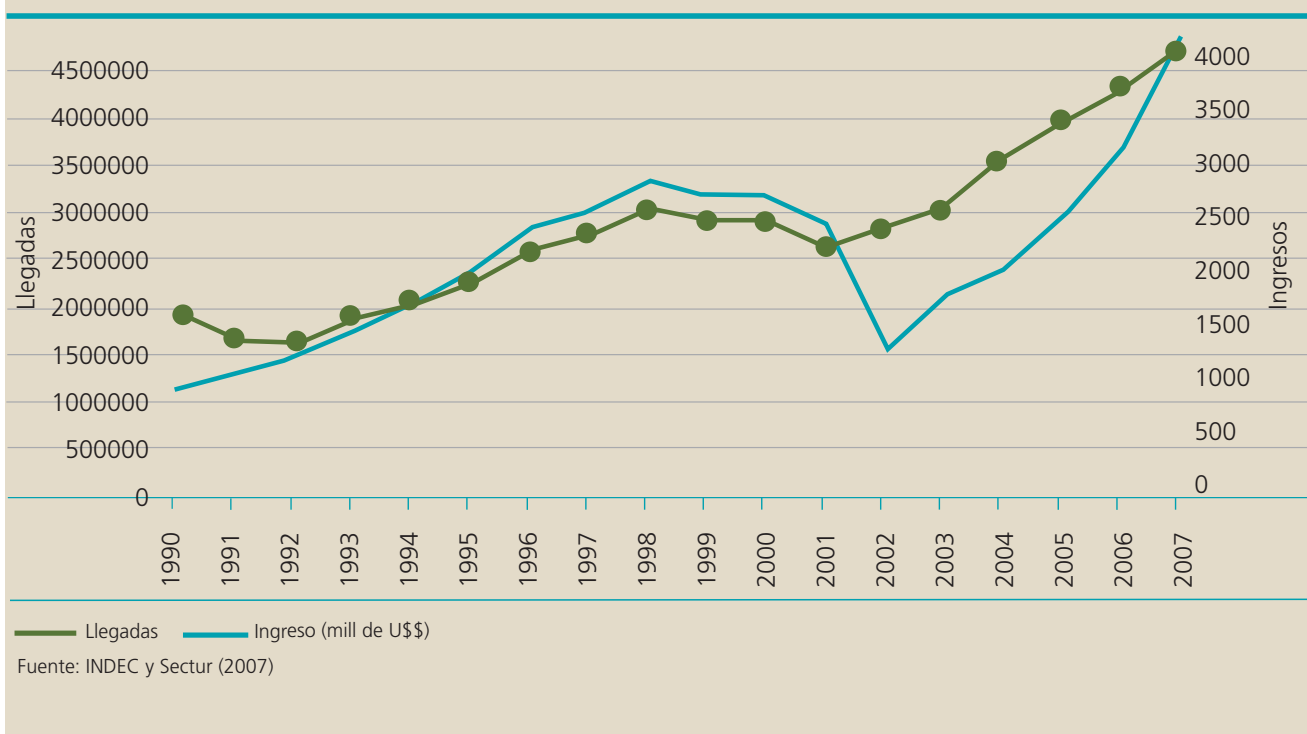
Año	Ingresos	Llegadas
1990	1.131	1.930.034
1991	1.241	1.708.183
1992	1.413	1.703.910
1993	1.625	1.918.462
1994	1.862	2.089.414
1995	2.144	2.288.694
1996	2.542	2.613.909
1997	2.693	2.764.226
1998	2.936	3.012.472
1999	2.813	2.898.241
2000	2.817	2.909.468
2001	2.547	2.620.464
2002	1.476	2.820.039
2003	1.942	2.995.272
2004	2.163	3.456.527
2005	2.640	3.822.666
2006	3.255	4.092.446
2007	4.218	4.474.454

Fuente: INDEC y Sector (2007)

Figura IV.4.2.1.1

Llegadas de turistas internacionales e ingresos por turismo receptivo (en millones de dólares) en Argentina

Años 1990-2007



dominan el mercado argentino, en particular, Chile y Uruguay que representan aproximadamente 20% del mercado cada uno de ellos. En conjunto, los países limítrofes representan cerca del 70% de la demanda de turismo internacional en Argentina.

Es posible realizar el mismo análisis para los ingresos por turismo receptivo. Las Tablas IV.4.2.2.4 y IV.4.2.2.5 presentan la evolución de los ingresos por turismo receptivo en Argentina según país y/o región de origen del turismo, para el período comprendido entre 1990 y 2007, en valores absolutos y según la participación de cada país, respectivamente.

En la Tabla IV.4.2.2.6 y en la Figura

IV.4.2.2.2 se resume la dinámica de los indicadores. En los tres años considerados (1990, 1998 y 2007), Europa es la región más importante en cuanto a su aporte a los ingresos por turismo receptivo de Argentina (aproximadamente representa, en promedio, el 25% del total). Por su parte, la participación de Estados Unidos y Canadá, si bien es significativamente menor a la europea, es la más estable a través del tiempo, representando cerca del 15% del total a lo largo de los tres años. Finalmente, se destaca el comportamiento de Chile y Brasil que, en conjunto, explican entre el 25% y el 30% de los ingresos totales por turismo receptivo en Argentina. Sin embargo, entre 1990 y 2007, se evidencia una

caída en la participación del gasto chileno y de otros países limítrofes como Paraguay y Uruguay, compensada por el aumento en la participación del gasto del Resto de América, Resto del Mundo y Europa.

Es interesante notar la divergencia entre el comportamiento de los indicadores según países o regiones emisoras de turismo hacia Argentina. En las llegadas de turistas internacionales, el liderazgo es de los países limítrofes; en los ingresos por turismo receptivo, corresponde

a Europa, seguido de Estados Unidos y Canadá.

Una vez analizadas las llegadas y los ingresos por turismo receptivo de acuerdo a la distribución por país de origen de los turistas, otra variable a evaluar es el ingreso por turismo receptivo en relación al número de llegadas regionales, es decir, el ingreso por turista según región de origen.³¹ Destaca la importancia de los ingresos en relación a llegadas tanto de Europa como de Estados Unidos y Canadá, ocupando el últi-

Tabla IV.4.2.2.1

Llegadas de turistas internacionales a Argentina según país de origen
Años 1990-2007

Año	Total de Turistas	Bolivia	Brasil	Chile	Paraguay	Uruguay	EE.UU. Y Canadá	Resto de América	Europa	Resto del Mundo
1990	1.930.034	88.860	246.712	438.965	238.556	385.949	161.016	91.866	232.956	45.154
1991	1.708.183	93.557	210.345	391.538	255.972	298.902	138.058	78.120	201.873	39.818
1992	1.703.910	98.083	219.779	373.113	265.908	282.700	140.366	79.751	206.551	37.659
1993	1.918.462	89.528	235.055	438.892	348.701	348.915	137.832	81.499	196.210	41.830
1994	2.089.414	115.628	248.617	461.393	398.160	353.559	158.218	89.523	217.971	46.345
1995	2.288.694	123.699	316.784	465.743	415.945	387.328	178.180	100.440	248.348	52.227
1996	2.613.909	119.842	412.083	482.583	506.619	397.138	221.255	112.562	298.858	62.969
1997	2.764.226	142.949	445.343	481.643	442.660	504.390	242.193	119.149	319.787	66.112
1998	3.012.472	144.012	494.843	549.718	489.131	528.484	264.297	124.894	344.323	72.770
1999	2.898.241	101.724	451.768	541.163	515.914	513.749	249.781	116.568	336.676	70.898
2000	2.909.468	95.072	451.368	571.334	499.835	488.037	252.384	122.120	354.050	75.268
2001	2.620.464	113.234	333.012	520.316	469.191	392.450	179.832	149.156	370.933	92.340
2002	2.820.039	119.121	345.038	749.036	518.310	362.963	152.620	172.503	323.729	76.719
2003	2.995.272	59.678	350.298	767.758	429.792	363.107	224.472	229.630	455.998	114.538
2004	3.456.527	145.244	418.865	848.162	346.266	370.428	302.255	290.668	546.184	188.454
2005	3.822.666	151.510	452.663	915.508	302.150	437.714	369.753	354.597	630.888	207.883
2006	4.092.446	154.871	558.896	936.502	312.735	453.707	369.753	354.597	630.888	207.057
2007	4.474.454	157.563	731.987	868.188	358.312	484.584	442.704	496.100	724.575	210.441

Fuente: INDEC y Sector (2007)

mo lugar el correspondiente al Resto del Mundo. A pesar de que el número de turistas provenientes de América es mucho mayor que aquellos procedentes de Europa y/o de América del Norte, los ingresos por turista generados por el turismo de América son muy inferiores a los de Europa y/o América del Norte. No sólo esto sino que además el gasto promedio por turista europeo representa más del doble que el de un turista de América (excluyendo a Estados Unidos y Canadá) en el cual están incluidos países como Brasil,

Chile, Uruguay, Paraguay, entre otros. Por ejemplo, mientras que el número de turistas procedentes de Brasil ha sido, a lo largo del tiempo, superior a aquellos procedentes de Estados Unidos y, principalmente, de Europa, y si bien los ingresos por turista brasileño son los más altos del Continente Americano, el aporte europeo es el más significativo (por ejemplo, durante 2007, cada turista europeo aporta en su visita 1.615 dólares versus 1.455 dólares de los turistas de Estados Unidos). Esta situación se mantiene, en términos

31. Se consideran cuatro regiones: Europa, Estados Unidos y Canadá, Resto del Mundo, y América.

Tabla IV.4.2.2.2

Participación regional en las llegadas de turistas internacionales a Argentina según país de origen

Años 1990-2007 / En porcentaje

Año	Bolivia	Brasil	Chile	Paraguay	Uruguay	EE.UU y Canadá	Resto de América	Europa	Resto del Mundo
1990	4,60	12,78	22,74	12,36	20,00	8,34	4,76	12,07	2,34
1991	5,48	12,31	22,92	14,99	17,50	8,08	4,57	11,82	2,33
1992	5,76	12,90	21,90	15,61	16,59	8,24	4,68	12,12	2,21
1993	4,67	12,25	22,88	18,18	18,19	7,18	4,25	10,23	2,18
1994	5,53	11,90	22,08	19,06	16,92	7,57	4,28	10,43	2,22
1995	5,40	13,84	20,35	18,17	16,92	7,79	4,39	10,85	2,28
1996	4,58	15,77	18,46	19,38	15,19	8,46	4,31	11,43	2,41
1997	5,17	16,11	17,42	16,01	18,25	8,76	4,31	11,57	2,39
1998	4,78	16,43	18,25	16,24	17,54	8,77	4,15	11,43	2,42
1999	3,51	15,59	18,67	17,80	17,73	8,62	4,02	11,62	2,45
2000	3,27	15,51	19,64	17,18	16,77	8,67	4,20	12,17	2,59
2001	4,32	12,71	19,86	17,90	14,98	6,86	5,69	14,16	3,52
2002	4,22	12,24	26,56	18,38	12,87	5,41	6,12	11,48	2,72
2003	1,99	11,70	25,63	14,35	12,12	7,49	7,67	15,22	3,82
2004	4,20	12,12	24,54	10,02	10,72	8,74	8,41	15,80	5,45
2005	3,96	11,84	23,95	7,90	11,45	9,67	9,28	16,50	5,44
2006	3,78	13,66	22,88	7,64	11,09	9,04	8,66	15,42	5,06
2007	3,52	16,36	19,40	8,01	10,83	9,89	11,09	16,19	4,70

Fuente: INDEC y Sectur (2007)

Tabla IV.4.2.2.3

Llegadas de turistas internacionales a Argentina por país de origen

Años 1990, 1998 y 2007 / Totales y porcentajes

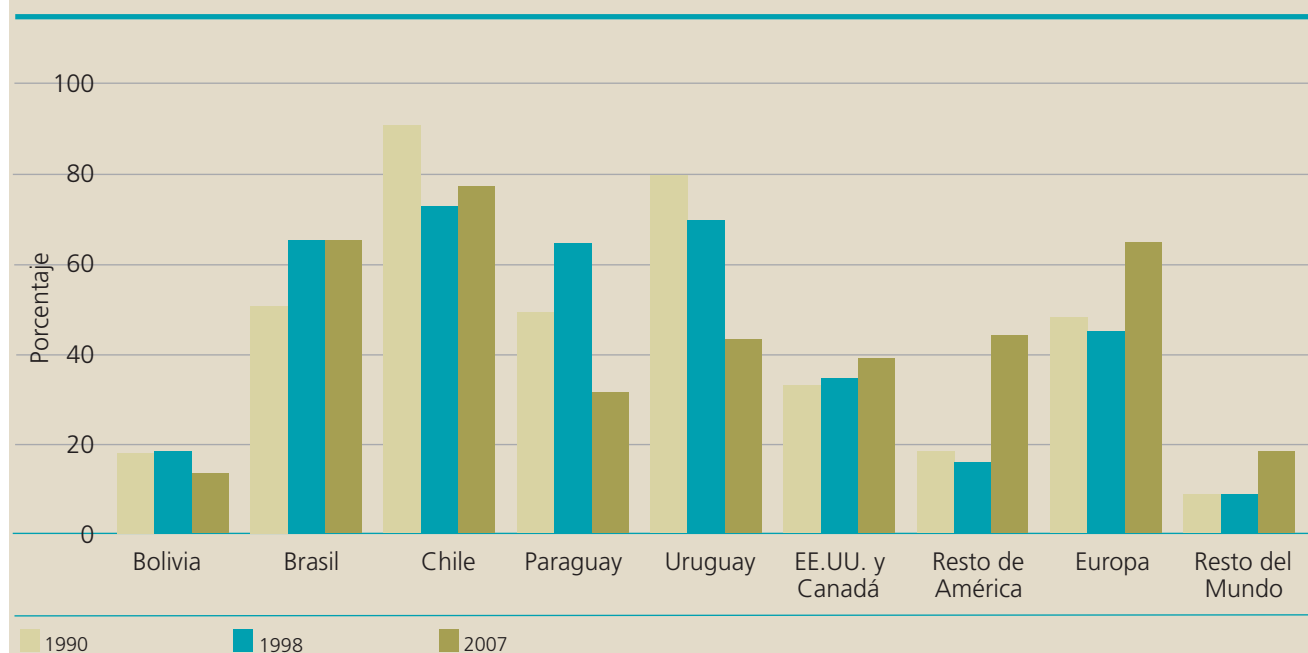
	1990	En porcentaje	1998	En porcentaje	2007	En porcentaje
Total	1.930.034	100	3.012.472	100	4.474.454	100
Bolivia	88.860	4,60	144.012	4,78	157.563	3,52
Brasil	246.712	12,78	494.843	16,43	731.987	16,36
Chile	438.965	22,74	549.718	18,25	868.188	19,40
Paraguay	238.556	12,36	489.131	16,24	358.312	8,01
Uruguay	385.949	20,00	528.484	17,54	484.584	10,83
EE.UU. Y Canadá	161.016	8,34	264.297	8,77	442.704	9,89
Resto de América	91.866	4,76	124.894	4,15	496.100	11,09
Europa	232.956	12,07	344.323	11,43	724.575	16,19
Resto el Mundo	45.154	2,34	72.770	2,42	210.441	4,70

Fuente: Elaboración propia en base a INDEC y Sector (2007)

Figura IV.4.2.2.1

Participación regional en las llegadas de turistas internacionales a Argentina por país de origen

Años 1990, 1998 y 2007 / En porcentaje



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC y Sector (2007)

Tabla IV.4.2.2.4

Ingresos por turismo receptivo según país y/o región de origen en Argentina

Años 1990-2007 / En millones de dólares

Año	Total	Bolivia	Brasil	Chile	Paraguay	Uruguay	EE.UU y Canadá	Resto de América	Europa	Resto del Mundo
1990	1.131	35,6	135,3	190,2	105,9	105,7	167,5	73,9	273,4	43,4
1991	1.241	50,0	148,7	208,3	144,7	101,4	173,6	77,5	289,9	47,1
1992	1.413	61,1	176,3	225,2	167,9	108,2	197,6	91,4	335,4	50,1
1993	1.625	60,4	205,4	279,9	234,9	145,9	207,6	99,4	332,1	59,6
1994	1.862	80,7	227,5	307,4	280,0	155,6	246,4	113,9	381,5	69,1
1995	2.144	88,9	304,8	329,6	296,7	179,9	285,0	129,7	449,1	80,3
1996	2.542	87,0	402,9	340,7	377,5	184,4	356,6	148,0	547,6	96,8
1997	2.693	104,4	436,6	347,6	337,2	237,0	391,0	157,3	580,6	101,3
1998	2.936	105,7	483,8	393,6	368,3	248,3	429,8	166,7	629,3	110,8
1999	2.813	74,2	417,5	383,6	407,7	249,6	407,8	154,7	609,8	107,8
2000	2.817	70,5	416,9	402,4	374,5	236,9	412,1	161,5	628,8	113,6
2001	2.547	81,4	300,5	353,5	346,3	185,9	293,4	197,2	652,5	136,7
2002	1.476	42,7	159,7	298,1	201,4	113,0	152,9	127,7	314,9	66,0
2003	1.942	25,8	194,5	346,0	173,5	117,4	246,9	195,5	528,7	114,0
2004	2.163	45,2	221,0	276,3	97,6	78,0	323,4	291,2	641,9	188,1
2005	2.640	60,6	275,5	336,0	106,0	96,2	414,7	367,1	782,5	201,8
2006	3.255	66,8	397,9	391,8	119,8	127,2	489,3	481,7	919,0	261,5
2007	4.218	80,6	621,9	416,8	148,1	119,1	647,8	685,9	1190,1	307,3

Fuente: INDEC y Sectur (2007)

generales, a través del tiempo: mientras que el ingreso proveniente de un turista de América alcanza su máximo valor en el año 1996 siendo igual a 759 dólares; en el caso de los turistas de Estados Unidos y Canadá se verifica para los años 1999 y 2000 siendo igual a 1.633 dólares; y para los europeos se da en el año 1996 siendo igual a 1.832 dólares (Tabla IV.4.2.2.7 y Figura IV.4.2.2.3).

Estos datos relevan algunas cuestiones relacionadas con la política turís-

tica que pueden ser interesantes. Si bien el mercado más importante en términos del número de turistas arribados al país es el mercado regional conformado por los países limítrofes - por cuestiones naturales de cercanía territorial-, los mercados que realizan el mayor aporte de divisas son el de Europa y América del Norte. Es decir, una alternativa de política de promoción turística debería dirigirse a incentivar el mayor gasto promedio per capita de los turistas procedentes de los países limítrofes, o generar

una mayor atracción de turistas provenientes de los países más alejados.

A continuación se muestra el comportamiento del mismo indicador - ingresos por turista- pero evaluado en forma trimestral con el objetivo de establecer el patrón de la estacionalidad del turismo receptivo en Argentina según el origen de los turistas. Se observa que los picos de ingreso por turista difieren según el país de origen, lo cual indica que el destino, es decir la Argentina, cuenta con demanda turís-

tica en toda época del año. Parece entonces haber una disociación entre el destino como un todo (Argentina) y la estacionalidad del turismo receptivo: dicha estacionalidad estaría explicada principalmente por variables correspondientes a los países de origen, ya sea el período de vacaciones, el nivel de ingreso per cápita, entre otras, y no tanto por cuestiones climáticas y/o relacionadas con los tipos de productos turísticos ofrecidos por el destino. Este hecho -la regularidad en el comportamiento por trimestres- es una

Tabla IV.4.2.2.5

Participación regional en los ingresos por turismo receptivo según país y/o región de origen en Argentina

Años 1990-2007 / En porcentaje

Año	Bolivia	Brasil	Chile	Paraguay	Uruguay	EE.UU y Canadá	Resto de América	Europa	Resto del Mundo
1990	3,14	11,97	16,82	9,36	9,35	14,81	6,53	24,18	3,84
1991	4,03	11,98	16,78	11,66	8,17	13,99	6,24	23,35	3,79
1992	4,32	12,47	15,93	11,88	7,66	13,98	6,47	23,74	3,54
1993	3,71	12,64	17,22	14,45	8,98	12,77	6,12	20,43	3,67
1994	4,34	12,22	16,51	15,04	8,36	13,23	6,12	20,49	3,71
1995	4,15	14,22	15,37	13,84	8,39	13,29	6,05	20,95	3,74
1996	3,42	15,85	13,41	14,85	7,26	14,03	5,82	21,55	3,81
1997	3,88	16,21	12,91	12,52	8,80	14,52	5,84	21,56	3,76
1998	3,60	16,48	13,40	12,54	8,46	14,64	5,68	21,43	3,77
1999	2,64	14,84	13,64	14,49	8,87	14,50	5,50	21,68	3,83
2000	2,50	14,80	14,28	13,29	8,41	14,63	5,73	22,32	4,03
2001	3,20	11,79	13,88	13,59	7,30	11,52	7,74	25,62	5,37
2002	2,89	10,82	20,19	13,64	7,65	10,36	8,65	21,33	4,47
2003	1,33	10,02	17,82	8,93	6,05	12,71	10,06	27,22	5,87
2004	2,09	10,22	12,78	4,51	3,61	14,95	13,46	29,68	8,70
2005	2,30	10,43	12,73	4,01	3,64	15,71	13,90	29,64	7,64
2006	2,05	12,22	12,04	3,68	3,91	15,03	14,80	28,23	8,03
2007	1,91	14,75	9,88	3,51	2,82	15,36	16,26	28,22	7,29

Fuente: INDEC y Sectur (2007)

Tabla IV.4.2.2.6

Ingresos por turismo receptivo en Argentina según país de origen de los turistas

Años 1990, 1998 y 2007 / En millones de dólares y en porcentaje

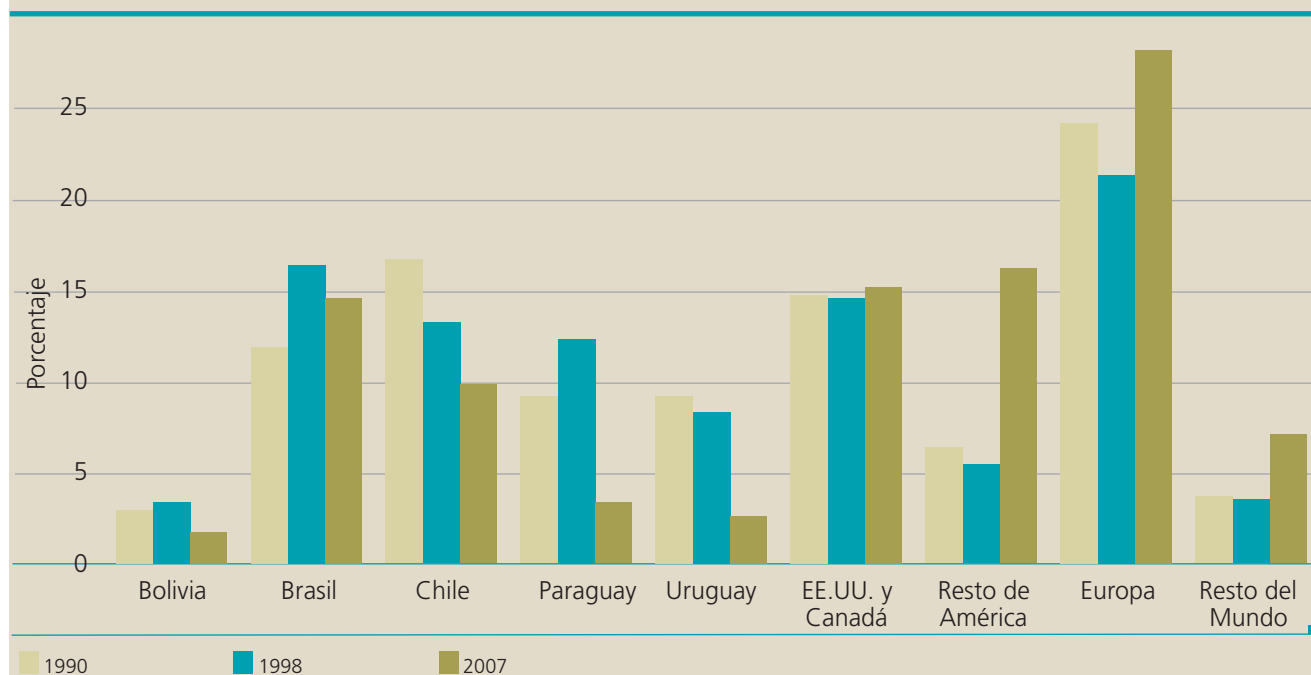
	1990	En porcentaje	1998	En porcentaje	2007	En porcentaje
Total	1.130,88	100	2.936,23	100	4.217,60	100
Bolivia	35,56	3,14	105,66	3,60	80,60	1,91
Brasil	135,31	11,97	483,75	16,48	621,90	14,75
Chile	190,22	16,82	393,56	13,40	416,80	9,88
Paraguay	105,86	9,363	68,35	12,54	148,10	3,51
Uruguay	105,70	9,35	248,31	8,46	119,10	2,82
EE.UU y Canadá	167,52	14,81	429,79	14,64	647,80	15,36
Resto de América	73,85	6,53	166,66	5,68	685,90	16,26
Europa	273,43	24,18	629,33	21,43	1.190,10	28,22
Resto del Mundo	43,41	3,84	110,83	3,77	307,3	7,29

Nota: En el agregado Resto del mundo se agrupan a los países cuya influencia individual no es significativa pero conjuntamente si,
Fuente: Elaboración propia en base a INDEC y Sector (2007)

Figura IV.4.2.2.2

Participación regional en los ingresos por turismo receptivo en Argentina según país de origen de los turistas

Años 1990, 1998 y 2007 / En porcentaje



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC y Sector (2007)

característica que se mantiene en el tiempo durante todo el período anterior a la crisis argentina del año 2002. Luego del año 2002 no es posible establecer una regularidad tan marcada en el comportamiento por trimestres y si las diferencias en relación al período anterior son permanentes o sólo forman parte de una transición (Figura IV.4.2.2.4).³²

Como fue mencionado anteriormente, la información presentada permite conocer que el turista que más ingresos de divisas aporta a la Argentina es el de origen europeo. Es así como

profundizar en la problemática de la estacionalidad de este tipo de turistas, conocer mejor sus destinos preferidos dentro de Argentina, y brindar mejoras en la oferta para explotar su mayor predisposición a gastar en vacaciones, pueden ser ejes sobre los cuales desarrollar acciones, tanto por parte del sector privado como por parte de la política turística.

IV.4.3.

Los ingresos por turismo en Argentina en relación a las exportaciones de bienes y servi-

32. La Tabla correspondiente se presenta en el anexo I.

Tabla IV.4.2.2.7

Ingresos por turismo receptivo en relación al número de llegadas de turistas internacionales según país y/o región de origen (ingresos por turista) en Argentina

Años 1990-2007 / En dólares

Año	Bolivia	Brasil	Chile	Paraguay	Uruguay	EE.UU y Canadá	Resto de América	Europa	Resto del Mundo
1990	400,20	548,46	433,34	443,74	273,87	1.040,41	803,94	1.173,76	961,35
1991	534,26	706,91	531,97	565,37	339,33	1.257,37	991,77	1.435,85	1.182,90
1992	623,06	801,98	603,46	631,34	382,77	1.407,49	1.145,55	1.623,90	1.329,45
1993	674,14	873,92	637,65	673,61	418,08	1.506,22	1.219,74	1.692,48	1.425,44
1994	698,22	914,90	666,18	703,24	440,05	1.557,24	1.272,15	1.750,13	1.492,03
1995	718,64	962,14	707,75	713,34	464,54	1.599,32	1.291,63	1.808,49	1.537,30
1996	725,60	977,83	705,98	745,09	464,44	1.611,54	1.314,68	1.832,45	1.537,64
1997	730,28	980,30	721,73	761,66	469,93	1.614,48	1.320,48	1.815,46	1.532,22
1998	733,68	977,59	715,92	753,07	469,85	1.626,18	1.334,41	1.827,73	1.522,96
1999	729,56	924,20	708,85	790,19	485,76	1.632,64	1.327,29	1.811,24	1.519,85
2000	741,04	923,65	704,40	749,30	485,41	1.632,89	1.322,60	1.776,10	1.509,49
2001	718,98	902,22	679,44	738,08	473,80	1.631,71	1.321,98	1.759,20	1.480,31
2002	358,55	462,81	397,93	388,58	311,28	1.002,15	740,3	1.972,67	860,82
2003	432,38	555,32	450,69	403,62	323,40	1.099,78	851,27	1.159,33	995,54
2004	311,39	527,60	325,81	281,72	210,53	1.069,91	1.001,78	1.175,33	997,93
2005	400,02	608,60	367,04	350,68	219,83	1.121,56	1.035,19	1.240,36	970,68
2006	422,69	563,81	405,33	327,09	239,59	1.106,16	961,90	1.268,88	1.248,33
2007	514,71	840,18	438,15	416,12	261,67	1.455,60	1.371,50	1.615,02	1.429,38

Fuente: INDEC y Sector (2007)

cios. El saldo de la balanza turística

Una medida adicional que refleja la importancia económica del turismo receptivo en Argentina en relación al sector externo es la participación de los ingresos por turismo en el total de los ingresos por exportaciones (de bienes y/o de servicios). Como fue mencionado anteriormente, los ingresos por turismo receptivo se asimilan a los ingresos por exportaciones mientras que los gastos en turismo internacional representan los egresos por importaciones. En esta sección, **las exportaciones del turismo incluyen la suma de la cuenta Viajes y la sub cuenta Pasajes de la cuenta Transporte de la Balanza**

de Pagos, donde ambos agregados forman parte del sector servicios.³³ Se analiza la representación de la Actividad Económica de Turismo y Viajes en las exportaciones totales de servicios, en las exportaciones totales de bienes, y en las exportaciones totales de bienes y servicios, así como los ingresos por exportaciones de turismo en relación a otros rubros de exportación.

IV.4.3.1.

Los ingresos por turismo receptivo en el total de exportaciones de bienes y servicios

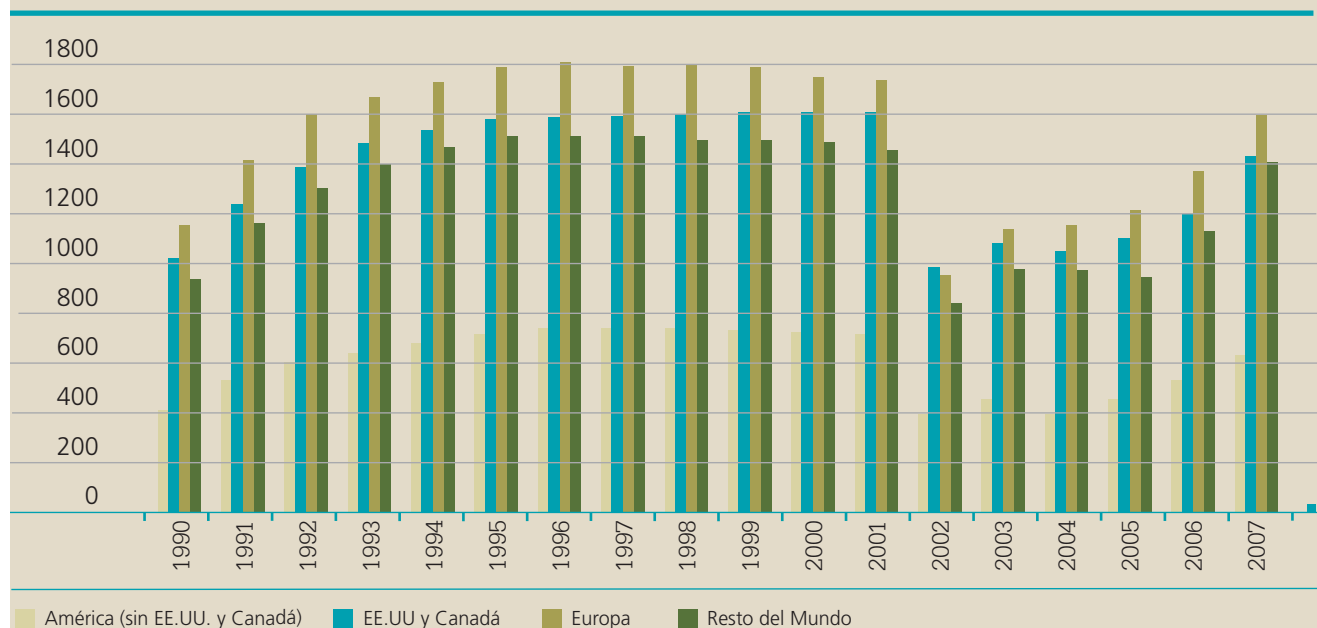
Dada la naturaleza económica de la actividad turística y sus características que la incluyen dentro del sector ser-

33. Esta definición de las exportaciones de la AETV -que incluye tanto la cuenta Viajes como la sub cuenta Pasajes de la Balanza de Pagos- origina algunas diferencias en la generación de divisas que se atribuyen a la actividad turística de acuerdo a esta fuente de información (MECON) y la procedente de INDEC y Sector, que también se presenta en este informe. Lo mismo sucede con la información correspondiente al turismo emisor.

Figura IV.4.2.2.3

Ingresos por turismo receptivo en relación al número de llegadas de turistas internacionales según región de origen (ingresos por turista) en Argentina

Años 1990-2007 / En dólares

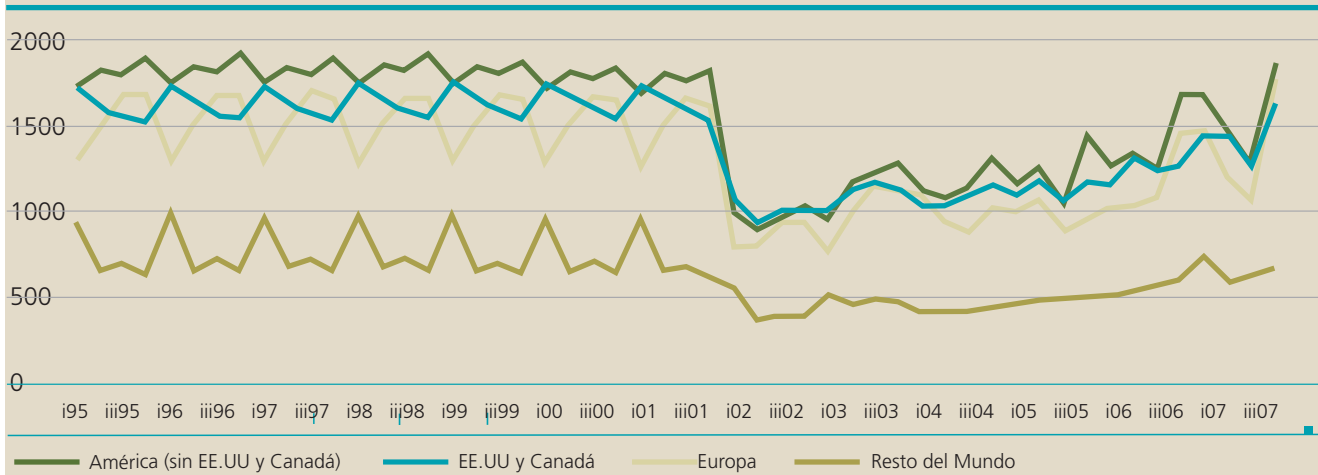


Fuente: INDEC y Sector (2007)

Figura IV.4.2.2.4

Ingresos por turista según país y/o región de origen en Argentina.
Evolución trimestral

Años 1995-2006 / En dólares



Fuente: INDEC y Sector (2007)

vicios, se observa un comportamiento relativamente similar entre la evolución de las exportaciones de turismo y del total de servicios para el período comprendido entre 1994 y 2007 (Figura IV.4.3.1.1). La evolución en el tiempo de los ingresos por turismo permite distinguir tres períodos con comportamientos diferenciales que parecieran replicarse al ampliar el análisis a la totalidad de los ingresos del sector exportador de servicios. En el primer período, las series alcanzan el máximo valor en el año 1998. Luego se verifica una tendencia decreciente en todos los componentes de las exportaciones de servicios hasta el año 2002 donde comienza la recuperación. Si bien tanto la serie correspondiente a turismo como a exportaciones totales de servicios comienzan un fuerte movimiento ascendente, las exportaciones de

turismo reaccionan en menor medida que las exportaciones totales de servicios, y esta brecha se va ampliando a lo largo de los años.

Los datos revelan una disminución de la participación del sector turismo en las exportaciones: a lo largo de una década (1994-2002), el sector pierde 18 puntos de participación en el total de exportaciones de servicios, 7 puntos en el total de exportaciones de bienes, y 6 puntos en el total de exportaciones de bienes y servicios (Tabla IV.4.3.1.1 y Figura IV.4.3.1.2). Mientras que los máximos valores ocurren en los años 1998 (69% del total de exportaciones de servicios) y 1994 (14% del total de exportaciones de bienes y 11,5% del total de exportaciones de bienes y servicios), el año 2002 se presenta como el de peor performance del sector (49% del total de exportaciones de servi-

cios; 6,7% del total de exportaciones de bienes; y 5,9% del total de exportaciones de bienes y servicios). Si bien la AETV comienza su recuperación luego de este momento, el marcado crecimiento en las exportaciones de bienes y, en menor medida, de las exportaciones de servicios ha llevado a que su participación no sea tan importante, en términos relativos, como lo fue en otras épocas.

IV.4.3.2. Los ingresos por exportaciones de turismo en relación a otros sectores exportadores

Otro indicador de la importancia relativa de los ingresos por exportaciones de turismo es su participación en relación, por un lado, a los grandes agregados de exportaciones (productos primarios, manufacturas de origen agropecuario, manufacturas de origen industrial, y combustibles y lubricantes) y, por otro

lado, a los principales complejos exportadores de la Argentina (complejo acétero, petrolero, automotriz, y cerealero).

La Tabla IV.4.3.2.1 presenta los ingresos provenientes de las exportaciones de bienes -según grandes clasificaciones- y aquellos provenientes de las exportaciones de servicios -clasificados en turismo y otros servicios. Mientras que en 1998, la AETV (los ingresos por turismo internacional) representaban el 60% de las exportaciones de productos primarios, aproximadamente entre el 40% y el 48% de las exportaciones de MOA y MOI; y el 125% de las exportaciones de combustibles; las participaciones en el escenario actual muestran que la AETV representa el 40% de las exportaciones de productos primarios; entre el 25% y el 28% de las exportaciones de MOA y MOI; y el 70% de las exportaciones de combustibles y energía.

Figura IV.4.3.1.1
Ingresos por turismo internacional e ingresos por exportaciones de servicios
Años 1994-2007 / En millones de dólares

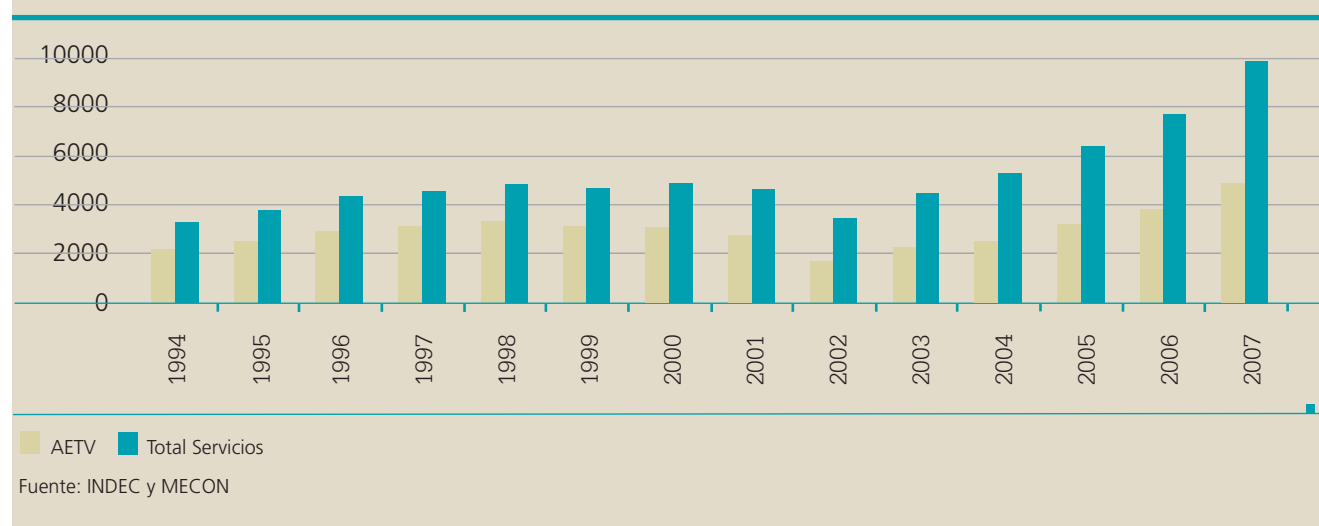


Tabla IV.4.3.1.1

Participación de los ingresos por turismo internacional en las exportaciones totales de bienes, de servicios, y de bienes y servicios

Años 1994-2007 / En porcentaje

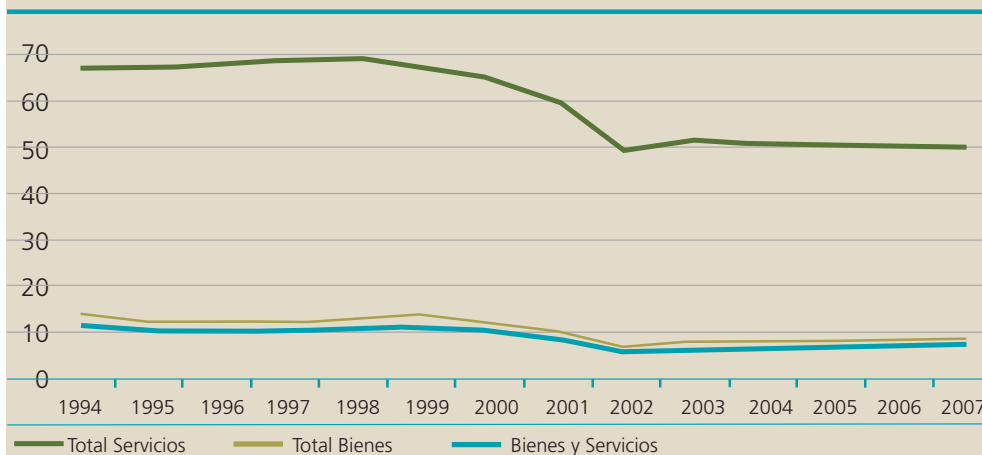
Año	Total Servicios	Total Bienes	Bienes y Servicios
1994	66,72	14,01	11,58
1995	66,66	12,05	10,21
1996	67,52	12,37	10,46
1997	68,56	11,93	10,16
1998	69,07	12,68	10,72
1999	67,29	13,62	11,33
2000	64,72	12,13	10,21
2001	59,56	10,38	8,84
2002	49,09	6,69	5,89
2003	51,24	7,70	6,70
2004	50,30	7,69	6,67
2005	49,85	7,95	6,85
2006	49,85	8,30	7,12
2007	49,63	8,81	7,48

Fuente: INDEC y MECON

Figura IV.4.3.1.2

Participación de los ingresos por turismo internacional en las exportaciones totales de bienes, de servicios, y de bienes y servicios

Años 1994-2007 / En porcentaje



Fuente: INDEC y MECON

En cuanto a los complejos exportadores, en el año 2007 la AETV es el cuarto sector exportador -detrás del complejo aceitero, petrolero, y automotriz- con ingresos por 4.900 millones de dólares, representando el 8,8% del total de exportaciones de bienes y superando incluso las exportaciones de cereales. Sin embargo, un dato relevante es que el sector ha ido perdiendo participación, hecho que se explica en parte por el aumento de los precios internacionales de los *commodities* a partir del

año 2002 (Tabla IV.4.3.2.2 y IV.4.3.2.3).

IV.3.3. El turismo interior de reuniones en Argentina

El turismo interior de reuniones ha adquirido gran importancia en nuestro país en los últimos tiempos. Durante el año 2007, se realizaron 339 exposiciones con 46.300 expositores y una inversión anual de 1.238 millones de pesos. Tanto el número de exposiciones como el número de expositores ha

Tabla IV.4.3.2.1
Exportaciones de bienes y de servicios
Años 1990-2007 / En millones de dólares

Año	Productos primarios	Manof. Orig. Agropec. (MOA)	Manf. Orig. Industr. (MOI)	Combustibles y energías	Total bienes	AETV	Otros servicios	Total servicios	Bienes y servicios
1990	3.339	4.681	3.364	1.104	12.488				
1991	3.301	4.955	2.984	906	12.146				
1992	3.500	4.864	2.823	1.212	12.399				
1993	3.271	4.971	3.679	1.349	13.269				
1994	3.735	5.858	4.647	1.783	16.023	2.245	1.120	3.364	19.387
1995	4.816	7.529	6.504	2.313	21.162	2.550	1.276	3.826	24.987
1996	5.817	8.493	6.466	3.266	24.043	2.975	1.431	4.405	28.448
1997	5.705	9.105	8.335	3.287	26.431	3.153	1.446	4.599	31.030
1998	6.603	8.762	8.624	2.444	26.434	3.353	1.501	4.854	31.288
1999	5.144	8.193	6.966	3.005	23.309	3.175	1.543	4.719	28.027
2000	5.346	7.864	8.230	4.902	26.341	3.194	1.741	4.936	31.276
2001	6.052	7.460	8.306	4.725	26.543	2.756	1.871	4.627	31.170
2002	5.272	8.138	7.601	4.639	25.651	1.716	1.779	3.495	29.146
2003	6.471	10.004	8.047	5.417	29.939	2.306	2.194	4.500	34.439
2004	6.852	11.927	9.616	6.181	34.576	2.660	2.628	5.288	39.864
2005	8.110	13.142	11.985	7.150	40.387	3.209	3.229	6.438	46.825
2006	8.625	15.265	14.843	7.813	46.546	3.864	3.887	7.751	54.297
2007	12.352	19.188	17.321	6.919	55.780	4.915	4.989	9.904	65.684

Fuente: INDEC y MECON

Tabla IV.4.3.2.2
Principales complejos exportadores de Argentina
Años 1994 - 2007 / En millones de dólares

Año	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Complejo aceitero	3.834	4.236	5.221	4.968	5.792	5.252	5.126	5.665	6.165	8.336	8.840	9.767	10.491	15.436
Complejo petrolero	1.783	2.305	3.253	3.276	2.442	2.978	4.754	4.566	4.572	5.380	6.114	7.049	7.567	6.751
Complejo automotriz	918	1.308	1.642	2.786	3.103	1.752	1.957	1.982	1.607	1.433	2.060	2.891	4.033	5.344
AETV	2.245	2.550	2.975	3.153	3.353	3.175	3.194	2.756	1.716	2.306	2.660	3.209	3.864	4.915
Cereales	1.333	1.863	2.560	3.007	3.042	2.063	2.419	2.448	2.127	2.307	2.691	2.809	2.955	4.663
Productos químicos y conexos	728	973	980	1.176	1.370	1.373	1.387	1.432	1.344	1.560	2.018	2.301	2.609	2.951
Metales comunes y sus manufacturas	760	1.214	1.190	1.331	1.235	1.079	1.412	1.445	1.594	1.545	1.713	2.319	2.483	2.825
Maquinas y aparatos. material eléctrico	866	983	962	1.230	1.110	1.055	1.102	1.125	939	865	1.063	1.324	1.566	1.974
Carnes	918	1.229	1.074	1.025	830	830	791	365	576	736	1.230	1.652	1.612	1.828
Resto de exportaciones	2.640	4.501	4.186	4.480	4.159	3.752	4.199	4.759	5.011	5.471	6.188	7.067	9.278	9.247

Fuente: INDEC y MECON

Tabla IV.4.3.2.3
Participación de cada complejo exportador en las exportaciones totales de bienes
Años 1994-2007 / En porcentaje

Año	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Complejo aceitero	23,93	20,02	21,72	18,80	21,91	22,53	19,46	21,34	24,03	27,84	25,57	24,18	22,58	27,60
Complejo petrolero	11,13	10,89	13,53	12,39	9,24	12,77	18,05	17,20	17,82	17,97	17,68	17,45	16,29	12,07
Complejo automotriz	5,73	6,18	6,83	10,54	11,74	7,52	7,43	7,47	6,27	4,79	5,96	7,16	8,68	9,55
AETV	14,01	12,05	12,37	11,93	12,68	13,62	12,13	10,38	6,69	7,70	7,69	7,95	8,30	8,81
Cereales	8,32	8,80	10,65	11,38	11,51	8,85	9,18	9,22	8,29	7,71	7,78	6,95	6,36	8,34
Productos químicos y conexos	4,54	4,60	4,08	4,45	5,18	5,89	5,26	5,40	5,24	5,21	5,84	5,70	5,62	5,28
Metales comunes y sus manufacturas	4,74	5,74	4,95	5,03	4,67	4,63	5,36	5,44	6,21	5,16	4,95	5,74	5,34	5,05
Maquinas y aparatos, material eléctrico	5,40	4,65	4,00	4,66	4,20	4,53	4,19	4,24	3,66	2,89	3,07	3,28	3,37	3,53
Carnes	5,73	5,81	4,47	3,88	3,14	3,56	3,00	1,37	2,25	2,46	3,56	4,09	3,47	3,27
Resto de exportaciones	16,48	21,27	17,41	16,95	15,73	16,10	15,94	17,93	19,54	18,27	17,90	17,50	19,97	16,53

Fuente: INDEC y MECON

aumentado considerablemente desde mediados de la década del noventa: en el año 1995 se realizaron 203 exposiciones mientras que el número de expositores fue de 16.000. En relación a los congresos, también esta actividad ha evidenciado una tendencia creciente: de 844 congresos y casi 400.000 asistentes en 2001, a 1.124 congresos y 590.000 personas durante 2007, con una inversión anual en este último año de 734 millones de pesos. Finalmente, un aspecto que puede destacarse es la concentración geográfica de las manifestaciones del turismo de reuniones: mientras que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires reúne el 44% de los congresos durante 2007 (495) y el resto se distribuye en el interior del país (629), también concentra el 51% de las exposiciones (173) con respecto al interior del país (166).

IV.4.4.

El turismo emisor en Argentina: salidas y gastos en turismo internacional.

El saldo comercial de la balanza turística

El análisis previo se refiere a las exportaciones de turismo, es decir, los ingresos por turismo receptivo en Argentina. Sin embargo, una medida global -el saldo de la balanza turística- tiene en cuenta no sólo las exportaciones de turismo sino también las importaciones de turismo (el turismo emisor). Se trata de presentar el resultado neto de las cuentas comerciales del turismo: el saldo de la balanza comercial turística.

En la Tabla IV.4.4.1 y en la Figura IV.4.4.1 se presenta la evolución de la cantidad de salidas de turistas residentes como de los egresos por turismo emisor expresados en dólares corrientes correspondientes al período 1990-2007. Existe un gran paralelismo entre las dos series: los residentes de Argentina, cuando realizan viajes al exterior, tienden a gastar individualmente, en promedio, una suma en dólares bastante constante. En el caso de esta forma de turismo, su precio es efectivamente un precio internacional que no varía ante movimientos cambiarios en la moneda local.

Es interesante analizar también cómo funciona el turismo emisor en Argentina en sus relaciones competitivas con el turismo interno (Figura IV.4.4.1). Si se observan las salidas desde Argentina, se pueden considerar cuatro subperíodos: 1990-1998, 1998-2001, 2002, y 2002-2007. En el primero, mientras el turismo interno crece 50,5%, el turismo emisor lo hace un 175%: la apreciación del peso le da la ventaja al turismo emisor. En el segundo, mientras el turismo interno se derrumba, el emisor casi no cambia, debido a la profundización en la apreciación real del peso. En el año 2002, por el contrario, el turismo interno sólo cae un 3,5% y el turismo emisor, un 36,8%: el peso ya se había depreciado. Lo mismo sucede en el último subperíodo: mientras que el turismo interno crece un 50,1%, el emisor lo hace en sólo un 45,9%. La depreciación real se mantiene.

Tabla IV.4.4.1

Salidas totales de Argentina (en millones) y egresos por importaciones de turismo (en millones de dólares)

Años 1990-2007

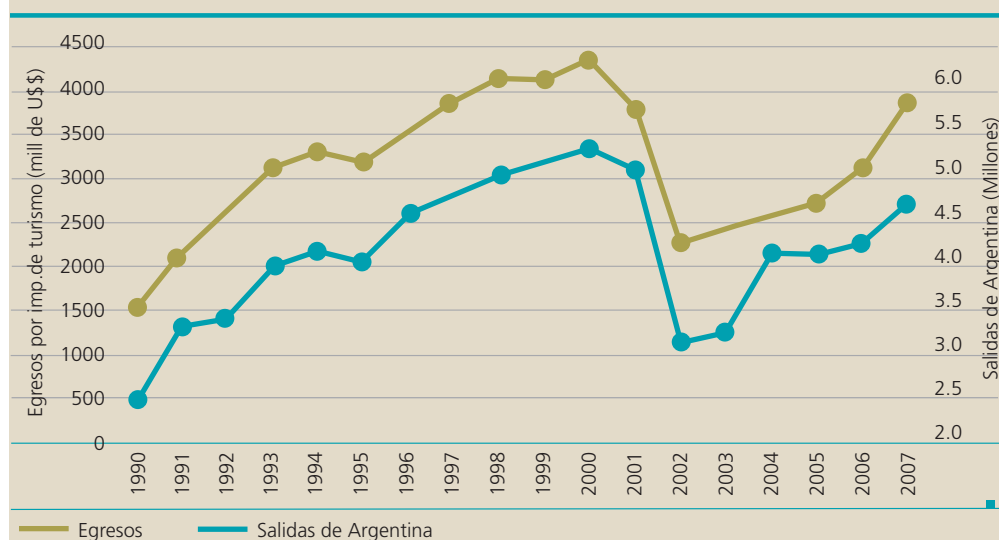
	Salidas de Argentina		Importación de turismo	
	Cantidad	Variación anual (en%)	Egresos (mill de U\$S)	Variación anual (en %)
1990	2.398.364	-	1.505	-
1991	3.154.131	31,51	2.145	42,49
1992	3.240.400	2,74	2.613	21,80
1993	3.756.766	15,94	3.117	19,30
1994	3.926.420	4,52	3.306	6,06
1995	3.815.503	-2,82	3.190	-3,52
1996	4.295.891	12,59	3.497	9,62
1997	4.516.961	5,15	3.874	10,80
1998	4.695.509	3,95	4.145	6,99
1999	4.786.366	1,93	4.107	-0,91
2000	4.952.978	3,48	4.338	5,61
2001	4.761.925	-3,86	3.800	-12,40
2002	3.008.096	-36,83	2.256	-40,64
2003	3.087.664	2,65	2.435	7,94
2004	3.903.515	26,42	2.527	3,79
2005	3.894.096	-0,24	2.706	7,09
2006	4.008.998	2,95	3.113	15,01
2007	4.391.453	9,54	3.854	23,82

Fuente: Elaboración propia en base a INDEC y Sector (2007)

Figura IV.4.4.1

Salidas totales de Argentina (en millones) y egresos por importaciones de turismo (en millones de dólares)

Años 1990-2007



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC y Sector (2007)

A lo largo de todo el período (1994-2007), se observa un resultado deficitario de las cuentas comerciales en forma anual y que solamente se revierte recién en algún trimestre del año 2004 (Tabla IV.4.4.2 y Figura IV.4.4.2). La evolución de los datos a partir de mediados de la década del noventa muestra que el saldo es negativo durante todo el período, cerrándose la brecha progresivamente a partir de la crisis del 2002. Durante el período de la convertibilidad, los gastos en turismo emisor de los residentes casi duplicaron los ingresos por turismo receptor alcanzando el mayor saldo negativo -equivalente a 2.265 millones de dólares- durante el año 2000. La crisis económica de

finis de 2001, fundamentalmente a través de la variación en el tipo de cambio real, generó un movimiento negativo tanto en los gastos como en los ingresos por turismo, siendo más abrupta la caída en las importaciones (56%) en relación a la caída de las exportaciones (46%). A partir de este momento, el saldo neto anual continúa siendo negativo (equivalente a 190 millones de dólares en 2007) pero con un comportamiento de las series que no presenta la regularidad de los períodos anteriores y para las que se evidencian saldos favorables en ciertos trimestres.

La Figura IV.4.4.3 resume la información del saldo turístico comercial en forma trimestral.

Tabla IV.4.4.2
Evolución del saldo comercial turístico en Argentina
Años 1994-2007 / En millones de dólares

Año	Receptivo	Emisor	Saldo(R-E)
1994	2.244,6	4.134,9	-1.890,3
1995	2.550,0	4.012,8	-1.462,8
1996	2.974,6	4.448,4	-1.473,8
1997	3.152,9	4.973,1	-1.820,2
1998	3.352,6	5.282,0	-1.929,4
1999	3.175,3	5.228,1	-2.052,8
2000	3.194,4	5.459,7	-2.265,3
2001	2.756,0	4.888,4	-2.132,4
2002	1.716,0	2.743,2	-1.027,2
2003	2.305,7	2.997,5	-691,8
2004	2.660,1	3.208,2	-548,1
2005	3.209,4	3.563,6	-354,2
2006	3.863,5	4.077,6	-214,1
2007	4.915,3	5.106,0	-190,7

Fuente: Balanza de Pagos. MECON

Figura IV.4.4.2
Evolución del saldo comercial turístico en Argentina
Años 1994-2007 / En millones de dólares

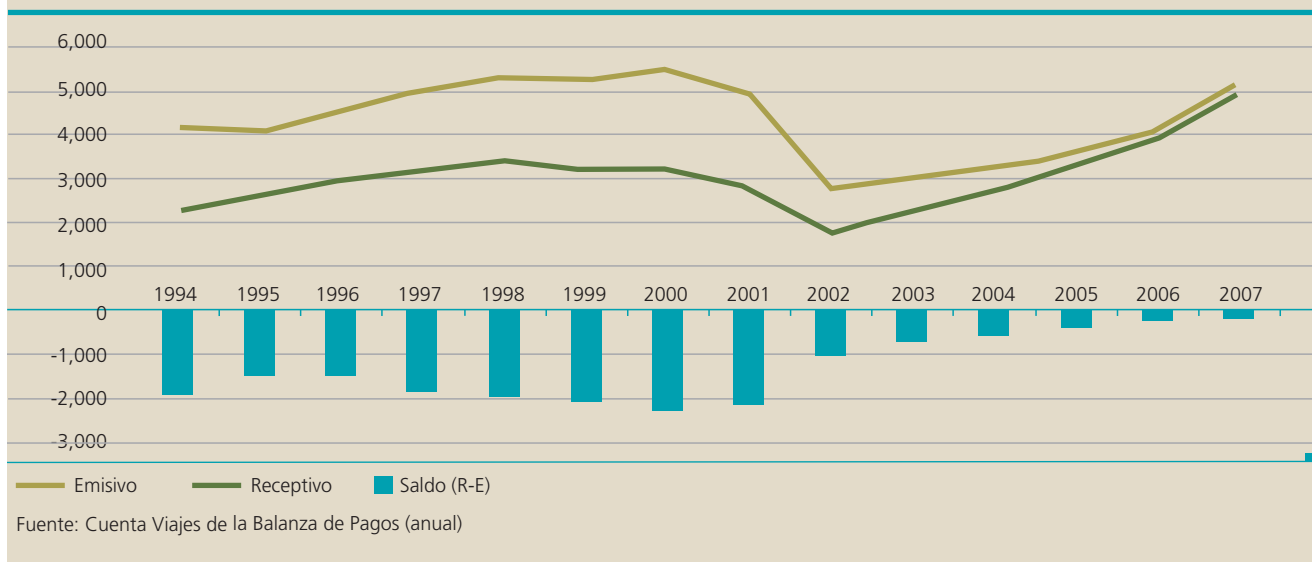
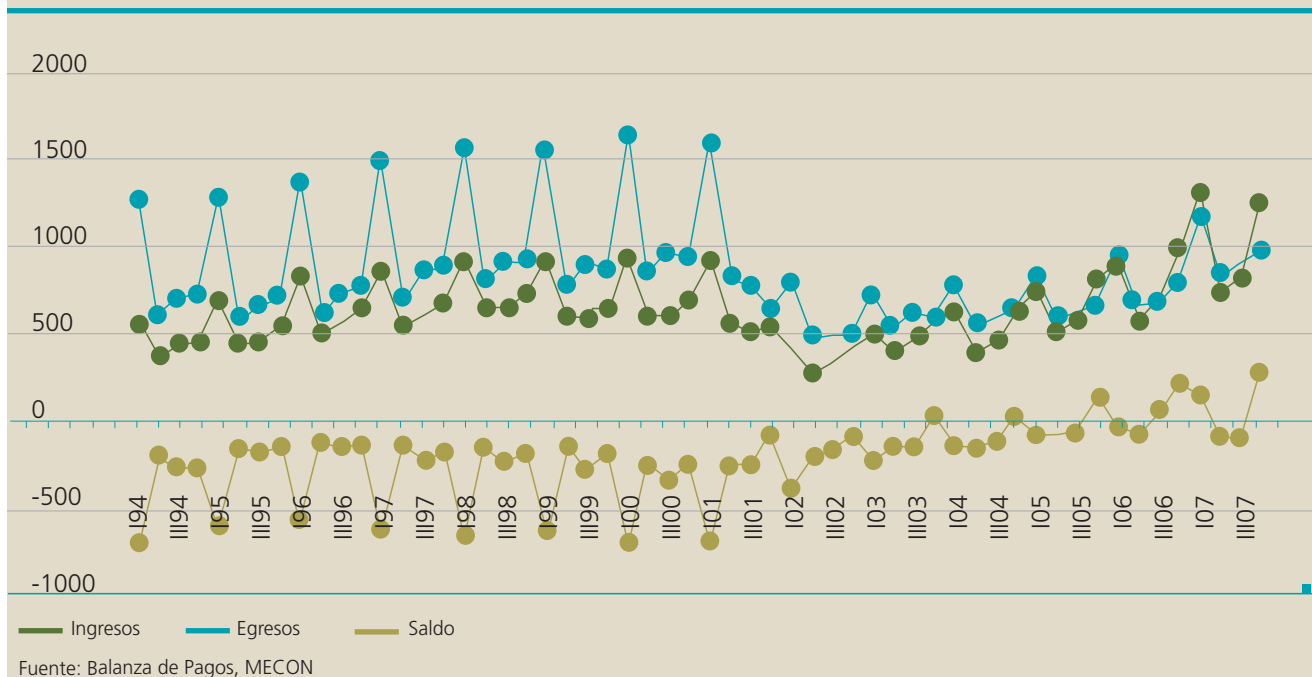


Figura IV.4.4.3
Evolución trimestral del saldo turístico comercial de acuerdo
a la cuenta Viajes de la Balanza de Pagos



Capítulo V

La contribución económica de la Actividad Económica de Turismo y Viajes en Argentina

V.1. La participación de la Actividad Económica de Turismo y Viajes en el PBI

Uno de los objetivos principales de los informes anuales de la Cámara Argentina de Turismo durante los últimos cuatro años ha sido la de medir la participación de la Actividad Económica de Turismo y Viajes en el producto nacional del país. Con este objetivo, en este informe, al igual que en los anteriores, se utiliza el enfoque del **barrido transversal** por todas las

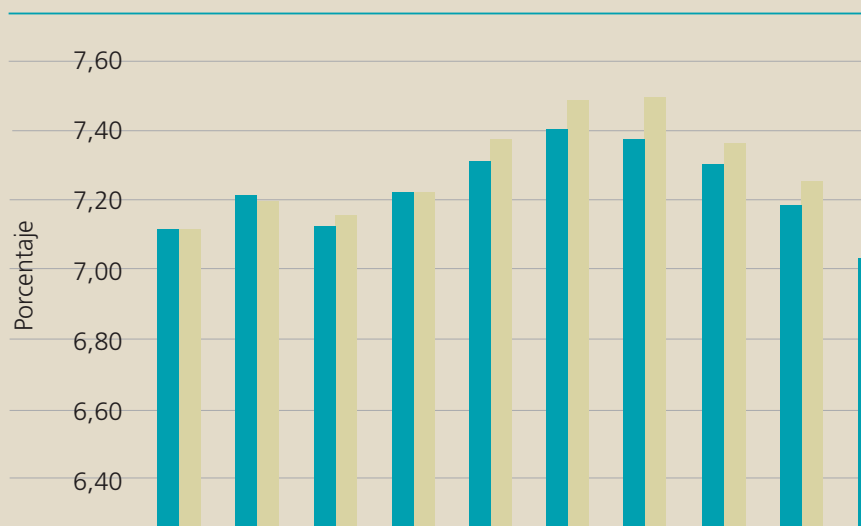
actividades económicas. Para el conjunto de las actividades económicas para las cuales existe información en las Cuentas Nacionales, se analiza cuál es el aporte estimado de la AETV en la generación de valor agregado de las mismas. Así, se consideran actividades como hoteles, por ejemplo, para las cuales se determina que su aporte al turismo es prácticamente total (en particular, se estima que su participación en turismo es del 98%) y se consideran también otras actividades, como enseñanza, cuya participación es muy pequeña (por ejemplo, para este caso, su participación es de solamente 2%). Para algunas de las actividades el aporte se considera nulo. En conjunto se determinaron coeficientes positivos para 12 de las actividades que miden las Cuentas Nacionales.³⁴

En la Tabla V.1.1 se describe el conjunto de coeficientes utilizados para esas 12 actividades. En este trabajo se utilizan los mismos coeficientes usados en los cuatro informes anteriores. Si bien esto permite una comparación interanual más directa, tiene la debilidad de que esos coeficientes -a lo largo del tiempo- pueden estar experimentando cambios. Al mantener constante los coeficientes, la evolución de la participación de la AETV depende de cuánto crezca cada actividad económica. De esta manera, esa participación aumentará cuando las actividades donde el turismo hace un mayor aporte crezcan a un ritmo más alto que el del PBI. Por ejemplo, si la actividad hoteles crece al 12% mientras el PBI lo hace al 8%, la participación en el PBI atribuible a la AETV será mayor.

En este informe, al igual que en los cuatro anteriores, las mediciones se efectúan a precios constantes (1993) y a precios corrientes, debido a que denotan aspectos algo diferentes. El primero tiene que ver con la variación en la cantidad de producto turístico. La Tabla V.1.2 muestra el PBI que genera la AETV en cada actividad económica, así como la participación porcentual en el PBI de la AETV de cada actividad económica, tanto para el año 2007 como para el 2006. Algunas consideraciones sobre esos resultados son las siguientes. Un hecho llamativo es que la participación conjunta de hoteles y restaurantes representa sólo el 11%

del producto turístico total. Sin embargo, esto se debe a que el análisis considera únicamente el valor agregado neto del sector y no el valor agregado bruto que incluye los insumos intermedios. Por su parte, mientras que en el año 2007, el transporte y las actividades inmobiliarias incrementaron su participación en el producto de la AETV, las restantes actividades tuvieron menor o igual participación que el año anterior. Sin embargo, para el conjunto de las actividades, la participación en el PBI de la AETV aumentó ligeramente en el año 2007. Esto quiere decir que en este año la AETV ha crecido a un ritmo algo más alto que el PBI del país,

Figura V.1.1
Participación de la Actividad Económica de Turismo en el PBI a precios corrientes y constantes
Años 1993-2007 / En porcentaje



34. El análisis de los criterios de medición de los coeficientes puede consultarse en CAT (2007). Sin embargo, puede resultar de utilidad ejemplificar para la actividad económica del transporte cómo se efectuó la medición del aporte de la AETV en este caso. La actividad medida por Cuentas Nacionales es transporte, almacenamiento, y comunicaciones. Se comenzó estimando que del total de la misma, la actividad de transporte significaba el 80%. A este porcentaje se le quitó el valor agregado que representaba el transporte de carga, quedando un 40% para el transporte de personas o viajeros. Finalmente, a este porcentaje se le quitó el valor agregado por el transporte de viajeros de áreas urbanas, llegando entonces a estimar el aporte de la AETV al transporte en el 20%, que es el coeficiente que se utiliza en la medición y que aparece en la Tabla V.1.1. Es indudable que ese coeficiente es sólo una aproximación al verdadero aporte de la AETV. Por ejemplo, una parte del transporte de carga puede originarse en el turismo, así como también en comunicaciones y/o almacenamiento puede haber un aporte. En nuestro país, sólo cuando estén completos los estudios para elaborar la Cuenta Satélite de Turismo, tales aproximaciones podrán perfeccionarse.

obteniendo por consiguiente una participación superior en 0,2 puntos a la del año anterior.

El mismo análisis anterior puede realizarse a precios corrientes donde la diferencia principal es que no se considera sólo la evolución en cantidades, sino que se toma en cuenta tanto el efecto cantidad como el efecto precios relativos del turismo en el conjunto de la economía. En la Tabla V.1.3 se puede observar el PBI de la AETV que se genera en cada actividad económica medido a precios corrientes, así

como la participación porcentual de cada actividad económica en ese PBI. A precios corrientes, el PBI de la AETV ha disminuido su participación en el PBI total en 0,05 puntos porcentuales en el año 2007. Esta diferencia de resultados entre la medición a precios constantes y a precios corrientes entre los años 2006 y 2007 se discute a continuación.

La diferencia en la participación en el PBI, según se use precios constantes o corrientes, obedece al efecto cambio en los precios relativos del turismo

Tabla V.1.2
PBI de la Actividad Económica de Turismo y Viajes a precios constantes de 1993 y participación sectorial
Años 2006 y 2007 / En millones de pesos y en porcentaje

Actividad Económica	PBI AETV		Part. en PBI AETV (en %)	
	2006	2007	2006	2007
Actividades primarias y extractivas	460	494	2,03	1,96
Industria manufacturera	2.749	2.960	12,13	11,74
Construcción	830	912	3,66	3,62
Comercio mayorista y minorista y reparaciones	4.990	5.556	22,01	22,04
Hoteles	1.820	1.970	8,03	7,82
Restaurantes, bares y confiterías	622	673	2,74	2,67
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	6.610	7.519	29,16	29,83
Intermediación financiera	437	518	1,93	2,06
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	1.928	2.285	8,50	9,07
Administración pública, defensa y organizaciones extraterritoriales	622	644	2,74	2,56
Enseñanza	284	294	1,25	1,17
Otras actividades de servicios comunitarios sociales y personales	1.319	1.380	5,82	5,48
Total	22.671	25.205	100	100
Participación en el PBI	7,4%	7,6%		

Fuente: Elaboración propia en base a Dirección Nacional de Cuentas Nacionales y CAT (2007)

entre los existentes en el año base (1993) y los existentes en el año de la medición a precios corrientes. Si los precios relativos no se hubieran modificado desde 1993 a la fecha, las dos mediciones darían las mismas participaciones. Pero lo cierto es que como consecuencia de los cambios estructurales a los que estuvo sujeta la economía en los últimos años, esos precios han variado significativamente. Si bien, como fue mencionado anteriormente, el turismo es transable, se trata de un servicio. De este modo, una moneda local depreciada como la actual (en

relación a 1993), hace que se favorezcan los precios relativos de los sectores que producen bienes transables. Esto implica que, sin tener en cuenta los cambios en cantidad (que son incorporados tanto en la medición a precios corrientes como a precios constantes), los precios aumentan menos para el turismo que para el resto de los sectores cuando el peso está depreciado.

En la Figura V.1.1 se muestra el comportamiento de la participación de la AETV durante el período 1993-2007, tanto a precios corrientes como a

Tabla V.1.3

PBI de la Actividad Económica de Turismo y Viajes a precios corrientes y participación sectorial

Años 2006 y 2007 / En millones de pesos y en porcentaje

Actividad Económica	PBI AETV		Part. en PBI AETV (en %)	
	2006	2007	2006	2007
Actividades primarias y extractivas	1.740	2.119	4,14	4,13
Industria manufacturera	6.735	7.944	16,04	15,47
Construcción	1.396	1.853	3,33	3,61
Comercio mayorista y minorista y reparaciones	8.295	10.358	19,76	20,18
Hoteles	4.834	5.906	11,51	11,50
Restaurantes, bares y confiterías	1.141	1.394	2,72	2,72
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	10.713	12.797	25,52	24,93
Intermediación financiera	841	1.090	2,00	2,12
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	2.691	3.341	6,41	6,51
Administración pública, defensa y organizaciones extraterritoriales	1.345	1.740	3,20	3,39
Enseñanza	517	674	1,23	1,31
Otras actividades de servicios comunitarios sociales y personales	1.735	2.124	4,13	4,14
Total	41.984	51.340	100	100
Participación en el PBI	6,99%	6,94%		

Fuente: Elaboración propia en base a Dirección Nacional de Cuentas Nacionales y CAT (2007)

precios constantes. El período analizado aporta información interesante porque, como fue mencionado cuando se realizó la reseña de la evolución macroeconómica de los últimos 18 años, mientras que en la década del noventa hubo una apreciación real del peso (precio relativo alto de los no transables), en los últimos años ha sucedido lo contrario.

Como la base de los precios constantes es el año 1993, los índices de participación sobre el PBI coinciden para este año. Como se dijo, si los precios relativos no hubieran variado durante todo este período, las dos participaciones deberían coincidir para cada año. A partir de ese momento y a lo largo de los años noventa, la participación a precios corrientes supera a la de precios constantes debido a que el efecto del cambio de los precios relativos favorece a los sectores no transables (por la apreciación del peso). En la Figura V.1.2 se observa que, para este período, la variación en los precios implícitos en el PBI para las actividades características del turismo fue del 4,3% mientras que para los sectores restantes que poseen mayores características de transables, se percibe una disminución del 5,3%.

Una vez terminada la convertibilidad, el nuevo modelo económico propone un tipo de cambio alto (depreciación real del peso), favoreciendo el incremento de precios relativos de los sectores transables. De este modo, la relación observada anteriormente se revierte. A partir del año 2002, a precios constantes la AETV posee mayor participación en el PBI que a precios

corrientes, debido a que los precios de las actividades relacionadas con el turismo reaccionaron en menor medida que los precios de otras actividades transables. La brecha debería cerrarse paulatinamente cuando los precios de los bienes no transables ajustan llegando al tipo de cambio real de equilibrio. Esto es lo que sucede en los años 2002-2004. Sin embargo, a partir del año 2005, la brecha que debería tender a cerrarse se amplía, lo cual no es el resultado esperado. Esto se debe a que el incremento en los precios internos de los sectores más característicos del turismo se ve superado por el incremento del precio de transables argentinos (actividades primarias y extractivas), y el de servicios que no son característicos del turismo (educación, administración pública). Los precios, durante el período 2004-2007, subieron 14,6 puntos porcentuales más en las actividades no características del turismo (Figura V.1.2).

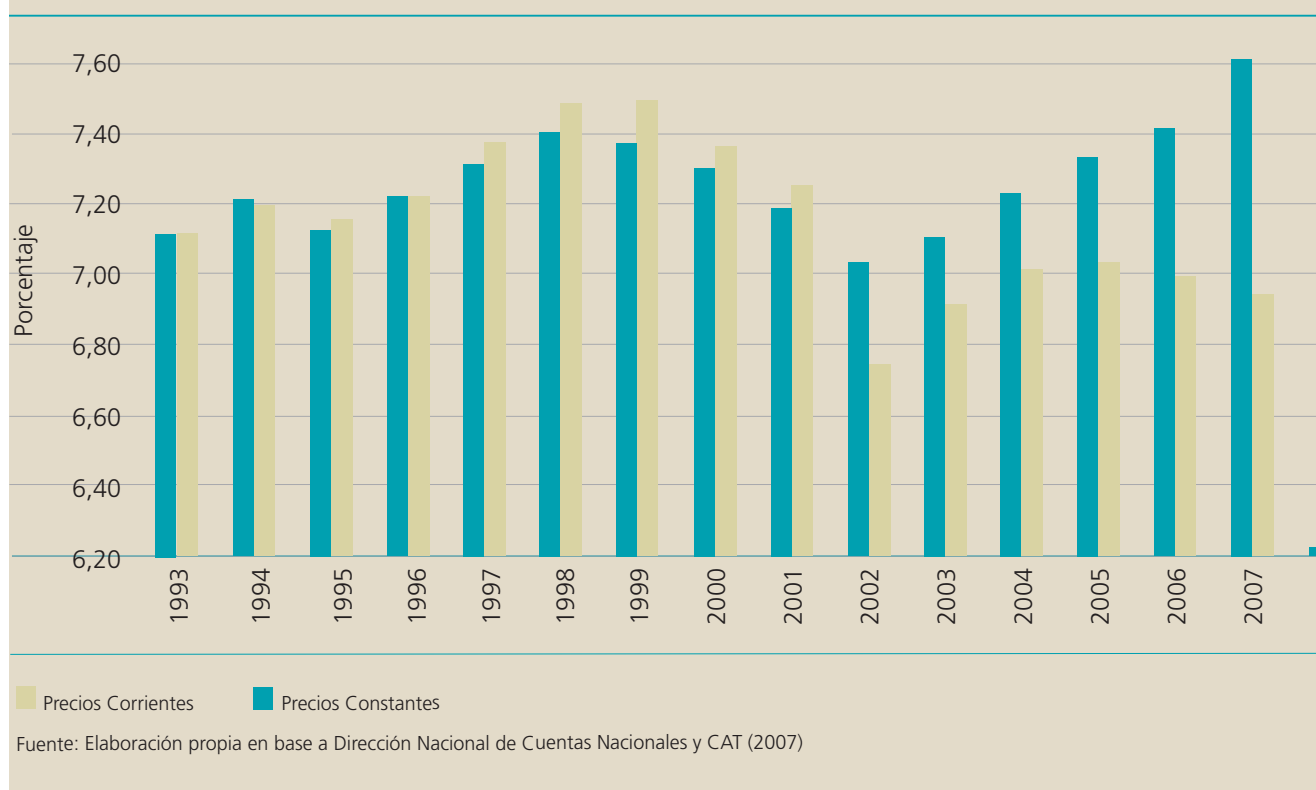
V.2. La Actividad Económica de Turismo y Viajes y los sectores económicos

La Actividad Económica de Turismo y Viajes tiene gran importancia en la generación del PBI argentino, lo cual se ve reflejado en su participación de 7,6%. Resulta interesante indagar acerca de la importancia relativa de la misma respecto a otros sectores eco-

Figura V.1.1

Participación de la Actividad Económica de Turismo y Viajes sobre el PBI a precios corrientes y constantes

Años 1993-2007 / En porcentaje

**Figura V.1.2**

Precios implícitos del PBI según el tipo de actividad

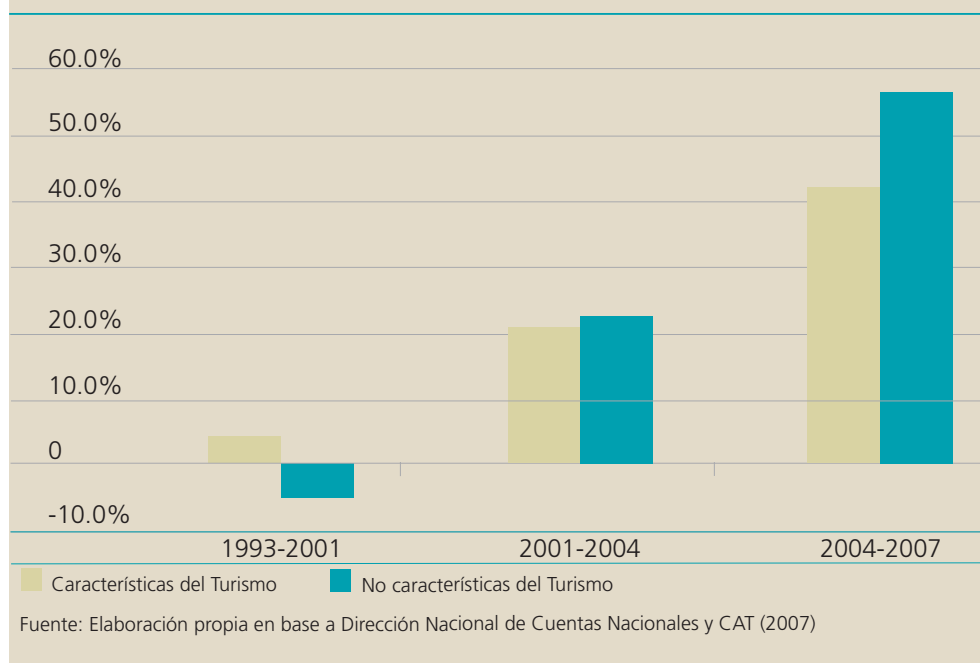
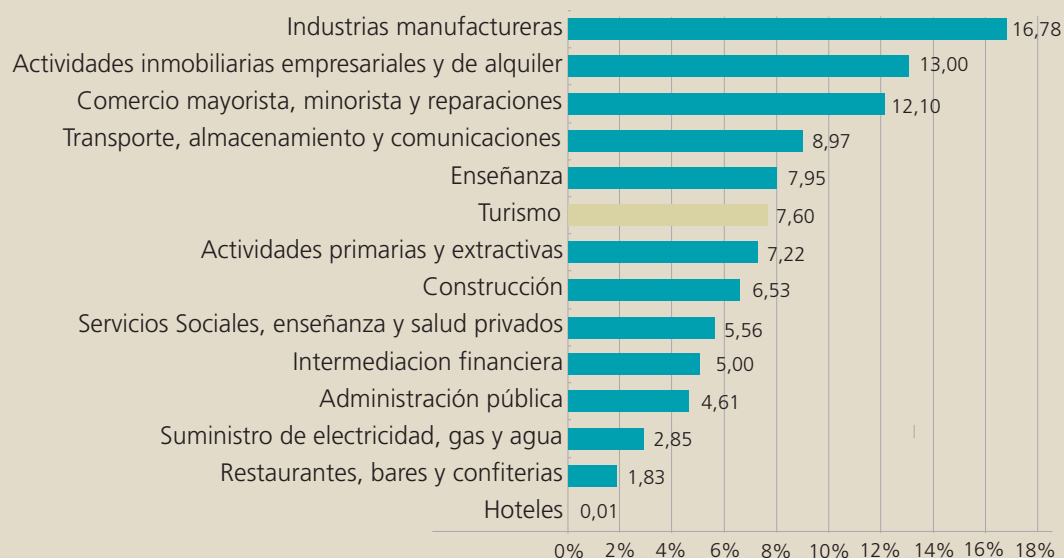


Figura V.2.1

Participación en el PBI por actividad económica a precios constantes de 1993

Año 2007 / En porcentaje



Fuente: Elaboración propia en base a Dirección Nacional de Cuentas Nacionales y CAT (2007)

Figura V.2.2

Participación en el PBI por actividad económica a precios corrientes

Año 2007 / En porcentaje



Fuente: Elaboración propia en base a Dirección Nacional de Cuentas Nacionales y CAT (2007)

nómicos. En las Figuras V.2.1 y V.2.2 se muestra la participación de cada actividad económica en el PBI total, considerando al PBI de cada actividad como neto de lo aportado por la AETV.

La Actividad Económica de Turismo y Viajes aparece como el sexto sector en importancia detrás de la industria manufacturera; las actividades primarias y extractivas; las actividades empresariales, inmobiliarias y de alquiler; el comercio; y la enseñanza. En el caso de las actividades primarias y extractivas, el turismo supera en participación a esta actividad si se conside-

ran precios constantes. Lo contrario sucede con el sector transporte, que tiene mayor participación que la AETV a precios corrientes.

Con el fin de continuar investigando la importancia de la AETV, se realiza un análisis comparativo entre el valor agregado de esta actividad y el de los bloques industriales.³⁵ En la Figura V.2.3 se observa el PBI a precios corrientes de la AETV y de los bloques industriales del Estimador Mensual Industrial. El producto de la AETV es superior al de todos los bloques industriales analizados separadamente.

35. Para calcular el valor de cada bloque se tomó el producto total de la industria manufacturera menos el 5% asignado al turismo, lo cual se distribuyó según los ponderadores del Estimador Mensual Industrial para el año 2007.

Figura V.2.3

Valor agregado a precios corrientes del turismo y de los bloques industriales

Año 2007 / En millones de pesos



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC y Centro de Estudios para la Producción (CEP)

V.3. La participación de la Actividad Económica de Turismo y Viajes en la generación de empleo

El nivel de empleo que genera la AETV puede aproximarse por dos metodologías diferentes. La primera alternativa, y la más utilizada, considera como empleo generado por la AETV todo el existente en las actividades que son previamente definidas como características del turismo, como ser hoteles y servicios de alojamiento, servicios de transporte de pasajeros, servicios de agencias de viaje, etc. Si bien esta metodología es factible desde el punto de vista técnico,³⁶ puede ocasionar dificultades con la forma de separar entre actividades características y no características. Además, en las actividades características, no siempre todo el empleo debe ser asignado a la AETV. Oliva (2007) realizó el cálculo del empleo generado por la AETV usando esta metodología, estimando que el empleo generado por las ramas características del turismo para el año 2006 fue de 956.546. Esta cantidad arrojó una participación para la AETV del 9,7% del total de empleo (9.864.401) en los 31 aglomerados que toma la EPH en Argentina.

La segunda alternativa -utilizada en este informe- es replicar para el caso

del empleo el método del **barrido transversal** utilizado para medir la participación en el PBI, método también usado en los informes anteriores de la CAT. Este método también presenta dificultades, entre ellas, la de extender los mismos coeficientes estimados para medir la participación en el PBI a la medición de la participación en el empleo.

Como ya fue mencionado, el barrido transversal se hace por todas las actividades donde se estima que el turismo tiene influencia, aplicando los coeficientes de participación expuestos anteriormente (Tabla V.1.1) sobre la cantidad de empleos totales de cada actividad.³⁷ De esta manera, el turismo aparece como generando empleo en actividades claramente características como las de hoteles, agencias de viajes, restaurantes, pero también en actividades como comercio, transporte, actividades inmobiliarias, industria, primarias, construcción e incluso la administración pública. En la Tabla V.3.1 se muestra la estimación de la cantidad de empleo generado por la Actividad Económica de Turismo y Viajes. De esta forma se estima que la AETV genera 1.198.366 puestos de trabajo en la Argentina, lo cual representa el 7,2% del empleo total.

Un análisis particularizado sólo para el empleo registrado en el SIJP muestra un crecimiento fuerte en el periodo 2003-2007 (Figura V.3.1). De esta manera, el empleo registrado para la AETV crece cerca de un

36. Utilizando, en el caso de la Argentina, la clasificación de las actividades económicas CAES-MERCOSUR de la EPH.

37. La forma adecuada de realizar este cálculo sería estimar primero la cantidad de empleo total de cada actividad y luego aplicar directamente los coeficientes. Sin embargo, debido a que no se encuentran disponibles las bases usuarias de la EPH para el año 2007, no se puede obtener este dato directamente. Se optó por aproximar la cantidad de empleo generada por la AETV teniendo en cuenta que la relación entre el empleo registrado en el Sistema de Jubilaciones y Pensiones (SIJP) y el empleo total se mantiene para el año 2007 igual a la del año 2006, y que la tasa de informalidad pasó de 41,2% a 39,3% (según estimaciones de la Fundación Mediterránea), por lo que el nivel de formalidad aumentó un 5,6%. Se consideró además que el empleo registrado en el SIJP aumentó en la misma tasa (aunque no son equivalentes debido a la existencia de patronos y cuentapropistas). De esta forma, para calcular, por ejemplo, el empleo generado en actividades primarias y extractivas se realizó el siguiente cálculo:

$$8,062 \times \frac{28,413}{7,688} \times 0,944 = 28.128$$

50%, algo más que el incremento en el empleo registrado del total de la economía. Finalmente, al comparar la AETV con el resto de las actividades económicas (una vez extraído lo referente a turismo), se observa que ocupa el quinto lugar, por encima de las actividades primarias y extractivas, y de la construcción (Figura V.3.2).

V.4.

La participación de la Actividad Económica de Turismo y Viajes en la recaudación fiscal

En la Tabla V.4.1 se muestra un resumen de la recaudación impositiva atribuible a la Actividad Económica de Turismo y Viajes según provenga de impuestos nacionales,

Tabla V.3.1
Empleo generado por la Actividad Económica de Turismo y Viajes
Años 2006 y 2007

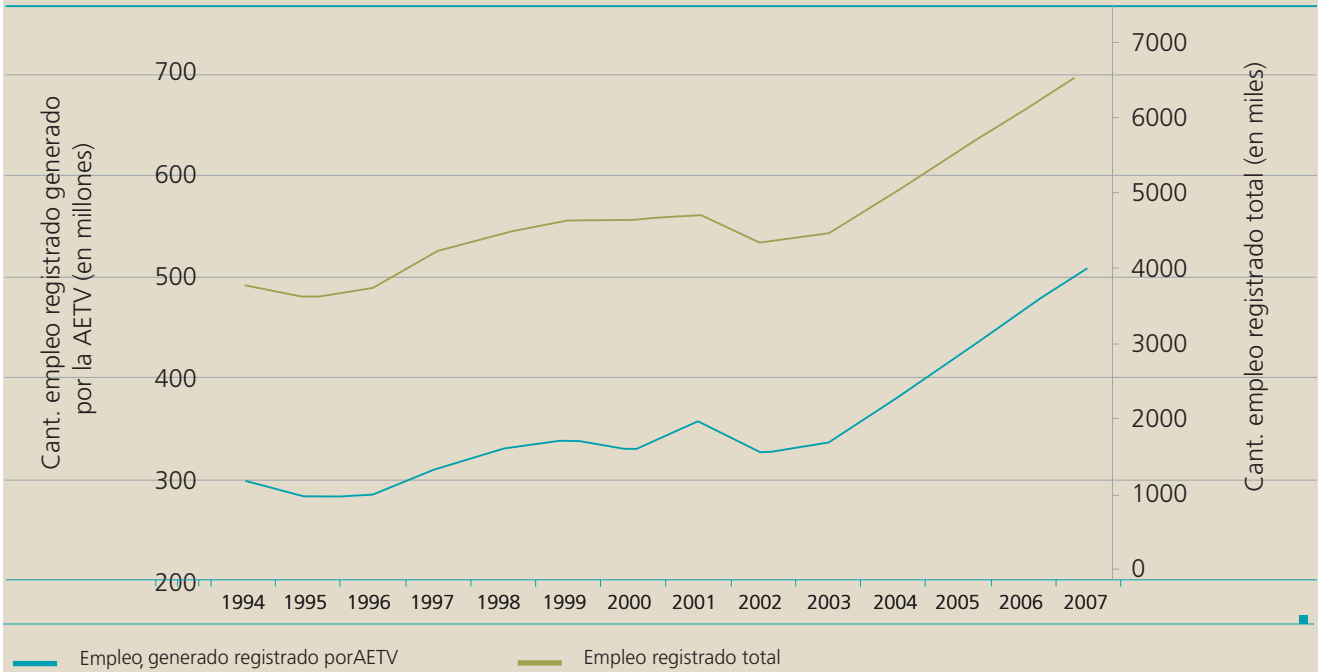
Actividad Económica	Empleo Registrado 2006	Empleo Registrado 2007	Empleo CAT 2006	Total 2007 (en base a CAT 2006)	Participación (en porcentaje)
Actividades primarias y extractivas	7.688	8.062	28.413	28.128	2,3
Industria manufacturera	54.003	57.744	106.954	107.958	9,0
Construcción	14.855	17.215	46.374	50.729	4,2
Comercio mayorista y minorista y reparaciones	103.474	112.638	370.339	380.562	31,8
Hoteles y restaurantes	36.935	40.699	139.710	145.327	12,1
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	88.416	95.682	205.744	210.183	17,5
Intermediación financiera	5.050	5.652	8.514	8.995	0,8
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	66.464	76.119	100.618	108.781	9,1
Administración pública	33.597	37.166	49.056	51.228	4,3
Servicios sociales, enseñanza y salud privados	13.309	14.153	22.534	22.621	1,9
Otras actividades de servicios comunitarios sociales y personales	41.865	43.794	83.278	82.236	6,9
Total turismo	465.657	508.923	1.161.534	1.198.366	
Total empleo	5.175.866	6.724.022	16.273.287	16.647.750	
Participación del turismo	7,54%	7,57%	7,14%	7,20%	

Fuente: Elaboración propia en base a SIJP y CAT (2007)

Figura V.3.1

Evolución del empleo registrado total y el de la Actividad Económica de Turismo y Viajes (en miles)

Años 1994-2007

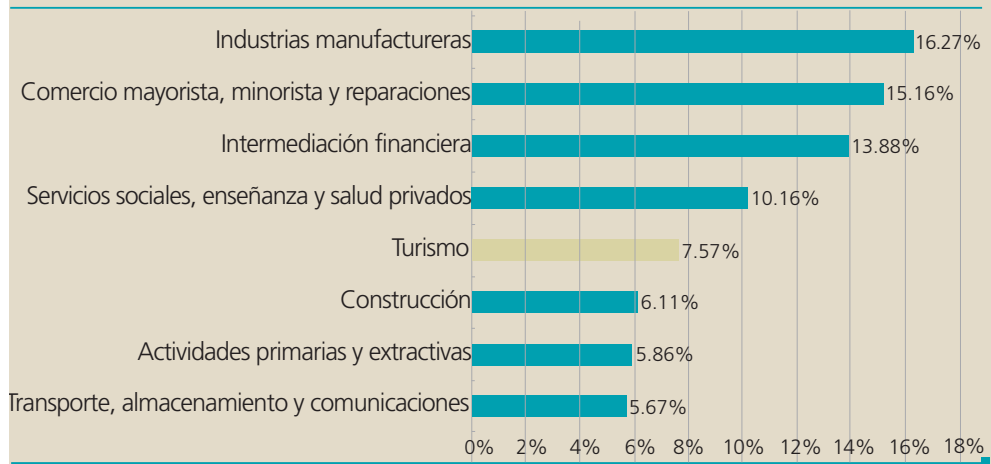


Fuente: Elaboración propia en base a SIJP

Figura V.3.2

Generación de mano de obra registrada por actividades

Año 2007



Fuente: Elaboración propia en base a SIJP

provinciales o contribuciones a la seguridad social.

Se detalla a continuación la metodología de estimación utilizada para cada tipo de impuesto. El IVA se estimó teniendo en cuenta la recaudación en cada rama de actividad. Luego se aplicó el mismo coeficiente que para calcular el PBI de la AETV, lo cual tiene sentido debido a que el PIB del turismo se calculó en base al valor agregado de cada actividad. El impuesto a las ganancias surge de la suma del impuesto a las ganancias sobre sociedades y el impuesto a las ganancias sobre personas físicas. Nuevamente se utilizan los coeficientes utilizados para medir el PBI de la AETV para determinar la recaudación atribuible a la actividad turística. La misma metodología se sigue con el impuesto a la ganancia mínima presunta. Con respecto al impuesto sobre débitos y créditos de cuenta corriente, al no disponer de datos respecto a la recaudación por actividad, se realizó una apertura idéntica a la del IVA. La participación del impuesto a los combustibles, siguiendo el informe del año 2006 de la CAT, se determinó a partir de la información de la participación de los sectores considerados que surge de la MIP 97. Esta participación asciende a 5,7%.³⁸ La contribución del monotributo se estimó a partir de la contribución del ingreso bruto mixto de los sectores Viajes y Turismo, considerado cercano al 10%. Los aportes y contribuciones se estimaron en base a los mismos coeficientes del PBI,

separando primero por actividad. Finalmente, para estimar la recaudación del impuesto inmobiliario se continuó con la metodología de los informes anteriores, deduciendo primero el 24% atribuible a inmobiliario rural y sobre la recaudación restante se estimó (a partir de las declaraciones juradas de la ganancia mínima presunta) que solo el 10% corresponde a actividades comerciales. El impuesto a los ingresos brutos se estimó en base a la contribución de la AETV al PBI total a pesos corrientes (6,99%).

La participación de la AETV en la recaudación impositiva fue del 6,82% del total sin tener en cuenta los impuestos al comercio exterior, descendiendo dicha participación al 5,98% cuando se los tiene en cuenta. La distinción radica en que es imposible detectar el monto de los recursos aduaneros que es atribuible al turismo, ya que los impuestos recaen sobre los bienes sin determinar la actividad a la que pertenecen o si los mismos entran o salen del país porque fueron comprados por turistas o corresponden a exportaciones corrientes. No obstante, una proporción de estos impuestos está realmente determinada por la actividad turística.

38. Este valor pareciera ser relativamente bajo en comparación a la participación del turismo sobre el transporte (20%). Esto se debe a que el transporte de carga y pasajeros pueden computar este impuesto como pago a cuenta del IVA y el impuesto a las ganancias.

Tabla V.4.1

Recaudación impositiva atribuible a la Actividad Económica de Turismo y Viajes

Año 2007 / En millones de pesos

Concepto	Impuestos	Recaudación total 2007	Recaudación AETV 2007	Participación (en porcentaje)
Nacionales	IVA	66.659	4.984,5	7,49
	Ganancias	42.855	2.497,8	5,8
	Ganancia Mínima Presunta	1.299	81,1	6,2
	Cuentas Corrientes Ley 25413	15.065	1.122,3	7,5
	Combustibles	7.466	427,8	5,7
	Bienes Personales	2.492	204,2	8,2
	Monotributo	1.063	106,3	10,0
	Total Impuestos Nacionales	136.899	9.424,0	6,9
	Tot. Imp. Nac. con recursos aduaneros	165.695	9.424,0	5,7
Seguridad social	Contribuciones	25.450	1.791,6	7,0
	Aportes	14.417	982,2	6,8
	Monotributo	750	75,0	10,0
	Total Seguridad Social	40.617	2.848,9	7,0
Provinciales	Inmueble	3.317	23,2	0,7
	Ingresos Brutos	23.880	1.659,7	7,0
	Total Impuestos Provinciales	27.197	1.682,9	6,2
Total recaudación sin recursos aduaneros		204.713	13.955,82	6,82
Total recaudación con recursos aduaneros		233.509	13.955,82	5,98

Fuente: Elaboración propia en base a AFIP

Capítulo VI

Distribución geográfica de la actividad turística en Argentina

En este capítulo el interés se centra en el análisis de la distribución geográfica de la actividad turística en Argentina, un aspecto que se considera importante para la toma de decisiones y la asignación de recursos en el sector. La cuantificación de la actividad turística - a través de, por ejemplo, una aproximación a la distribución de la actividad entre jurisdicciones- es de suma importancia y permite delimitar la potencialidad de las distintas regiones en términos de desarrollo del sector. Si bien no es el objetivo de este trabajo, es posible establecer las pautas para determinar y analizar el grado de "especialización turística" o de "explotación turística" de las jurisdicciones de nuestro país, de modo de poder contar con herramientas que permitan identificar la importancia relativa regional del sector turístico, su caracterización regional, y la elaboración correcta de estrategias y políticas potenciales.³⁹

En primer lugar, se delimita la distribución de la actividad turística del lado de la oferta, teniendo en cuenta la dotación de atractivos y/o recursos turísticos y también algunas medidas indirectas de contribución económica de la actividad. Por un lado, se establece la distribución de los recursos turísticos -en términos de productos turísticos- entre las regiones argentinas según el Plan Federal de Turismo así como la distribución de los recursos turísticos -en términos de categorías- en las provincias argentinas según la metodología de la Organización de Estados Americanos (OEA). Por otro lado, se presenta la cuantificación económica a nivel provincial según datos de producto bruto geográfico (PBG) de acuerdo al Censo Nacional Económico (1994) y de actividad hotelera (SECTUR y Encuesta de Ocupación Hotelera, 2004, 2005 y 2006). En segundo lugar, se presenta la distribución de la actividad de acuerdo

39. La distribución regional a la que se hace referencia a lo largo de este capítulo se refiere a las diferentes regiones dentro del territorio de nuestro país.

a la caracterización de la demanda, tanto del turismo interno como del turismo receptivo. Se releva información que aproxima el comportamiento regional de la demanda de turismo por parte de los residentes utilizando la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (2006) y algunos otros indicadores indirectos. Se utilizan también datos de la Encuesta de Turismo Internacional (2001, 2004-2007) para establecer características de la distribución geográfica de los turistas internacionales: gasto promedio por pernoctación según destino de mayor permanencia visitado en Argentina, estadía promedio según destino visitado en Argentina, etc. En conjunto, estos elementos permiten definir y cuantificar los puntos focales de la industria turística dentro de nuestro país tanto para el mercado local como para el mercado internacional.

VI.1. Distribución de la actividad turística del lado de la oferta

40. La metodología utilizada incluye, dentro de las categorías de atractivos o recursos turísticos, una subclasificación de los mismos en tipos y subtipos que no se presenta en este trabajo.

41. Una vez establecida la categoría del recurso, bien o atractivo turístico, así como sus tipos, subtipos y características, es importante determinar un aspecto adicional: su jerarquía. La especificación de la jerarquía de los recursos consiste en el examen crítico de los atractivos relevantes para establecer su interés turístico sobre bases objetivas y comparables. Por simplicidad, en este trabajo no se hace referencia específica a la jerarquía de los recursos turísticos contabilizados.

VI.1.1. La distribución de los productos turísticos según el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (2005)

El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable realizado para Argentina durante el año 2005 identifica y valora los productos turísticos que caracterizan el mapa argentino, así como su distribu-

ción regional. La Tabla VI.1.1.1 replica esta distribución donde se distinguen como productos turísticos los siguientes:

- sol y playa;
- turismo activo;
- turismo cultural;
- turismo científico;
- turismo de salud;
- turismo deportivo;
- turismo especial.

VI.1.2. La distribución de los recursos turísticos según estimaciones propias (metodología de la OEA)

Identificación e inventario de los recursos turísticos

Con el objetivo de lograr la identificación de los factores y los hechos que explican el surgimiento, desarrollo y crecimiento de destinos y/o centros turísticos del país, se realiza un registro e inventario individualizado de recursos turísticos de las provincias argentinas. Este inventario consiste en la identificación de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de una región o zona determinada. Siguiendo la metodología de la OEA se presenta una clasificación general de los atractivos turísticos en cinco categorías:

- Categoría 1: sitios naturales;
- Categoría 2: museos y manifestaciones culturales e históricas;
- Categoría 3: folklore;
- Categoría 4: realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas;
- Categoría 5: acontecimientos programados.^{40 41}

Tabla VI.1.1.1
Productos turísticos en los principales destinos de Argentina

	Sol y playa	Turismo activo	Turismo Cultural	Turismo Científico	Turismo Salud	Turismo deportivo	Turismo especial	Nacional	Internac.
Ciudad de Buenos Aires	0	1	3	0	2	1	3	•	•
Córdoba, Ciudad y alrededores (Córdoba)	0	0	3	0	2	1	1	•	•
Costa del Río de Uruguay (Entre Ríos)	3	3	2	0	3	2	1	•	
El Calafate- Los Glaciares (Santa Cruz)	0	3	0	1	0	1	1	•	•
Esquel (Chubut)	0	3	2	0	0	1	1	•	•
Esteros de Iberá (Corrientes)	0	3	0	0	0	1	0	•	•
Iguazú (Misiones)	0	3	1	0	0	1	3	•	•
Ischiagualasto-Talampaya (San Juan-La Rioja)	0	3	0	3	0	0	1	•	•
Mar del Plata y Costa Atlántica (Buenos Aires)	3	3	1	0	2	1	2	•	
Mendoza Ciudad y alrededores	0	0	0	0	2	1	1	•	•
Merlo y alrededores (San Luis)	0	3	1	0	1	1	0	•	
Misiones Jesuíticas Guaraníes (Misiones)	0	0	3	2	0	0	1	•	•
Península de Valdés Puerto Madryn (Chubut)	0	3	1	0	0	1	1	•	•
San Carlos de Bariloche (Río Negro)	0	3	2	0	2	3	2	•	•
San Martín de Los Andes Villa La Angostura (Neuquén)	0	3	1	0	2	3	1	•	•
San Salvador de Jujuy Quebrada de Humahuaca (Jujuy)	0	2	3	3	3	1	1	•	•
Salta Ciudad y alrededores (Salta)	0	1	3	0	0	1	1	•	•
Sierras de Córdoba (Córdoba)	3	3	3	0	1	1	1	•	
Sierras de la Ventania Tandilia (Buenos Aires)	0	3	1	0	2	2	1	•	
Termas de Río Hondo (Santiago del Estero)	0	0	1	0	3	1	1	•	
Ushuaia (Tierra del Fuego)	0	3	1	0	0	2	3	•	•
Valles Calchaquíes (Salta y Tucumán)	0	3	3	1	0	0	0	•	•
Yungas (Jujuy, Salta y Tucumán)	0	3	1	1	2	1	0	•	•

Fuente: Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (2005)

Nota: los valores 0, 1, 2 y 3 corresponden al grado de aprovechamiento –de menor a mayor– de los productos turísticos.

Las columnas nacional e internacional hacen referencia al tipo de demanda.

Distribución horizontal de los recursos turísticos ¿Qué recursos turísticos caracterizan a cada una de las provincias argentinas?

La Tabla VI.1.2.1 muestra la distribución de los recursos turísticos según categorías por provincias, lo que permite determinar en cuál o cuáles de los recursos turísticos están “especializadas” las jurisdicciones. Como resulta natural, la mayoría de las provincias presentan una concentración importante de recursos turísticos catalogados bajo las categorías 1 (sitios naturales) y 2 (museos y manifestaciones culturales e históricas). Por ejemplo, la Patagonia es una región dominada por los recursos naturales: aproximadamente el 70% de los recursos turísticos correspondientes a cada una de las provincias de la región pertenecen a esta categoría. En cambio, en la Ciudad de Buenos Aires casi el 65% de los recursos corresponde a la categoría de museos y manifestaciones culturales e históricas. Los datos correspondientes a la provincia de Córdoba muestran también, aunque no en forma tan marcada como las anteriores, el predominio de recursos naturales y recursos históricos (aproximadamente el 50% y el 33%, respectivamente). En la región Litoral y Cuyo la distribución horizontal de recursos es relativamente homogénea entre estas dos categorías. En algunas provincias se destaca la participación de la categoría de acontecimientos programados: Entre Ríos y Formosa con 30% de sus recursos caracterizados de este modo. Por el contrario, la participa-

ción del resto de las categorías (folklore y realizaciones científicas, etc.) no es, en general, significativa.

Distribución vertical de los recursos turísticos ¿Cómo es la distribución de cada categoría de recursos turísticos entre las provincias argentinas?

A continuación se presenta la distribución vertical de los recursos turísticos según categorías para el total del país y un índice de distribución de los recursos que muestra otra aproximación a la distribución vertical de los recursos entre jurisdicciones (índice promedio base 100). Una vez establecida la distribución de los recursos turísticos entre categorías dentro de una misma provincia, la distribución vertical permite determinar cómo está posicionada cada provincia en relación a las demás (Tablas VI.1.2.2 y VI.1.2.3).

Algunos datos interesantes surgen de esta clasificación. La Provincia de Buenos Aires presenta un índice mayor a 100 para todas las categorías de recursos, destacándose los valores correspondientes a sitios naturales y acontecimientos programados. En términos regionales, en algunos casos, la composición intrarregional es homogénea: por ejemplo, la región Patagonia presenta un índice mayor a 100 en la categoría de sitios naturales (Neuquén: 199; Río Negro y Chubut: 145); y las regiones Buenos Aires y Centro, y la Ciudad de Buenos Aires en la categoría de manifestaciones culturales e históricas (Provincia de Buenos Aires:

410, Ciudad de Buenos Aires: 228, y Córdoba: 161). En otros casos la composición intrarregional es extremadamente diferente: mientras que

Corrientes presenta un índice mayor a 370 en la categoría folklore, Santa Fe -dentro de la misma región- presenta un valor de 20 (Tabla VI.1.2.3).

Tabla VI.1.2.1

Distribución horizontal de los recursos turísticos según categorías por provincias

En porcentaje

Jurisdicción	Sitios naturales	Museos y manifestaciones culturales	Folklore	Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	Acontecimientos programados	Total
Ciudad de Buenos Aires	10,45	63,43	7,46	11,94	6,72	100,00
Buenos Aires	58,33	24,52	2,56	3,53	11,06	100,00
Catamarca	30,61	42,86	10,20	4,08	12,24	100,00
Córdoba	46,96	33,15	3,87	7,18	8,84	100,00
Corrientes	30,22	39,01	10,44	4,40	15,93	100,00
Chaco	42,65	26,47	7,35	10,29	13,24	100,00
Chubut	70,97	12,90	0,81	4,84	10,48	100,00
Entre Ríos	39,46	25,17	2,72	6,12	26,53	100,00
Formosa	38,71	16,13	12,90	3,23	29,03	100,00
Jujuy	33,33	37,93	3,45	6,90	18,39	100,00
La Pampa	73,68	18,42	2,63	2,63	2,63	100,00
La Rioja	39,13	47,83	1,09	4,35	7,61	100,00
Mendoza	43,44	36,89	2,46	10,66	6,56	100,00
Misiones	43,41	24,03	3,88	10,08	18,60	100,00
Neuquen	70,83	13,69	3,57	5,36	6,55	100,00
Río Negro	64,93	8,21	7,46	8,96	10,45	100,00
Salta	37,89	43,16	4,21	10,53	4,21	100,00
San Juan	60,92	27,59	1,15	5,75	4,60	100,00
San Luis	44,93	46,38	2,90	2,90	2,90	100,00
Santa Cruz	71,59	17,05	3,41	5,68	2,27	100,00
Santa Fe	30,83	43,33	0,83	9,17	15,83	100,00
Sgo, Del Estero	39,02	31,71	9,76	7,32	12,20	100,00
Tucumán	25,93	51,85	1,85	11,11	9,26	100,00
Tierra del Fuego	64,06	12,50	1,56	7,81	14,06	100,00
Total	48,17	30,03	4,10	6,42	11,29	100,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla VI.1.2.2

Distribución vertical de las categorías de recursos turísticos en las provincias argentinas

En porcentaje

Jurisdicción	Sitios naturales	Museos y manifestaciones culturales	Folklore	Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	Acontecimientos programados	Total
Ciudad de Buenos Aires	0,98	9,51	8,20	8,38	2,68	4,50
Buenos Aires	25,38	17,11	13,11	11,52	20,54	20,96
Catamarca	2,09	4,70	8,20	2,09	3,57	3,29
Córdoba	5,93	6,71	5,74	6,81	4,76	6,08
Corrientes	3,84	7,94	15,57	4,19	8,63	6,11
Chaco	2,02	2,01	4,10	3,66	2,68	2,28
Chubut	6,14	1,79	0,82	3,14	3,87	4,17
Entre Ríos	4,04	4,14	3,28	4,71	11,61	4,94
Formosa	0,84	0,56	3,28	0,52	2,68	1,04
Jujuy	2,02	3,69	2,46	3,14	4,76	2,92
La Pampa	1,95	0,78	0,82	0,52	0,30	1,28
La Rioja	2,51	4,92	0,82	2,09	2,08	3,09
Mendoza	3,70	5,03	2,46	6,81	2,38	4,10
Misiones	3,91	3,47	4,10	6,81	7,14	4,33
Neuquen	8,30	2,57	4,92	4,71	3,27	5,64
Río Negro	6,07	1,23	8,20	6,28	4,17	4,50
Salta	2,51	4,59	3,28	5,24	1,19	3,19
San Juan	3,70	2,68	0,82	2,62	1,19	2,92
San Luis	2,16	3,58	1,64	1,05	0,60	2,32
Santa Cruz	4,39	1,68	2,46	2,62	0,60	2,96
Santa Fe	2,58	5,82	0,82	5,76	5,65	4,03
Sgo, Del Estero	1,12	1,45	3,28	1,57	1,49	1,38
Tucumán	0,98	3,13	0,82	3,14	1,49	1,81
Tierra del Fuego	2,86	0,89	0,82	2,62	2,68	2,15
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla VI.1.2.3

Índice de distribución de las categorías de recursos turísticos en las provincias argentinas

En porcentaje

Jurisdicción	Sitios naturales	Museos y manifestaciones culturales	Folklore	Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	Acontecimientos programados	Total
Ciudad de Buenos Aires	23,43	228,19	196,72	201,05	64,29	108,03
Buenos Aires	609,21	410,74	314,75	276,44	492,86	503,06
Catamarca	50,21	112,75	196,72	50,26	85,71	79,01
Córdoba	142,26	161,07	137,70	163,35	114,29	145,92
Corrientes	92,05	190,60	373,77	100,52	207,14	146,72
Chaco	48,54	48,32	98,36	87,96	64,29	54,82
Chubut	147,28	42,95	19,67	75,39	92,86	99,97
Entre Ríos	97,07	99,33	78,69	113,09	278,57	118,51
Formosa	20,08	13,42	78,69	12,57	64,29	24,99
Jujuy	48,54	88,59	59,02	75,39	114,29	70,14
La Pampa	46,86	18,79	19,67	12,57	7,14	30,63
La Rioja	60,25	118,12	19,67	50,26	50,00	74,17
Mendoza	88,70	120,81	59,02	163,35	57,14	98,35
Misiones	93,72	83,22	98,36	163,35	171,43	104,00
Neuquen	199,16	61,74	118,03	113,09	78,57	135,44
Río Negro	145,61	29,53	196,72	150,79	100,00	108,03
Salta	60,25	110,07	78,69	125,65	28,57	76,59
San Juan	88,70	64,43	19,67	62,83	28,57	70,14
San Luis	51,88	85,91	39,34	25,13	14,29	55,63
Santa Cruz	105,44	40,27	59,02	62,83	14,29	70,94
Santa Fe	61,92	139,60	19,67	138,22	135,71	96,74
Sgo. Del Estero	26,78	34,90	78,69	37,70	35,71	33,05
Tucumán	23,43	75,17	19,67	75,39	35,71	43,53
Tierra del Fuego	68,62	21,48	19,67	62,83	64,29	51,60

Fuente: Elaboración propia

VI.1.3.

La distribución de la Actividad Económica de Turismo y Viajes: producción turística, hoteles, y sistemas de aeropuertos

VI.1.3.1.

La distribución de la Actividad Económica de Turismo y Viajes según el Censo Nacional Económico (1994)

En esta sección el objetivo es lograr una aproximación a la distribución de la actividad turística -en términos de producción turística- entre las provincias argentinas (y la Ciudad de Buenos Aires). A partir de esta determinación, y junto con la distribución de productos turísticos según el Plan Federal de Turismo o el inventario de recursos turísticos, se pueden obtener instrumentos para identificar la potencialidad de las distintas regiones en términos de desarrollo y crecimiento del sector. La estimación de la producción turística consiste en obtener una medida de la contribución del sector a las economías provinciales en base a la construcción de un indicador que considera algunas actividades del sector servicios del Censo Nacional Económico (1994). Se utilizaron cuatro actividades como parte de la producción turística:

- actividades relacionadas con el alojamiento: hoteles, campamentos y otros tipos de hospedaje temporal;
- actividades relacionadas con la alimentación: restaurantes, bares y cantinas;

- actividades de transporte: otras actividades de transporte complementarias;
- actividades de atención al turista: actividades de agencias de viajes y organizadores de viajes; actividades de asistencia a turistas no especificadas en otra parte.⁴²

La Tabla VI.1.3.1.1 presenta mediciones alternativas de la producción turística por jurisdicciones. Las estimaciones se realizaron en base a la suma del valor agregado bruto y a la suma de los puestos de trabajo ocupados en cada una de las actividades -para cada una de las jurisdicciones- con el objetivo de obtener una medida de la contribución económica de la actividad. Los resultados indican una gran concentración de la actividad, en términos de valor agregado, en la Ciudad de Buenos Aires en primer lugar (67%), seguida por la Provincia de Buenos Aires (15,6%), y luego las Provincias de Córdoba y Santa Fe, con participaciones notablemente menores (aproximadamente 3,5%). En términos de puestos de trabajo ocupados, las participaciones relativas más importantes son nuevamente las de la Ciudad de Buenos Aires (28,5%) y la de la Provincia de Buenos Aires (26,8%) pero con valores mucho más homogéneos entre ellas. Se destacan también Córdoba (10%) y Santa Fe (8,92%).

VI.1.3.2.

Distribución de la Actividad Económica de Turismo y Viajes según oferta hotelera

Uno de los indicadores más representativos del lado de la oferta de la

42. Con el objetivo de lograr una primera aproximación a la distribución regional de la actividad turística, en este capítulo se presenta la producción turística regional de Argentina de manera muy simplificada y computando algunas actividades de servicios dentro del Censo Nacional Económico (1994). Esta medición regional podrá ser actualizada cuando se encuentre disponible la información del Censo Nacional Económico realizado durante el año 2004. En un contexto ideal y con las limitaciones específicas del caso, la información provista por el Censo debería permitir replicar -a nivel provincial- la metodología de estimación de la contribución de la AETV al PBI especificada en el capítulo V.

AETV y, en particular, de la planta turística, es el número de alojamientos hoteleros y parahoteleros en las distintas provincias y regiones del

país. En esta sección se presenta, en primer lugar, la evolución de la oferta hotelera correspondiente al total del país en el período 1998-2006; y,

Tabla VI.1.3.1.1

Aproximación al PBI turístico. Provincias y Ciudad de Buenos Aires

Año 1994 / En porcentaje

Jurisdicciones	Participación relativa PBI turístico - Puestos de trabajo ocupados	Participación relativa PBI turístico - Valor agregado
Región Norte		
Jujuy	0,95	0,25
Salta	1,25	0,47
Tucumán	2,99	1,79
Sgo, del Estero	1,00	0,31
Catamarca	0,59	0,19
Ciudad de Bs As	28,54	66,91
Buenos Aires	26,87	15,60
Región Patagonia		
La Pampa		
Neuquén	1,54	0,54
Río Negro	2,49	0,94
Chubut	1,09	0,43
Santa Cruz	1,08	0,33
Tierra del Fuego	0,61	0,24
Región Centro		
Córdoba	9,91	3,66
Región Litoral		
Santa Fe	8,72	3,58
Corrientes	1,32	0,48
Entre Ríos	2,50	1,06
Misiones	1,74	0,71
Chaco	1,61	0,58
Formosa	0,34	0,10
Región Cuyo		
Mendoza	1,97	0,86
San Luis	1,11	0,44
San Juan	0,85	0,24
La Rioja	0,39	0,13

Fuente: Elaboración propia en base a Censo Nacional Económico (1994)

en segundo lugar, se describe su distribución por jurisdicciones.

Evolución de la oferta hotelera en Argentina: 1998-2006

La Tabla VI.1.3.2.1 y la Figura VI.1.3.2.1 presentan la evolución de la cantidad total de establecimientos de alojamiento para el periodo comprendido entre 1998 y 2006, así como también su variación interanual. La cantidad de establecimientos se ha incrementado continuamente a través del tiempo, contando con más de 6.700 establecimientos en 1998 y aproximadamente 10.100 en el año 2006. Sin embargo, el incremento interanual es muy desparejo en el periodo, presentando picos de crecimiento en términos de cantidad, principalmente entre los años 1999 y 2000 (6%), entre los años 2003 y 2004, y entre los años 2004 y 2005 (aproximadamente 8,5%).

Distribución y dinámica de la oferta de alojamiento por jurisdicciones: 2002 y 2006

En esta sección se presenta la información de la oferta de alojamiento según su distribución por jurisdicciones entre el año 2002 y el año 2006, donde se distingue la oferta hotelera de la oferta de otro tipo de alojamientos. Se observa un aumento en el número absoluto de establecimientos: de aproximadamente 7.500 establecimientos en el año 2002 a más de 10.000 en el año 2006. Para el total del país, entre el 36% (2002) y el 42% (2006) de los alojamientos corresponden al sector hotelero y los restantes a otros tipos de alojamientos. Esta distribución

entre tipos de alojamientos es relativamente homogénea entre jurisdicciones, destacándose La Pampa con la misma tendencia pero con valores más extremos (aproximadamente el 11% de sus establecimientos son del rubro hotelero y los restantes 89% corresponden a otro tipo de alojamientos) y, en el otro extremo, Santiago del Estero con entre un 60% y un 70% de hoteles. Analizar el por qué de las distintas estructuras en los tipos de alojamiento entre provincias puede ser una herramienta interesante para generar diagnósticos y alternativas de acción (Tabla VI.1.3.2.2 y Figuras VI.1.3.2.2 y VI.1.3.2.3).

Si bien la oferta hotelera se ha incrementado significativamente en todo el territorio nacional entre 2002 y 2006, se destaca con una sobresaliente performance la región Patagonia cuya oferta hotelera ha aumentado cerca de un 62%, impulsado esto por las provincias de Tierra del Fuego y Santa Cruz con incrementos de 186% y 116%, respectivamente (Tablas VI.1.3.2.2 y VI.1.3.2.3).⁴³ Esta dinámica de los últimos años le ha otorgado a la región un aumento en su participación relativa en la oferta hotelera del total del país con respecto al resto de las regiones (Figura VI.1.3.2.3). Los datos muestran que en el año 2006 la Patagonia posee el 23% de los establecimientos de alojamiento del país; el 30% corresponde a la región de Buenos Aires; Centro y Litoral participan un 14% cada una, y Cuyo y Norte un 9% cada una. Es importante destacar que, si bien en todas las regiones ha aumentado la oferta de alojamiento en valores absolutos en estos

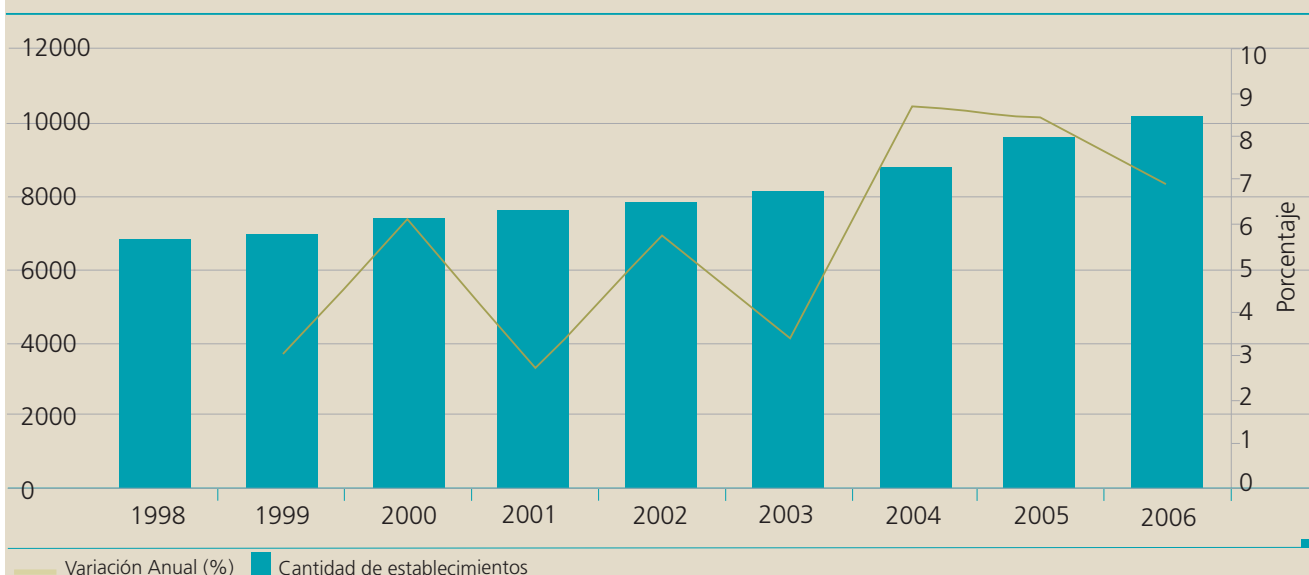
43. Es interesante notar que la variación en la oferta de alojamiento no es homogénea entre los distintos tipos: mientras que Tierra del Fuego experimenta un aumento notable en las "otras formas de alojamiento" (240% versus 95%), Santa Cruz es receptora de un mayor aumento en la oferta hotelera (390% versus 40%).

Tabla VI.1.3.2.1
Evolución de la oferta hotelera y
parahotelera en Argentina
Años 1998-2006

Período	Cantidad de establecimientos	Variación Anual (en porcentaje)
1998	6.767	
1999	6.970	3,00
2000	7.398	6,14
2001	7.597	2,69
2002	7.822	5,73
2003	8.088	3,40
2004	8.796	8,75
2005	9.538	8,44
2006	10.146	6,90

Fuente: Organismos Provinciales y Municipales de Turismo

Figura VI.1.3.2.1
Evolución de la oferta hotelera y parahotelera en Argentina
Años 1998-2006



Fuente: Organismos Provinciales y Municipales de Turismo

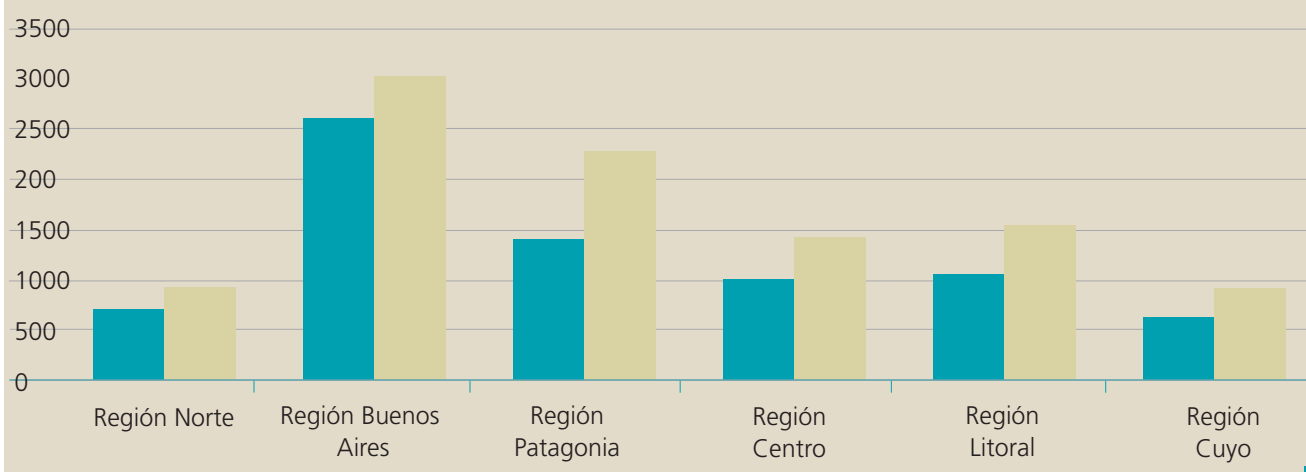
Tabla VI.1.3.2.2
Oferta de alojamiento (hoteles y otros) en las provincias argentinas
Años 2002 y 2006

Regiones/Provincias	Año 2002				Año 2006					
	Hotelero	Participación	Otras	Participación	Total	Hotelero	Participación	Otras	Participación	Total
Total País	2.707	36,42	4.726	63,58	7.433	4.302	42,40	5.844	57,60	10.146
Región Norte	257	36,61	445	63,39	702	404	43,49	525	56,51	929
Jujuy	27	25,00	81	75,00	108	37	24,03	117	75,97	154
Salta	47	26,11	133	73,89	180	136	42,90	181	57,10	317
Tucumán	40	42,11	55	57,89	95	48	41,38	68	58,62	116
S, del Estero	129	60,00	86	40,00	215	152	69,72	66	30,28	218
Catamarca	14	13,46	90	86,54	104	31	25,00	93	75,00	124
Región Buenos Aires	1.202	46,23	1.398	53,77	2.600	1.758	57,91	1.278	42,09	3.036
Buenos Aires	1.202	46,23	1.398	53,77	2.600	1.758	57,91	1.278	42,09	3.036
Región Patagonia	294	20,73	1.124	79,27	1.418	624	27,20	1.670	72,80	2.294
La Pampa	13	11,21	103	88,79	116	14	11,20	111	88,80	125
Neuquén	80	24,24	250	75,76	330	134	28,63	334	71,37	468
Río Negro	94	18,65	410	81,35	504	172	23,66	555	76,34	727
Chubut	46	20,35	180	79,65	226	72	17,69	335	82,31	407
T, del Fuego	23	35,94	41	64,06	64	45	24,59	138	75,41	183
Sta Cruz	38	21,35	140	78,65	178	187	48,70	197	51,30	384
Región Centro	460	45,01	562	54,99	1.022	642	44,83	790	55,17	1.432
Córdoba	460	45,01	562	54,99	1.022	642	44,83	790	55,17	1.432
Región Litoral	301	28,42	758	71,58	1.059	515	33,46	1.024	66,54	1.539
Sta Fé	84	49,12	87	50,88	171	144	69,23	64	30,77	208
Corrientes	69	25,27	204	74,73	273	83	29,12	202	70,88	285
Chaco	26	37,14	44	62,86	70	40	44,44	50	55,56	90
Misiones	37	28,91	91	71,09	128	51	32,69	105	67,31	156
Entre Ríos	74	20,16	293	79,84	367	166	22,13	584	77,87	750
Formosa	11	22,00	39	78,00	50	31	62,00	19	38,00	50
Región Cuyo	193	30,54	439	69,46	632	359	39,19	557	60,81	916
Mendoza	108	44,26	136	55,74	244	204	49,16	211	50,84	415
La Rioja	13	22,81	44	77,19	57	47	48,96	49	51,04	96
San Juan	19	19,79	77	80,21	96	41	24,85	124	75,15	165
San Luis	53	22,55	182	77,45	235	67	27,92	173	72,08	240

Fuente: Organismos Provinciales y Municipales de Turismo

Figura VI.1.3.2.2

Oferta de alojamiento (hoteles y otros) por regiones en Argentina
Años 2002 y 2006

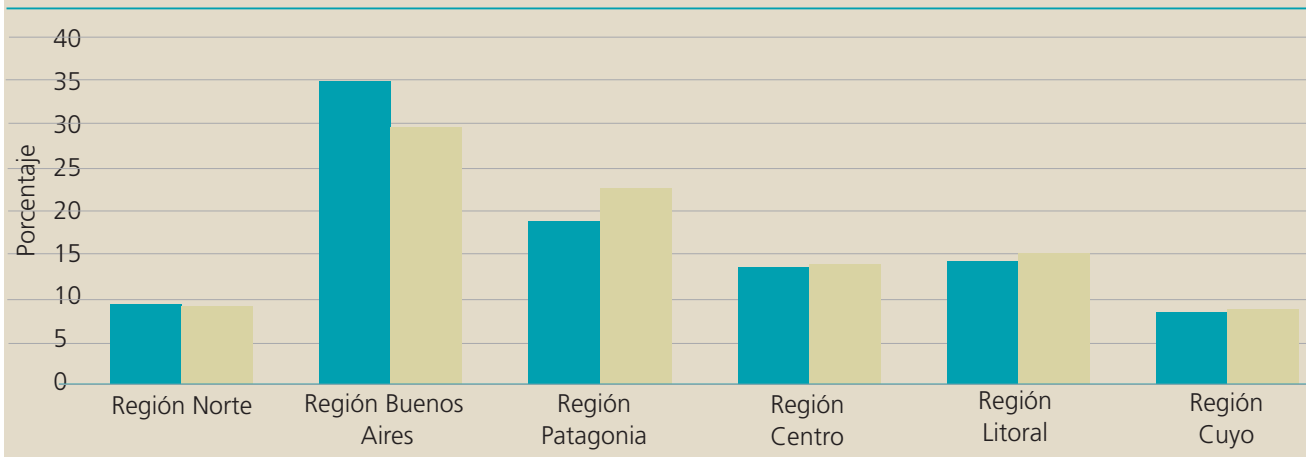


■ 2002 ■ 2006

Fuente: Organismos Provinciales y Municipales de Turismo

Figura VI.1.3.2.3

Participación de las regiones de Argentina en la oferta total de alojamiento
Años 2002 y 2006



■ 2002 ■ 2006

Fuente: Organismos Provinciales y Municipales de Turismo

Tabla VI.1.3.2.3

Variación porcentual en la oferta de alojamiento
en las provincias argentinas

Años 2002 y 2006

Regiones/Provincias	2002-2006		
	Hotelero	Otras	Total
Total País	58,92	23,66	36,50
Región Norte	57,20	17,98	32,34
Jujuy	37,04	44,44	42,59
Salta	189,36	36,09	76,11
Tucumán	20,00	23,64	22,11
S, del Estero	17,83	-23,26	1,40
Catamarca	121,43	3,33	19,23
Región Buenos Aires	46,26	-8,58	16,77
Buenos Aires	46,26	-8,58	16,77
Región Patagonia	112,24	48,58	61,78
La Pampa	7,69	7,77	7,76
Neuquén	67,50	33,60	41,82
Río Negro	82,98	35,37	44,25
Chubut	56,52	86,11	80,09
T, del Fuego	95,65	236,59	185,94
Sta Cruz	392,11	40,71	115,73
Región Centro	39,57	40,57	40,12
Córdoba	39,57	40,57	40,12
Región Litoral	71,10	35,09	45,33
Sta Fé	71,43	-26,44	21,64
Corrientes	20,29	-0,98	4,40
Chaco	53,85	13,64	28,57
Misiones	37,84	15,38	21,88
Entre Ríos	124,32	99,32	104,36
Formosa	181,82	-51,28	0,00
Región Cuyo	86,01	26,88	44,94
Mendoza	88,89	55,15	70,08
La Rioja	261,54	11,36	68,42
San Juan	115,79	61,04	71,88
San Luis	26,42	-4,95	2,13

Fuente: Organismos Provinciales y Municipales de Turismo

últimos años, la región Buenos Aires ha perdido participación en la oferta total en manos principalmente, como fue mencionado anteriormente, de la región Patagonia. Entre los años 2002 y 2006, Buenos Aires pierde un 5% de participación en la oferta hotelera total, de los cuales la Patagonia se apodera del 4% y el Litoral del 1% restante.⁴⁴

Distribución de la actividad turística según movimientos aéreos

La estructura y composición regional del mapa de los servicios de aeronavegación de Argentina puede resultar un indicador adicional para identificar factores que influyen sobre la distribución geográfica de la actividad turística. En la Tabla VI.1.3.2.4 se enumeran las ciudades que poseen aeropuertos, el carácter de los aeropuertos (nacionales y/o internacionales), la distancia de cada una de las ciudades a la Ciudad de Buenos Aires (Aeroparque y/o Ezeiza), el tiempo promedio de duración de los vuelos, y las frecuencias de los vuelos.

VI.2. La distribución de la Actividad Económica de Turismo y Viajes del lado de la demanda

VI.2.1. La distribución geográfica de la demanda de turismo interno

En esta sección se presenta información que permite aproximar cómo es

una posible distribución de la demanda de turismo de residentes entre las jurisdicciones argentinas. Se utiliza información de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (2006), la Encuesta de Ocupación Hotelera (2006), y la Secretaría de Transporte.

La demanda de turismo en las regiones argentinas según la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (2006)

La Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (2006) presenta información del número de viajes y de pernoctaciones distribuidos por regiones dentro del país (Tabla VI.2.1.1). En la región Buenos Aires se concentra el mayor número de viajeros y pernoctaciones (aproximadamente 40%). Luego, siguen en importancia la región Centro, Litoral y Norte. La Ciudad de Buenos Aires tiene una participación importante: 4,65% de los viajeros y 3,66% de las pernoctaciones.

Pernoctaciones según la Encuesta de Ocupación Hotelera (2006)

La EOH (2006) muestra la distribución regional de las pernoctaciones de residentes (y no residentes) dentro de las regiones de nuestro país (Tabla VI.2.1.2 y Figura VI.2.1.1). El dato más interesante es la relación entre residentes y no residentes para la Ciudad de Buenos Aires con respecto al resto de las regiones. Mientras que en todas las regiones, el porcentaje de pernoctaciones de los residentes supera el 70% (siendo en la Región Buenos Aires igual a casi el 98%), la participación entre residentes y no residentes

44. Deben mencionarse algunas aclaraciones en relación a los datos:

i) en los valores presentados para el año 2002, algunas provincias presentan la actualización hasta el año 2001 (Tucumán, Santiago del Estero, Santa Fe y Chubut), mientras que las otras provincias presentan información hasta octubre del 2002;

ii) los datos presentados para el año 2006 están desagregados, a diferencia de los correspondientes al año 2002, en alojamiento hotelero y parahotelero. Los alojamientos parahoteleros incluyen los siguientes sub sectores: pensiones, complejos turísticos y municipales, hoteles sindicales y mutuales, colonias y hostales;

iii) para los datos correspondientes al año 2002, en la base de datos original se contaba con una desagregación más general, en la cual se presentaban los tipos de hoteles (diferenciados por estrellas) y una categoría que incluía los subsectores mencionados para el año 2006 en un solo conjunto denominado "otras formas de alojamiento."

Tabla VI.1.3.2.4Caracterización de los aeropuertos en Argentina. Duración y frecuencia de los vuelos⁴⁵

Ciudad	Provincia	Nombre del Aeropuerto
Alto Río Senguer	Chubut	Aeropuerto Alto Río Senguer
Azul	Buenos Aires	Aeropuerto de Azul
Bahía Blanca	Buenos Aires	Aeropuerto Comandante Espora
Bariloche	Río Negro	Aeropuerto Internacional Teniente Luis Candelaria
Bolívar	Buenos Aires	Aeropuerto de Bolívar
Buenos Aires	Capital federal	Aeroparque Jorge Newbery
Catamarca	Catamarca	Aeropuerto Coronel Felipe Varela
Ceres	Santa Fe	Aeropuerto Ceres
Chepes	La Rioja	Aeropuerto Chepes
Chilecito	La Rioja	Aeropuerto Chilecito
Colonia Catriel	Río Negro	Aeropuerto Colonia Catriel
Comodoro Rivadavia	Chubut	Aeropuerto Internacional General Enrique Mosconi
Córdoba	Córdoba	Aeropuerto Internacional Ingeniero Ambrosio Taravella
Corrientes	Corrientes	Aeropuerto Internacional Doctor Fernando Piragine Niveyro
Dolores	Buenos Aires	Aeródromo de Dolores
El Calafate	Santa Cruz	Aeropuerto Internacional de El Calafate
Esquel	Chubut	Aeropuerto de Esquel
Ezeiza	Buenos Aires	Aeropuerto Internacional Ministro Pistarini (Aeropuerto Internacional Ezeiza)
Formosa	Formosa	Aeropuerto Internacional de Formosa
General Alvear	Mendoza	Aeropuerto de General Alvear
General Pico	La Pampa	Aeropuerto de General Pico
Jujuy	Jujuy	Aeropuerto Internacional Gobernador Horacio Guzmán
Junín	Buenos Aires	Aeropuerto de Junín
Laboulaye	Córdoba	Aeródromo de Laboulaye
La Cumbre	Córdoba	Aeropuerto La Cumbre
La Plata	Buenos Aires	Aeropuerto de La Plata
La Rioja	La Rioja	Aeropuerto Capitán Vicente Almandos Amonacide
Malargüe	Mendoza	Aeropuerto Internacional Comodoro Ricardo Salomón
Mar del Plata	Buenos Aires	Aeropuerto Internacional Brigadier General Bartolomé de la Colina
Mendoza	Mendoza	Aeropuerto Internacional El Plumerillo
Necochea	Buenos Aires	Aeropuerto Edgardo Hugo Yelpo
Neuquén	Neuquén	Aeropuerto Internacional Presidente Perón
Paraná	Entre Ríos	Aeropuerto General Justo José de Urquiza
Paso de los Libres	Corrientes	Aeropuerto Internacional de Paso de los Libres
Posadas	Misiones	Aeropuerto Internacional Libertador General José de San Martín
Puerto Iguazú	Misiones	Aeropuerto Internacional de Puerto Iguazú
Puerto Madryn	Chubut	Aeropuerto El Tehuelche
Reconquista	Santa Fe	Aeropuerto Daniel Jurkic
Resistencia	Chaco	Aeropuerto Internacional de Resistencia
Río Cuarto	Córdoba	Aeropuerto de Río Cuarto
Río Gallegos	Santa Cruz	Aeropuerto Internacional Piloto Civil Norberto Fernández
Río Grande	Tierra del Fuego	Aeropuerto Internacional Hermes Quijada
Rosario	Santa Fe	Aeropuerto Internacional Rosario Islas Malvinas
Salta	Salta	Aeropuerto Internacional Martín Miguel de Güemes
San Fernando	Buenos Aires	Aeropuerto Internacional de San Fernando
San Juan	San Juan	Aeropuerto Domingo Faustino Sarmiento
San Luis	San Luis	Aeropuerto Brigadier Mayor Cesar Raúl Ojeda
San Rafael	Mendoza	Aeropuerto Internacional Suboficial Ayudante Santiago Germano
San Justo	Buenos Aires	Aeropuerto de San Justo
Santa Rosa	La Pampa	Aeropuerto de Santa Rosa
Santa Teresita	Buenos Aires	Aeropuerto de Santa Teresita
Santiago del Estero	Santiago del Estero	Aeropuerto Vicecomodoro Ángel de la Paz Aragonés
San Martín de los Andes	Neuquén	Aeropuerto Aviador Carlos Campos
Sauce Viejo	Santa Fe	Aeropuerto de Sauce Viejo
Tandil	Buenos Aires	Aeropuerto de Tandil
Tartagal	Salta	Aeropuerto de Tartagal
Trelew	Chubut	Aeropuerto Almirante Marco Andrés Zar/Base Aeronaval Almirante Zar
Tucumán	Tucumán	Aeropuerto Internacional Teniente General Benjamín Matienzo
Ushuaia	Tierra del Fuego	Aeropuerto de Ushuaia
Viedma	Río Negro	Aeropuerto Gobernador Edgardo Castello
Villa Gesell	Buenos Aires	Aeropuerto de Villa Gesell
Villa Reynolds	San Luis	Aeropuerto de Villa Reynolds

Fuente: Elaboración propia

Nota: la frecuencia de los vuelos fue obtenida según vuelos disponibles de Aerolíneas Argentinas en la semana del 19 al 26 de agosto de 2008. La frecuencia hace referencia al total de vuelos semanales.

Internacional/ Cabotaje	Distancia a la Ciudad de Buenos Aires (Kms)	Tiempo de Viaje (Avión)	Vuelos diarios en promedio desde Cdad. de Buenos Aires
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	1
Internacional	1.630	2 hs 30 min	7
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	1.131	1 hs 50 min	1
Cabotaje	-	-	1
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	-
Internacional	-	-	2
Internacional	689	1 hs 15 min	6
Internacional	-	-	1
Cabotaje	-	-	-
	2.727	3 hs 15 min	5
Cabotaje	-	-	1
Internacional	-	-	-
	-	-	1
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	-
Internacional	1.525	2 hs 0 min	2
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	1
Internacional	-	-	-
Internacional	414	0 hs 50 min	1
Internacional	1.402	1 hs 50 min	4
Cabotaje	-	-	-
Internacional	1.161	1 hs 50 min	3
Cabotaje	-	-	-
Internacional	-	-	-
Internacional	-	-	1
Internacional	1.284	1 hs 45 min	-
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	-
Internacional	-	-	1
Cabotaje	-	-	-
Internacional	-	-	1
Internacional	-	-	1
Internacional	295	0 hs 50 min	1
Internacional	1.497	2 hs 15 min	3
Internacional	-	-	-
Cabotaje	1.110	2 hs 50 min	1
Cabotaje	791	1 hs 30 min	1
Internacional	-	-	1
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	1
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	1
Cabotaje	-	-	1
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	4
Internacional	1.193	1 hs 50 min	3
Cabotaje	3.194	3 hs 40 min	5
Cabotaje	-	-	1
Cabotaje	-	-	-
Cabotaje	-	-	-

45. Hay localidades. que no figuran en la Tabla VI.1.3.2.4. donde existen vuelos semanales pero para las que no necesariamente existe un vuelo por día.

es equitativa en la Ciudad de Buenos Aires e incluso mayor para los no residentes (53,86% versus 46,14%).

Movimientos de pasajeros en vuelos de cabotaje

Un indicador adicional es el movi-

miento de los pasajeros en los vuelos de cabotaje, embarcados y desembarcados según aeropuerto. Se presenta la información correspondiente a los años 2001 y 2005, tanto en valores absolutos como su participación relativa (Tabla VI.2.1.3). Como

Tabla VI.2.1.1

Distribución regional de los viajes y pernoctaciones de los residentes de Argentina

Año 2006

Región de destino de los viajes	Viajes		Pernoctes	
	Cantidad total	Participación (en porcentaje)	Cantidad total	Participación (en porcentaje)
Región Bs as	7.204.905	34,80	47.027.056	41,17
Región Ciudad de Bs As	963.705	4,65	4.184.698	3,66
Región Centro	3.036.504	14,67	15.701.499	13,75
Región Cuyo	1.859.703	8,98	8.453.834	7,40
Región Litoral	3.457.134	16,70	15.558.351	13,62
Región Norte	2.529.636	12,22	12.310.021	10,78
Región Patagonia	1.654.074	7,99	10.984.788	9,62
Total de las regiones	20.705.661	100,00	114.220.247	100,00

Fuente: Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (2006)

Tabla VI.2.1.2

Demanda hotelera y para-hotelera por condición de residencia de los viajeros hospedados

Año 2006

Región/pernoctaciones	Residentes	En porcentaje	No residentes	En porcentaje	Total
Región Bs As	8.089.919	97,87	175.704	2,13	8.265.623
Región Ciudad de Bs As	4.435.234	46,14	5.176.654	53,86	9.611.888
Región Centro	4.825.942	96,12	194.856	3,88	5.020.798
Región Cuyo	3.134.405	80,89	740.442	19,11	3.874.847
Región Litoral	3.872.888	88,02	527.057	11,98	4.399.945
Región Norte	2.980.950	88,03	405.321	11,97	3.386.271
Región Patagonia	5.725.308	69,42	2.522.323	30,58	8.247.631
Total de regiones	33.064.646	77,24	9.742.357	22,76	42.807.003

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera (2006)

resulta natural, el mayor movimiento se encuentra en la Ciudad de Buenos Aires: aproximadamente entre el 45% y el 47% del total de pasajeros de vuelos de cabotaje se embarca y desembarca en la Ciudad de Buenos Aires, tanto en el año 2001 como en el 2005 (esto es, entre 2 y 2,5 millones de personas) siendo Córdoba el segundo aeropuerto en importancia. Sin embargo, el movimiento en los aeropuertos va cambiando a través del tiempo, lo que refleja en cierta forma algunas tendencias en la demanda de turismo y el crecimiento relativo de algunas ciudades (como por ejemplo San Carlos de Bariloche, Iguazú, Ushuaia, Lago Argentino).

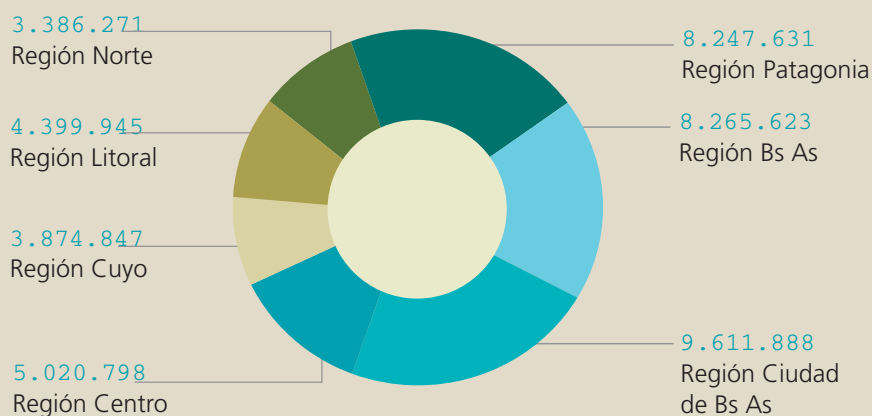
Por su parte, la Tabla VI.2.1.4 muestra los pasajeros transportados, por origen y destino según jurisdicciones provinciales, en el servicio de aeronavegación. El total de pasajeros transportados duran-

te el año 2005 asciende a 5,8 millones, valor que incluye a todos los tipos de viajeros, se trate de turistas o no, y cualquiera sea el motivo del viaje. Del total de pasajeros, 2,7 millones (47%) son los pasajeros cuyo origen es la Ciudad de Buenos Aires y 2,5 millones (43%) son aquellos cuyo destino es la Ciudad de Buenos Aires. Las principales jurisdicciones emisoras son la Ciudad de Buenos Aires (47%), Córdoba (8%), Mendoza, Misiones, y Río Negro (5%), y Tierra del Fuego (4,54%). De éstas, para las jurisdicciones más próximas geográficamente, más del 90% de los viajes corresponden al destino de la Ciudad de Buenos Aires, y para aquellas más lejanas (principalmente las del sur) la participación de la Ciudad de Buenos Aires es también importante (aproximadamente 70%), pero también existe un movimiento intrarregional un poco más destacado. Por otra parte, los destinos principales de aque-

Figura VI.2.1.1

Demanda hotelera y para-hotelera por condición de residencia de los viajeros hospedados

Año 2006



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera (2006)

Tabla VI.2.1.3

Distribución regional del movimiento de pasajeros
en vuelos de cabotaje en Argentina

Años 2001 y 2005

Aeropuerto	2001		2005		2001 (en %)		2005 (en %)	
	Embarco	Desembarco	Embarco	Desembarco	Embarco	Desembarco	Embarco	Desembarco
Aerop. Jorge Newbery	2.215.318	2.195.861	2.640.147	2.642.311	45,37	45,00	47,79	47,92
Córdoba	549.771	562.835	464.130	468.304	11,26	11,53	8,40	8,49
San Carlos de Bariloche	172.043	159.662	319.886	301.087	3,52	3,27	5,79	5,46
Mendoza	244.792	242.716	313.804	307.975	5,01	4,97	5,68	5,59
Iguazú	103.530	106.110	276.389	284.010	2,12	2,17	5,00	5,15
Ushuaia	108.425	111.815	214.869	216.614	2,22	2,29	3,89	3,93
Lago Argentino	22.584	23.622	183.210	179.868	0,46	0,48	3,32	3,26
Salta	123.465	122.066	133.236	131.959	2,53	2,50	2,41	2,39
Neuquén	162.428	162.440	130.613	130.819	3,33	3,33	2,36	2,37
Comodoro Rivadavia	111.695	109.412	128.522	126.573	2,29	2,24	2,33	2,30
Trelew	63.679	62.178	118.897	118.101	1,30	1,27	2,15	2,14
Tucumán	152.849	153.573	115.275	117.002	3,3	3,15	2,09	2,12
Ezeiza	18.099	28.331	88.727	93.414	0,37	0,58	1,61	1,69
Mar del Plata	129.922	131.648	88.403	88.616	2,66	2,70	1,60	1,61
Río Gallegos	92.648	89.464	75.903	73.377	1,90	1,83	1,37	1,33
Bahía Blanca	88.349	89.388	66.315	65.615	1,81	1,83	1,20	1,19
Resistencia	54.351	56.676	51.709	54.224	1,11	1,16	0,94	0,98
Río Grande	43.916	42.262	47.965	48.900	0,90	0,87	0,87	0,89
San Salvador de Jujuy	40.503	41.544	32.973	32.473	0,83	0,85	0,60	0,59
Chapelco	18.752	18.725	24.499	23.406	0,38	0,38	0,44	0,42
Esquel	7.543	6.694	9.150	9.506	0,15	0,14	0,17	0,17
Santa Fe	31.899	32.647	-	-	0,65	0,67	-	-
San Juan	43.433	43.697	-	-	0,89	0,90	-	-
Rosario	80.393	79.520	-	-	1,65	1,63	-	-
Corrientes	34.128	33.494	-	-	0,70	0,69	-	-
San Luis	26.395	27.659	-	-	0,54	0,57	-	-
Puerto Madryn	19.694	20.464	-	-	0,40	0,42	-	-
Posadas	44.317	45.157	-	-	0,91	0,93	-	-
La Rioja	25.624	25.984	-	-	0,52	0,53	-	-
Formosa	18.911	19.610	-	-	0,39	0,40	-	-
Santiago del Estero	18.068	19.157	-	-	0,37	0,39	-	-
Catamarca	15.773	15.359	-	-	0,32	0,31	-	-
Total	4.883.297	4.879.770	5.524.622	5.514.154	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: Subsecretaría de Transporte Aerocomercial

llos procedentes de la Ciudad de Buenos Aires son Mendoza (15,6%), Misiones, Neuquén, y Río Negro (entre 10% y 11%), Córdoba (8%), y Tierra del Fuego (7%).

VI.2.2.

La distribución geográfica de la demanda de turismo receptivo

Conocer la distribución de la demanda de turismo receptivo es posible gracias a la información disponible en la Encuesta de Turismo Internacional que realiza el INDEC junto con la Secretaría de Turismo de la Nación, en forma anual, desde el año 2004.^{46 47} La Encuesta de Turismo Internacional permite acceder a una amplia y variada información relacionada con la caracterización de la demanda internacional. La información que puede extraerse de esta Encuesta es la siguiente:

- número de turistas, permanencia promedio y gasto por pernoctación, por tipo de alojamiento más frecuente;
- estadía promedio según destino visitado en Argentina;
- turistas residentes en el exterior por país de origen de los turistas;
- gasto por viajero según tipo de alojamiento;
- gasto total según tipo de alojamiento;
- turistas residentes en el exterior por motivo del viaje, tipo de alojamiento más frecuente, y modalidad de organización del viaje;
- pernoctaciones totales según destino visitado en la Argentina;

- gasto promedio por pernoctación según destino de mayor permanencia visitado en Argentina;
- gasto total del turismo receptivo y emisor y saldo en dólares.

Distribución regional del gasto del turismo receptivo

Uno de los indicadores clave que provee la Encuesta de Turismo Internacional es la distribución, entre los principales destinos turísticos de Argentina, de los gastos promedio por pernoctación y del número de pernoctaciones de los turistas internacionales. La Ciudad de Buenos Aires, como principal puerta de entrada al país, concentra la mayor participación de los gastos por pernoctaciones como porcentaje del total, en todos y cada uno de los trimestres del año y en todos los años en los que se lleva a cabo la Encuesta. Entre el 60% y el 70% del gasto promedio por pernoctación por parte del turista internacional se realiza en esta ciudad. En cambio, para algunos destinos turísticos particulares de Argentina, la mayor participación relativa depende del período considerado durante un año (trimestre) así como del año en sí mismo considerado. Esto depende no sólo del comportamiento de la demanda sino también del tipo y las características de los destinos seleccionados. La Figura VI.2.2.1 muestra la distribución del gasto en turismo receptivo (en forma trimestral) según principales destinos en Argentina.⁴⁸

46. La Encuesta de Turismo Internacional se realizó por primera vez en el año 2001. Luego, comenzó a realizarse en forma anual, ininterrumpidamente, desde el año 2004.

47. La Encuesta de Turismo Internacional no se realiza en todos los puntos de entrada al país.

48. Con fines ilustrativos, la Figura VI.2.2.1 excluye a la Ciudad de Buenos Aires por representar, como fue mencionado, casi el 70% del total del gasto del turismo receptivo.

Tabla VI.2.1.4

Cantidad de pasajeros transportados por destino y origen

Año 2005

Origen	Destino	Cantidad de pasajeros	Participación sobre total (en %)	Participación en Origen (en %)
Total general		5.792.156	100,00	
Ciudad de Buenos Aires		2.728.874	47,11	100,00
	Chubut	224.745		8,24
	Córdoba	427.783		15,68
	Mendoza	305.263		11,19
	Misiones	318.856		11,68
	Neuquén	144.781		5,31
	Región 1	90.555		3,32
	Región 2	107.866		3,95
	Región 3	158.513		5,81
	Río Negro	285.485		10,46
	Salta	125.486		4,60
	San Luis	20.720		0,76
	Santa Cruz	155.980		5,72
	Santa Fe	66.263		2,43
	Tierra del Fuego	187.870		6,88
	Tucumán	108.708		3,98
Chubut		259.524	4,48	100,00
	Ciudad de Buenos Aires	206.306		79,49
	Chubut	1.297		0,50
	Santa Cruz	18.116		6,98
	Tierra del Fuego	21.241		8,18
	Resto del país	12.564		4,84
Córdoba		464.130	8,01	100,00
	Ciudad de Buenos Aires	424.653		91,49
	Resto del país	39.477		8,51
Mendoza		328.954	5,68	100,00
	Ciudad de Buenos Aires	311.695		94,75
	Resto del país	17.259		5,25
Misiones		313.679	5,42	100,00
Neuquén		155.112	2,68	100,00
	Ciudad de Buenos Aires	146.937		94,73
	Resto del país	8.175		5,27

Continúa en la página siguiente ►

Origen	Destino	Cantidad de pasajeros	Participación sobre total (en %)	Participación en Origen (en %)
Región 1		89.848		100,00
	Ciudad de Buenos Aires	89.439		99,54
	Resto del país	409		0,46
Región 2		105.985	1,83	100,00
	Ciudad de Buenos Aires	101.509		95,78
	Resto del país	4.476		4,22
Región 3		165.527	2,86	100,00
Río Negro		325.796	5,62	100,00
	Ciudad de Buenos Aires	303.519		93,16
	Resto del país	22.277		6,84
Salta		133.236	2,30	100,00
	Ciudad de Buenos Aires	126.226		94,74
	Resto del país	7.010		5,26
San Luis		18.260	0,32	100,00
Santa Cruz		259.666	4,48	100,00
	Ciudad de Buenos Aires	175.371		67,54
	Tierra del Fuego	55.153		21,24
	Resto del país	29.142		11,22
Santa Fe		65.456	1,13	100,00
	Ciudad de Buenos Aires	65.237		99,67
	Resto del país	219		0,33
Tierra del Fuego		262.834	4,54	100,00
	Ciudad de Buenos Aires	192.096		73,09
	Chubut	7.443		2,83
	Santa Cruz	62.066		23,61
	Resto del país	1.229		0,47
Tucumán		115.275	1,99	100,00
	Ciudad de Buenos Aires	106.692		92,55
	Salta	69		0,06
	Resto del país	8.514		7,39

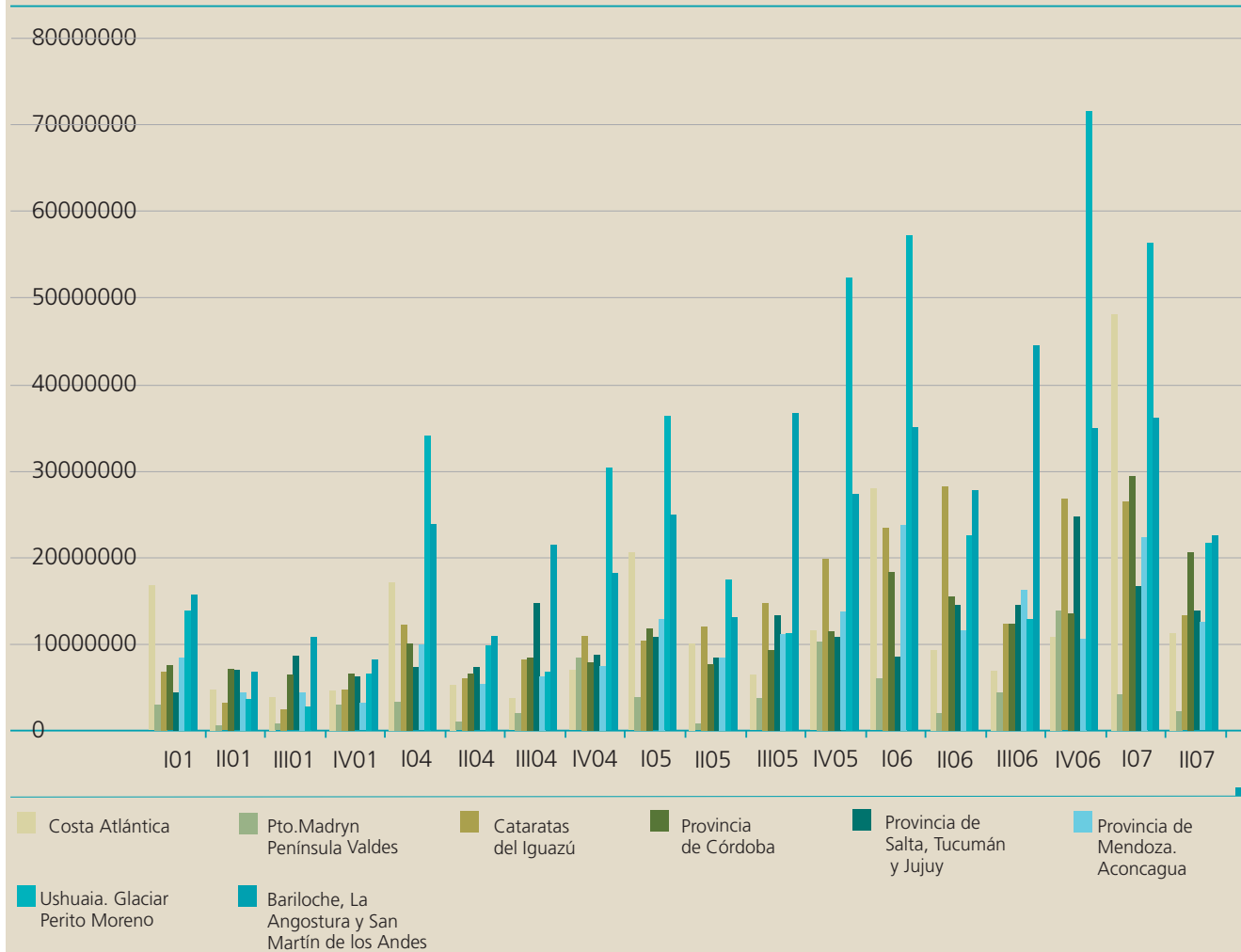
Total destino Ciudad de Buenos Aires 2.498.122

Participación destino Ciudad de Buenos Aires 43,13

Fuente: Subsecretaría de Transporte Aero comercial

Figura VI.2.2.1

Distribución regional del gasto del turismo receptivo en Argentina.
Evolución trimestral
Años 2001 y 2004-2007



Fuente: Encuesta de Turismo Internacional (2001, 2004-2007)

Los datos revelan entonces el ya conocido fenómeno de la estacionalidad; es decir, la variación en la importancia relativa de los destinos turísticos según la época del año. También, como fue mencionado anteriormente, se destaca una importante variación en la participación relativa de los destinos turísticos no sólo según la época del año, sino según el año considerado. Esto muestra algunos aspectos interesantes: cambios en las preferencias por los destinos por parte de los turistas o posibles estrategias exitosas de promoción de lugares turísticos como posibles explicaciones.

Como fue mencionado anteriormente, para todos los años, la Ciudad de Buenos Aires concentra la mayor participación de la demanda de todos los trimestres. Sin embargo, el primer trimestre es el que presenta una menor participación relativa (62,5%) concentrándose la mayor demanda en el segundo (72,5%). Es así como destacan en su participación en el primer trimestre la Costa Atlántica (entre 4% y 5,4%), Bariloche (entre 5% y 8%) y Ushuaia (entre 4% y 8%). Al mismo tiempo, la evolución de los indicadores muestra un cambio en el movimiento turístico de algunos destinos específicos. Un caso interesante es el de Ushuaia: mientras que en el primer trimestre del año 2001 captaba el 4,4% del total de los turistas internacionales en Argentina (y en el resto de los trimestres, sólo entre el 1% y el 2%), el comportamiento es más homogéneo entre trimestres

para el año 2006: su participación es de entre 8,5% y 9,5% en los trimestres primero y cuarto.

Otro dato interesante para evaluar la distribución geográfica de la actividad se basa en mostrar la estadía promedio según destino visitado (Figura VI.2.2.2). En términos generales, no existen variaciones significativas entre años, pero sí entre destinos. En la Ciudad de Buenos Aires decrece levemente la estadía promedio de 9 días en 2001 a 8 días en los siguientes años; en la Costa Atlántica varía entre 11 días (2001) y 13 días (2005). En Córdoba, Salta, Tucumán, Jujuy, y Mendoza, la estadía promedio oscila entre 10 y 12 días, perdiendo participación la última de éstas. Otros destinos -como Ushuaia- tienen estadías promedio de entre 5 y 6 días y otros -como Puerto Madryn y Cataratas del Iguazú- tienen estadías promedio menores a 4 días. La Figura VI.2.2.3 presenta la información de la estadía promedio en Argentina, sin diferenciar entre destinos turísticos dentro del país, pero teniendo en cuenta su evolución trimestral.

Figura VI.2.2.2
Estadía promedio por destino más visitado en Argentina
Años 2001 y 2004-2006 / En días

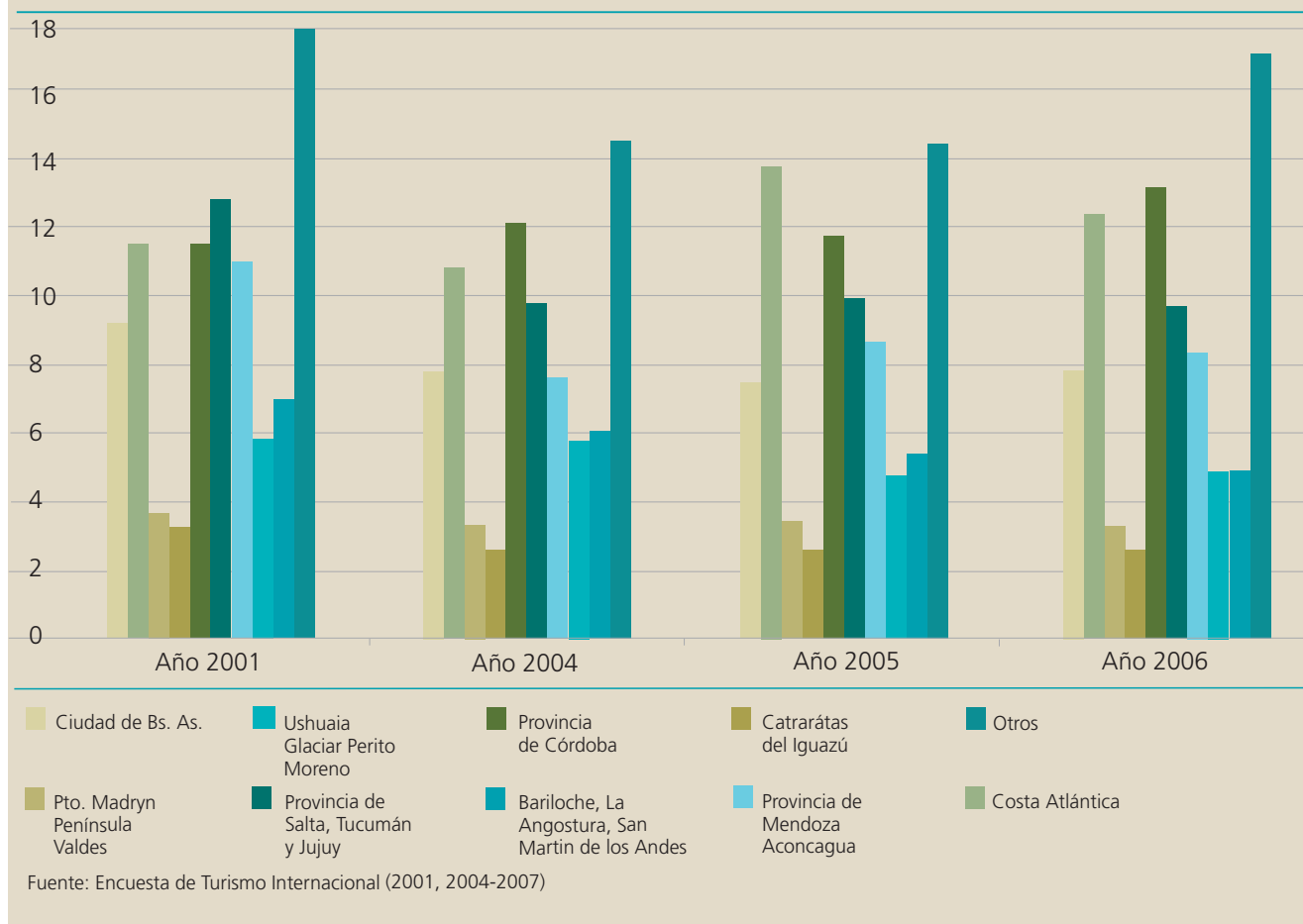
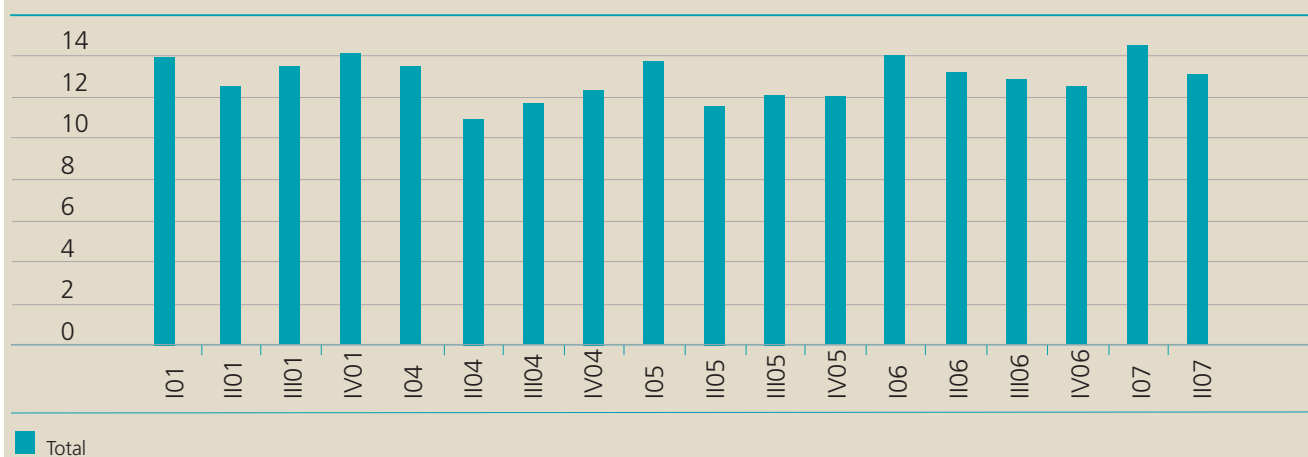


Figura VI.2.2.3

Evolución trimestral de la estadía promedio en Argentina

Año 2001 y años 2004-2007 / En días



Fuente: Encuesta de Turismo Internacional (2001, 2004-2007)

Capítulo VII

Sinergias regionales

En este capítulo se realiza una primera comparación del desarrollo del turismo en Argentina y en otros países, principales destinos de América, así como también una aproximación al potencial del mercado regional en el contexto de una América Latina receptora no sólo de turismo regional sino también de turismo del resto del mundo. Si bien la región (Argentina dentro del MERCOSUR y otros países limítrofes -Chile y Bolivia) puede verse como un mercado a potenciar en forma conjunta por dos o más países, a su vez, los distintos países pueden resultar mercados competidores. Un análisis general de las perspectivas macro regionales permite evaluar las ventajas comparativas y deter-

minar el impacto sobre el turismo en Argentina. El objetivo de este capítulo es presentar un primer diagnóstico y un análisis exploratorio de la situación del turismo en Argentina enmarcado dentro de un contexto regional. Se trata de realizar una primera aproximación al potencial del mercado regional, individualizando la posición de Argentina.

VII.1.

Los principales destinos del MERCOSUR y alrededores

Un primer aspecto consiste en analizar cómo es la estructura del mercado regional a través de la evolución de la participación relativa de cada uno de los destinos (países) dentro de América Latina, el MERCOSUR, y la región relevante para Argentina considerada en este trabajo (MERCOSUR, Bolivia, y Chile) en términos de ingresos por turismo receptivo. Se analizan datos correspondientes a los años 1990, 2000 y 2005 (Tabla VII.1.1)

Dentro de América del Sur, Argentina y Brasil son los países que representan más del 50% de los ingresos por turismo internacional de la región tanto en la década del noventa como durante 2005. Al mismo tiempo, destacan su participación en el tercer lugar Chile y Venezuela con un 10% cada uno en 1990; Colombia con 11% en 2000; y Chile y Perú con 10% en 2005. Dentro del MERCOSUR, Argentina y Brasil representan casi el 90% del mer-

cado a lo largo de todo el período mientras que Uruguay participa solo en 8 puntos (habiendo experimentado un aumento al 12% durante el año 2000 en detrimento del resto de los países de la región). Finalmente, dentro de la región que incluye MERCOSUR, Bolivia y Chile; Argentina y Brasil representan el 75% del mercado, y se destaca en participación Chile (aproximadamente 15%) en perjuicio de Uruguay. De acuerdo a un primer examen de los datos y teniendo en cuenta variables de proximidad geográfica a Argentina, en este capítulo se realiza un análisis de la situación del turismo en los principales países turísticos de la región: Argentina, Brasil, Uruguay y Chile.

Mientras que Argentina y Brasil reúnen el 73% de los ingresos por turismo receptivo de la región en la década del noventa y el 2000, esta participación se incrementa en un 2% durante el año 2005. Por su parte, Uruguay y Chile representan el 21% (1990 y 2005), habiendo experimentado una participación mayor durante el año 2000 (24%).

VII.2. Principales países emisores de turismo en el mundo y en América Latina

Es importante analizar en este contexto cuáles son los principales países emisores de turismo a nivel mundial y regional, tanto en términos de llegadas de turismo internacional como de gastos realizados. A través de la participación

de los distintos países emisores en este mercado regional, se puede determinar si existe algún país de la región con destacada y/o diferencial importancia con respecto al origen de los turistas. También es interesante analizar cuál es la elección del lugar a visitar de los turistas según país emisor; es decir, cómo es la distribución entre los cuatro países de la región de los turistas procedentes de América del Sur, de América del Norte, de Europa, etc.⁴⁹

A nivel mundial, los 25 países que más gastos realizan en turismo internacional representan casi el 80% de los gastos totales a nivel mundial. Se destacan Alemania (Europa) y Estados Unidos (América del Norte) con una participación del 10% cada uno. En relación a América del Sur, únicamente Brasil y Argentina figuran dentro de los 50 países con mayor nivel de gasto en turismo internacional. Brasil ocupó, durante el año 2007, la posición número 28 con un gasto de 8.200 millones de dólares mientras que Argentina se ubicó en la posición 36 con un gasto de 3.900 millones de dólares.

VII.3. La composición del turismo receptivo en el mercado regional

Composición del mercado regional según país de origen de los turistas (estructura vertical)

Se presenta la evolución de la distribución de las llegadas de turismo

49. Para un análisis más detallado es necesario contar con información más desagregada. Por ejemplo, sería interesante conocer la procedencia de los turistas a la región de cada uno de los países europeos dado que algunos de ellos (Alemania, Reino Unido, Francia) se encuentran entre los principales países que realizan gastos en turismo internacional.

Tabla VII.1.1.1
Ingresos por turismo receptivo: principales destinos del MERCOSUR y alrededores
Años 1990, 2000 y 2005

Regiones/Paises	1990			2000				2005				
	En millones de dólares (1)	Participación en América del Sur (2)	Participación en el MERCOSUR (3)	Participación en el MERCOSUR, Bolivia y Chile (4)	(1)	(2)	(3)	(4)	(1)	(2)	(3)	(4)
América del Sur	4.946	100,00	-	-	9.215	100,00	-	-	12.527	100,00	-	-
MERCOSUR	2.989	-	100,00	-	5.500	-	100,00	-	7.290	-	100,00	-
MERCOSUR, Bolivia y Chile	3.584	-	-	100,00	6.387	-	-	100,00	8.751	-	-	100,00
Argentina	1.131	22,87	37,84	31,56	2.904	31,51	52,80	45,47	2.753	21,98	37,76	31,46
Brasil	1.492	30,17	49,92	41,63	1.810	19,64	32,91	28,34	3.861	30,82	52,96	44,12
Paraguay	128	2,59	4,28	3,57	73	0,79	1,33	1,14	82	0,65	1,12	0,94
Uruguay	238	4,81	7,96	6,64	713	7,74	12,96	11,16	594	4,74	8,15	6,79
Chile	540	10,92	-	15,07	819	8,89	-	12,82	1.256	10,03	-	14,35
Bolivia	55	1,11	-	1,53	68	0,74	-	1,06	205	1,64	-	2,34
Colombia	406	8,21	-	-	1.030	11,18	-	-	1.218	9,72	-	-
Ecuador	188	3,80	-	-	402	4,36	-	-	486	3,88	-	-
Guyana	27	0,55	-	-	75	0,81	-	-	-	-	-	-
Perú	217	4,39	-	-	837	9,08	-	-	1.308	10,44	-	-
Surinam	1	0,02	-	-	16	0,17	-	-	-	-	-	-
Venezuela	496	10,03	-	-	423	4,59	-	-	641	5,12	-	-

Fuente: OMT

internacional a los países de la región -según países emisores- con la finalidad de determinar la importancia relativa del origen de los turistas en cada país receptor y establecer si se evidencia algún posible cambio en las participaciones relativas en el contexto regional. La información se presenta para los años 2004, 2005 y 2006.⁵⁰

En América, Chile es el principal país emisor en términos de llegadas de turistas a Argentina (aproximadamente 25% de los turistas que han ingresado a Argentina durante estos tres años procede de Chile), seguido por Brasil y Uruguay (aproximadamente 10%). Destaca la participación de los europeos con un 16% en el mercado argentino y América del Norte participa en casi 9%. Pareciera que nuestro país presenta una cierta desventaja con respecto a Brasil y Chile en cuanto al ingreso de los turistas procedentes de las regiones que -independientemente del número de llegadas- son los que realizan un mayor gasto turístico (Tabla VII.3.1).⁵¹

Distribución de preferencias de los países emisores entre los destinos del mercado regional (estructura horizontal)

Otro aspecto que resulta útil analizar es la distribución horizontal de las llegadas de turistas internacionales; es decir, cómo se distribuyen entre los destinos elegidos (Argentina, Brasil, Uruguay y Chile) los turistas de los países o regiones emisoras seleccionados (Tabla

VII.3.2). El 60% de los uruguayos, brasileños y paraguayos tienen como destino a Argentina en el año 2006, mientras que en el año 2004, los uruguayos representaban el 52% y los brasileños casi el 78%. La participación de los europeos en el mercado argentino se mantiene cerca del 20%. Resulta interesante remarcar que la participación de los turistas provenientes de América del Norte y de Europa es importante en Brasil a lo largo de los tres años considerados: el 55% de los turistas de América del Norte tiene como destino Brasil durante 2006, alcanzando un valor del 70% durante 2005; mientras que el 65% de los europeos lo tiene como destino (2006).

En relación a este último punto, sería interesante establecer la evolución de algunos indicadores que puedan colaborar en la explicación del punto anterior, como por ejemplo cuál es la oferta de paquetes turísticos por parte de los operadores mayoristas en las ciudades capitales de los países emisores; cómo es la estructura de oferta de los paquetes turísticos; el número y calidad de las facilidades y planta turística en cada ciudad (por ejemplo, el número de hoteles de categoría, la disponibilidad de medios de transporte, etc.).

50. Este análisis debería realizarse partiendo de una serie de tiempo de los datos que permita captar con mayor certeza la existencia o no de distintos movimientos turísticos y/o cambios en dichos movimientos a lo largo del tiempo.

51. La información correspondiente a Uruguay no presenta datos discriminados de ingresos de turismo procedentes de Europa o América del Norte.

Tabla VII.3.1
Distribución de las llegadas de turistas de los países emisores en los principales destinos de la región
Años 2004, 2005 y 2006 / En porcentaje

Regiones/Países	Destinos 2004				Destinos 2005				Destinos 2006			
	Argentina	Uruguay	Brasil	Chile	Argentina	Uruguay	Brasil	Chile	Argentina	Uruguay	Brasil	Chile
Argentina	80,22	19,24	32,33	36,52	67,85	18,52	36,52	76,84	18,35	30,39	1,18	7,96
Uruguay	10,72	6,46	1,32	1,50	12,11	6,38	1,50	12,38	5,78	1,18	18,00	3,45
Brasil	12,12	2,80	6,68	10,07	11,84	2,58	3,17	13,46	3,45	2,95	1,10	10,26
Chile	24,54	4,27	0,52	0,81	7,90	1,23	4,65	7,54	1,71	3,96	0,92	12,41
Paraguay	10,02	1,26	7,55	10,67	3,96	1,28	3,73	3,73	1,10	10,26	3,77	14,20
Bolivia	4,20	3,69	14,07	17,60	9,28	0,75	1,00	9,63	17,04	12,41	0,90	0,92
Resto América del Sur	8,74	17,49	12,82	15,28	17,58	1,41	0,22	9,52	1,67	0,19	3,75	1,95
América del Norte	8,41	1,35	0,21	2,40	2,82	38,62	15,84	15,84	39,23	16,94	0,63	1,93
Resto de América		2,77	2,20	2,34	0,49	0,66	1,25	5,45	0,83	1,00	0,04	0,12
Africa		38,26	18,31	16,50	16,22	0,05	0,33	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Asia		0,48	1,90	2,34	0,66	1,25	0,33	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Europa		0,67	1,07	1,25	0,05	0,33	0,33	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Oceanía		0,08	0,11	0,33	5,44	0,05	0,33	5,45	0,04	0,12	0,04	0,12
Oriente Medio	5,45	15,59	0,08	0,11	5,44	0,05	0,33	5,45	0,04	0,12	0,04	0,12
Otros	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a Sector (Argentina), EMBRATUR (Brasil), Servicio Nacional de Turismo (Chile), y Ministerio de Turismo y Deporte (Uruguay).

Tabla VII.3.2
Preferencias de los países emisores entre los destinos de la región
Años 2004, 2005 y 2006 / En porcentaje

Regiones/Paises	Destinos 2004			Destinos 2005			Destinos 2006			Total (por año)		
	Argentina	Uruguay	Brasil	Chile	Argentina	Uruguay	Brasil	Chile	Argentina		Uruguay	Brasil
Argentina	42,51	35,37	22,12	22,12	40,92	36,67	22,41	22,41	37,78	35,69	26,52	100,00
Uruguay	52,64	44,01	3,35	54,42	42,48	3,10	61,88	3,21	34,91	3,21	100,00	100,00
Brasil	77,84	22,16	24,18	55,36	24,18	20,46	57,84	18,55	23,62	18,55	100,00	100,00
Chile	81,41	3,71	14,88	81,19	3,74	15,07	82,93	13,17	3,89	13,17	100,00	100,00
Paraguay	59,75	3,32	35,34	51,66	3,45	42,58	57,35	2,27	3,97	36,42	2,27	100,00
Bolivia	42,69	17,71	39,60	38,12	17,28	44,60	35,15	52,35	12,50	52,35	100,00	100,00
Resto América del Sur	41,32	58,68	39,96	60,04	37,19	62,81	100,00	100,00	68,50	31,50	100,00	100,00
América Central	22,07	61,23	16,70	23,62	70,74	29,26	26,08	18,21	55,71	18,21	100,00	100,00
América del Norte	100,00	23,62	60,17	16,21	100,00	100,00	100,00	100,00	95,18	4,82	100,00	100,00
Resto de América	94,57	5,43	79,18	20,82	95,39	4,61	21,88	12,68	81,08	18,92	100,00	100,00
África	77,17	22,83	76,63	23,37	79,18	20,82	21,88	12,68	65,44	12,68	100,00	100,00
Asia	20,18	67,76	12,07	23,37	76,63	23,37	21,88	12,68	65,44	12,68	100,00	100,00
Europa	40,38	59,62	40,13	59,87	40,13	59,87	42,24	57,76	42,24	57,76	100,00	100,00
Oceanía	62,65	37,35	62,83	37,17	62,83	37,17	98,03	1,14	64,82	35,18	100,00	100,00
Otros	46,02	52,61	0,89	0,48	55,07	0,56	1,12	1,14	0,83	1,14	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a Sector (Argentina), EMBRATUR (Brasil), Servicio Nacional de Turismo (Chile), y Ministerio de Turismo y Deporte (Uruguay).

VII.4. Estacionalidad de la demanda de turismo receptivo en el mercado regional

La información trimestral puede ser de utilidad con el objetivo de identificar comportamientos diferenciales de movimientos turísticos entre los distintos países de origen de los turistas en las diferentes épocas del año. Se trata de identificar la existencia o no de distintos patrones de estacionalidad según la procedencia de los turistas. Como fue mencionado anteriormente, existen dos tipos de factores que condicionan la estacionalidad: i) factores de demanda: épocas escolares, períodos de vacaciones, etc. y que están determinados por las características de los países emisores de turismo; ii) factores de oferta: el tipo de producto turístico ofrecido por el destino y que, naturalmente, dependen de las características de los países receptores de turismo. Los datos revelan -en algunos casos- la importancia relativa de cada uno de estos fenómenos.

Se presenta la información que resume la estacionalidad que caracteriza a los destinos elegidos de la región. En Argentina este fenómeno está presente: la demanda se concentra en el primer trimestre, principalmente la demanda procedente de lugares como Chile, América del Norte, y Europa (35% de los turistas procedentes de estas regiones realizan sus viajes en la primer parte del año). La mayor demanda de brasileños y uruguayos (30%) se produce en el

tercer trimestre coincidiendo en parte con las vacaciones de invierno en la región (Tabla VII.4.1 y Figura VII.4.1).

Los datos correspondientes a Brasil muestran que los turistas procedentes de América del Sur presentan una concentración en el primer trimestre y que, para algunos países, se trata de un fenómeno fuertemente marcado. Por ejemplo, el 54% de los turistas procedentes de Argentina lo hace en el primer trimestre versus el 32% de Bolivia o el 27% del resto de América del Sur. Estos datos revelan que -por ejemplo para el turismo procedente de América del Sur- Brasil es un destino elegido de los caracterizados como donde se realiza turismo de sol y playa. Esto no es tan marcado para el resto de los países emisores de América del Sur (Tabla VII.4.2 y Figura VII.4.2). Por su parte, América del Norte, Asia y Europa concentran el 30% de sus turistas en este trimestre; también Oceanía pero esta región presenta una participación igual en el tercer trimestre.

Finalmente, mientras que Uruguay presenta un fenómeno similar al de Brasil (Tabla VII.4.3), en Chile el fenómeno de la estacionalidad es un poco menos marcado que en el resto de los países de la región (Tabla VII.4.4). Si bien el primer trimestre concentra la mayor parte de los turistas, también es importante el porcentaje de turistas que ingresan en el cuarto trimestre. En este país, a diferencia del resto de los países de la región, los turistas de América del Norte y Europa -con una participación de casi el 40% en el primer trimestre- se concentran en este período.

Tabla VII.4.1

Estacionalidad del turismo receptivo en Argentina

Año 2006 / En porcentaje

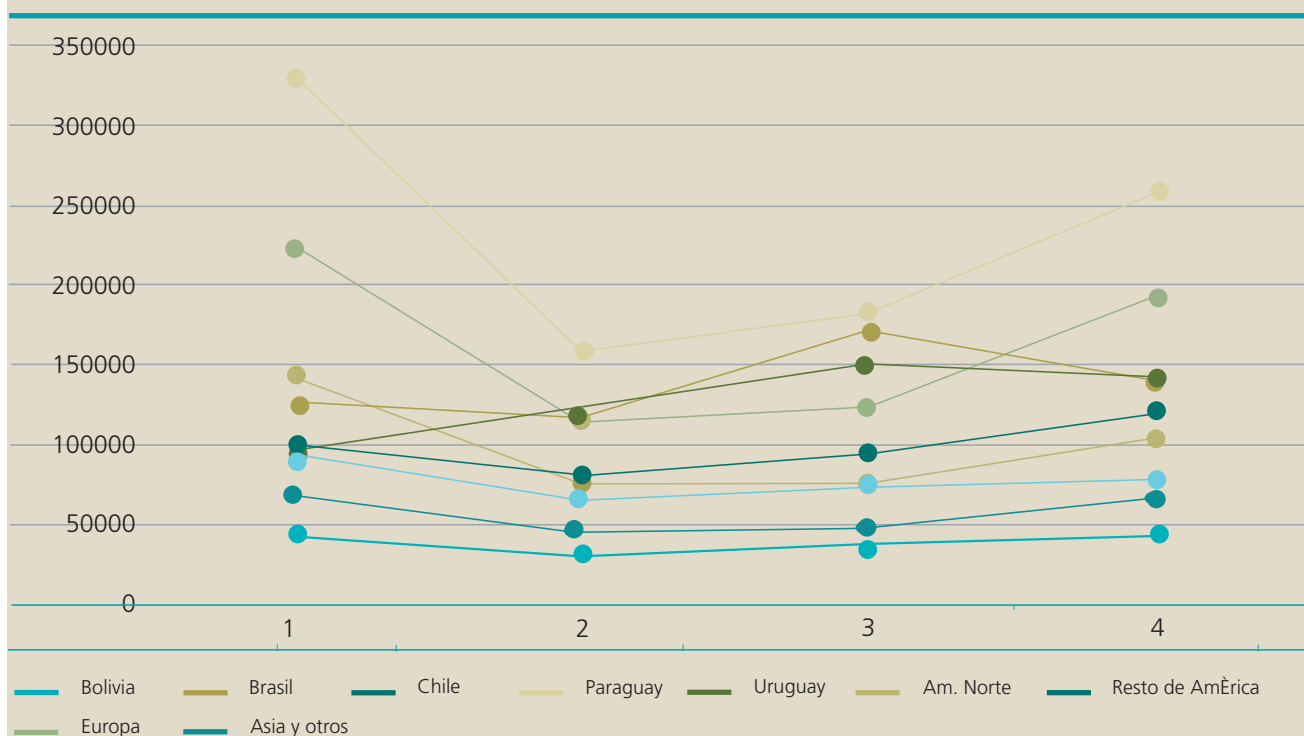
País/ Región	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total
Bolivia	27,93	19,68	24,61	27,78	100,00
Brasil	22,82	21,07	30,92	25,20	100,00
Chile	35,63	17,02	19,59	27,76	100,00
Paraguay	30,33	21,03	23,59	25,05	100,00
Uruguay	18,87	24,12	29,37	27,63	100,00
América del Norte	35,86	18,91	19,05	26,18	100,00
Resto de América	25,49	20,40	23,87	30,24	100,00
Europa	34,27	17,39	18,88	29,46	100,00
Asia	30,23	19,88	20,81	29,08	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a Sector (Argentina)

Figura VII.4.1

Estacionalidad del turismo receptivo en Argentina

Año 2006 / Cantidad de llegadas



Fuente: Elaboración propia en base a Sector (Argentina)

Tabla VII.4.2

Estacionalidad del turismo receptivo en Brasil

Año 2006 / En porcentaje

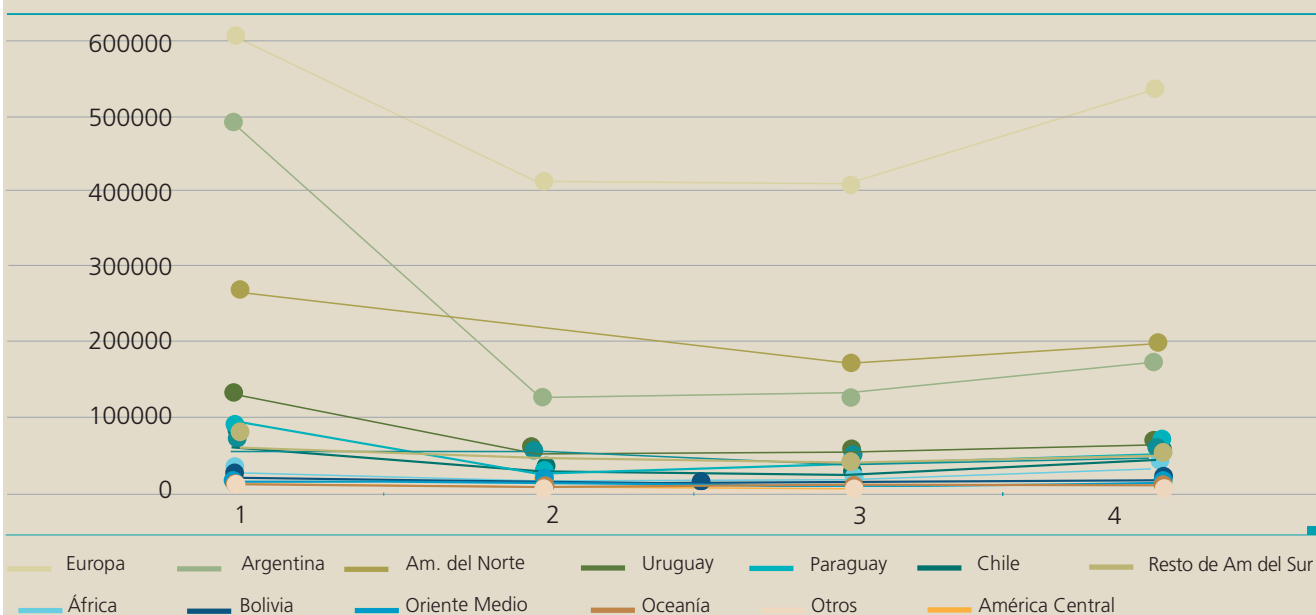
País/ Región	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total
Argentina	53,49	13,58	14,20	18,73	100,00
Uruguay	43,87	17,22	17,44	21,47	100,00
Chile	39,98	16,73	14,55	28,74	100,00
Paraguay	46,67	11,20	18,95	23,18	100,00
Bolivia	32,24	20,18	19,96	27,62	100,00
Resto América del Sur	27,44	28,80	17,92	25,84	100,00
América Central	28,25	28,54	13,96	29,25	100,00
América del Norte	31,23	25,69	20,05	23,03	100,00
África	25,01	18,27	21,68	35,03	100,00
Asia	31,17	23,41	20,53	24,89	100,00
Europa	30,92	21,06	20,83	27,19	100,00
Oceanía	30,97	16,67	31,39	20,97	100,00
Oriente Medio	32,00	25,16	17,09	25,76	100,00
Otros	18,67	19,35	14,28	47,70	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a EMBRATUR (Brasil)

Figura VII.4.2

Estacionalidad del turismo receptivo en Brasil

Año 2006 / Cantidad de llegadas



Fuente: Elaboración propia en base a EMBRATUR (Brasil)

Tabla VII.4.3
Estacionalidad del turismo receptivo en Uruguay
Año 2006 / En porcentaje

País/ Región	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total
Argentina	40,27	15,12	16,68	27,92	100,00
Brasil	25,61	20,19	23,26	30,94	100,00
Chile	46,97	13,42	17,00	22,60	100,00
Paraguay	38,01	14,07	13,18	34,74	100,00
America del Norte	30,27	20,28	18,71	30,74	100,00
Resto de América	24,78	21,48	22,21	31,53	100,00
Europa	32,03	18,16	18,54	31,27	100,00
Otros	30,57	20,53	19,75	29,15	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a Ministerio de Turismo y Deporte (Uruguay)

Tabla VII.4.4
Estacionalidad del turismo receptivo en Chile
Año 2006 / En porcentaje

País/ Región	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total
Argentina	37,36	18,00	17,27	27,38	100,00
Uruguay	24,96	26,46	22,90	25,67	100,00
Brasil	25,04	19,95	30,13	24,87	100,00
Paraguay	27,68	20,46	23,23	28,63	100,00
Bolivia	25,89	21,63	24,74	27,75	100,00
Resto América del Sur	29,42	21,16	22,66	26,77	100,00
America Ctral, y el Caribe	28,60	17,49	22,49	31,42	100,00
America del Norte	41,89	14,90	14,72	28,49	100,00
Africa	30,39	17,99	16,38	35,24	100,00
Asia	33,33	20,39	20,57	25,71	100,00
Europa	37,72	14,23	15,27	32,78	100,00
Oceania	28,64	20,59	21,20	29,57	100,00
Oriente Medio	48,28	9,69	6,07	35,95	100,00
Otros	47,91	11,60	12,21	28,29	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a Servicio Nacional de Turismo (Chile)

VII.5. Algunos indicadores regionales de interés

Otro aspecto interesante es ver el gasto promedio per capita y la permanencia promedio según país de origen de los turistas, y cómo difieren estos indicadores regionalmente.⁵² Algunas cuestiones interesantes surgen de los datos (Tabla VII.5.1). La permanencia promedio de los europeos -en los tres países- es bastante superior a la que caracteriza al resto

de los países y/o regiones (aproximadamente 20 días). Con respecto al gasto promedio diario individual de cada uno de los países emisores, expresado en dólares, es muy inferior en Chile con respecto a Brasil y a Argentina. Sin embargo, Chile es el país donde se observa mayor diferencia en el gasto promedio según país de origen: mientras que los turistas procedentes de Argentina, Bolivia y Paraguay tienen un gasto promedio de entre aproximadamente 20 y 24 dólares, el de aquellos procedentes de Europa es de 40 dólares

52. En esta sección se presenta la información correspondiente a Chile y Argentina del año 2005, y a Brasil del año 2003. No se encontró información de estos indicadores para Uruguay.

Tabla VII.5.1

Permanencia promedio (en días) y gasto promedio diario individual (en dólares) según país de origen de los turistas en Argentina, Brasil y Chile
Año 2003 (Brasil) y 2005 (Argentina y Chile)

País de residencia	Chile 2005		Brasil 2003		Argentina 2005	
	Permanencia promedio	Gasto prom. diario individual	Permanencia promedio	Gasto prom. diario individual	Permanencia promedio	Gasto prom. diario individual
América	11,00	37,70	-	-	-	-
Argentina	9,40	24,10	9,80	90,46	-	-
Bolivia	9,50	20,50	-	-	8,20	80,39
Brasil	10,70	62,30	-	-	7,20	98,23
Paraguay	18,50	23,70	12,00	48,32	8,20	80,39
Uruguay	15,10	30,40	9,60	72,18	8,20	80,39
Chile	-	-	10,60	91,55	5,30	97,55
América del Norte	16,40	55,60	11,90	106,56	12,70	97,23
Resto de América	11,70	63,50	-	-	-	60,29
Europa	21,30	39,30	17,00	82,20	20,20	96,65
Asia	16,70	54,10	-	-	-	-
Resto del mundo	13,60	52,90	-	-	16,10	74,03

Fuente: Elaboración propia en base a Sectur (Argentina), EMBRATUR (Brasil), y Servicio Nacional de Turismo (Chile).

y el de los turistas de América del Norte es cercano a 55 dólares. Estos valores son relativamente más homogéneos en Argentina que en Chile e, incluso, que en Brasil: 80 dólares es el gasto promedio correspondiente a países como Bolivia, Paraguay y Uruguay; y aproximadamente entre 96 y 98 dólares es el que corresponde a Brasil, Chile, América del Norte y Europa. En Brasil, América del Norte presenta el mayor gasto individual (106,5 dólares), seguida por Argentina y Chile (90 dólares), y luego Europa (82 dólares).

Un análisis global implica tener en cuenta cuál es la participación de cada región, considerando no sólo el gasto promedio individual diario sino también la estadía/permanencia promedio en forma conjunta (Tabla VII.5.2). Es así como -para Argentina y Brasil- la participación más importante es la de los europeos y los turistas procedentes de América del Norte (aproximadamente 25%) y para Chile la de América del Norte y Asia (14%).

Tabla VII.5.2

Gastos por pernoctaciones (en dólares) según país de origen de los turistas en Argentina, Brasil y Chile

Año 2003 (Brasil) y 2005 (Argentina y Chile)

País de residencia	Chile 2005		Brasil 2003		Argentina 2005	
	Gastos por pernoctaciones	Participación de cada región	Gastos por pernoctaciones	Participación de cada región	Gastos por pernoctaciones	Participación de cada región
América	414,70	6,37	-	-	-	-
Argentina	226,54	3,48	886,51	15,30	-	-
Bolivia	194,75	2,99	-	-	659,20	8,70
Brasil	666,61	10,23	-	-	707,26	9,33
Paraguay	438,45	6,73	579,84	10,01	659,20	8,70
Uruguay	459,04	7,05	692,93	11,96	659,20	8,70
Chile	-	-	970,43	16,75	517,02	6,82
América del Norte	911,84	14,00	1268,06	21,88	1234,82	16,29
Resto de América	742,95	11,40	-	-	-	-
Europa	837,09	12,85	1397,40	24,11	1952,33	25,75
Asia	903,47	13,87	-	-	-	-
Resto del mundo	719,44	11,04	-	-	1191,88	15,72
Total	6514,88	100,00	5795,17	100,00	7580,90	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a Sectur (Argentina), EMBRATUR (Brasil), y Servicio Nacional de Turismo (Chile).

Anexo I

Estacionalidad de la demanda

La mayoría de los destinos turísticos del mundo presentan una marcada estacionalidad. La estacionalidad hace referencia, según el análisis de series de tiempo, a la existencia de un movimiento periódico de los datos que se produce dentro del año y que se repite de un año a otro. El patrón repetitivo de comportamiento no es homogéneo; en algunos casos la frecuencia es mensual, mientras que en otros puede ser trimestral, anual; o incluso tener otra forma. En el sector turístico, la estacionalidad implica la concentración de turistas en determinadas épocas del año, la *concentración temporal de la demanda turística*.

En general, al enfocar el análisis desde el lado de la demanda, se suele mencionar la existencia de dos períodos de demanda: el período pico y el período valle. El “período valle” o “demanda valle” representa el período de menor demanda de ese producto y/o servicio;

y la demanda pico representa el período de más alto nivel de consumo. El período pico para la actividad turística es aquel en el cual la concentración de visitantes es máxima.

Las causas que originan la estacionalidad son múltiples, de diversas características y no necesariamente específicas del sector turístico. En general, es posible agruparlas en dos grandes categorías: aquellas relacionadas con los factores naturales y aquellas relacionadas con los factores institucionales. Dentro de los factores naturales, el más destacado es el clima (turismo de sol y playa, deportes invernales, entre otros) y también la misma naturaleza (por ejemplo, el avistaje de ballenas en el período de reproducción). Dentro de las causas institucionales, existen varias razones que dan origen a este fenómeno: razones sociales, religiosas, culturales y étnicas, entre otras (períodos escolares, períodos laborales, etc.).

I.1 Estacionalidad de la demanda de turismo internacional según país y/o región de origen de los turistas

La Tabla I.1.1 presenta la evolución trimestral de los ingresos por turismo internacional en relación al número de llegadas en Argentina según región de origen para el período 1995-2007

Tabla I.1.1

Ingresos por turismo internacional en relación al número de llegadas de turismo internacional a Argentina según región de origen (evolución trimestral)

Años 1995-2007

Trimestres	América (sin EE.UU y Canadá)	EE.UU y Canadá	Europa	Resto del Mundo
i95	940	1.720	1.727	1.290
ii95	654	1.603	1.815	1.506
iii95	692	1.540	1.786	1.678
iv95	625	1.518	1.897	1.679
i96	995	1.733	1.746	1.284
ii96	657	1.616	1.838	1.501
iii96	716	1.552	1.811	1.673
iv96	651	1.531	1.920	1.670
i97	968	1.737	1.739	1.273
ii97	677	1.625	1.833	1.515
iii97	709	1.557	1.790	1.693
iv97	651	1.527	1.891	1.659
i98	976	1.747	1.732	1.269
ii98	673	1.643	1.843	1.504
iii98	717	1.573	1.814	1.660
iv98	653	1.540	1.918	1.659
i99	986	1.755	1.742	1.275
ii99	655	1.653	1.838	1.506
iii99	693	1.585	1.804	1.672
iv99	640	1.531	1.867	1.647
i00	961	1.745	1.703	1.269
ii00	647	1.649	1.805	1.512
iii00	697	1.586	1.771	1.671
iv00	646	1.533	1.831	1.637
i01	953	1.725	1.678	1.254
ii01	656	1.650	1.797	1.498
iii01	674	1.579	1.760	1.659
iv01	617	1.517	1.819	1.605
i02	556	1.072	983	788
ii02	357	932	891	797
iii02	387	1.003	956	926
iv02	377	986	1.018	932
i03	511	1.008	948	751
ii03	456	1.122	1.169	988
iii03	482	1.169	1.218	1.142
iv03	463	1.126	1.276	1.120
i04	408	1.024	1.113	1.093
ii04	404	1.033	1.067	942
iii04	419	1.077	1.138	885
iv04	436	1.142	1.316	1.014
i05	454	1.093	1.158	992
ii05	469	1.173	1.249	1.052
iii05	488	1.063	1.037	878
iv05	488	1.164	1.441	961
i06	503	1.147	1.264	1.017
ii06	529	1.306	1.337	1.019
iii06	578	1.227	1.248	1.070
iv06	596	1.262	1.680	1.450
i07	734	1.443	1.674	1.466
ii07	583	1.433	1.430	1.182
iii07	633	1.250	1.270	1.050
iv07	660	1.625	1.867	1.773

Fuente: INDEC

I.2 Estacionalidad en las distintas regiones de Argentina: algunos ejemplos

Se presentan a continuación tres ejemplos que resumen distintos comportamientos de la demanda de turismo en Argentina: la cantidad de turistas arribados al Partido de General Pueyrredón (Provincia de Buenos Aires); el número de turistas que utilizaron el teleférico de la Ciudad de

Salta (Provincia de Salta); y el número de turistas arribados a la Ciudad de San Martín de los Andes (Provincia de Neuquén). La información se presenta, en forma mensual, para los años 1998 o 1999, 2002, y 2007. Los datos correspondientes a los distintos destinos turísticos de Argentina muestran resultados interesantes al responder cada una de estas localidades de manera distinta a las causas de la estacionalidad.

- Estacionalidad de la demanda en el Partido de General Pueyrredón

Tabla I.2.1

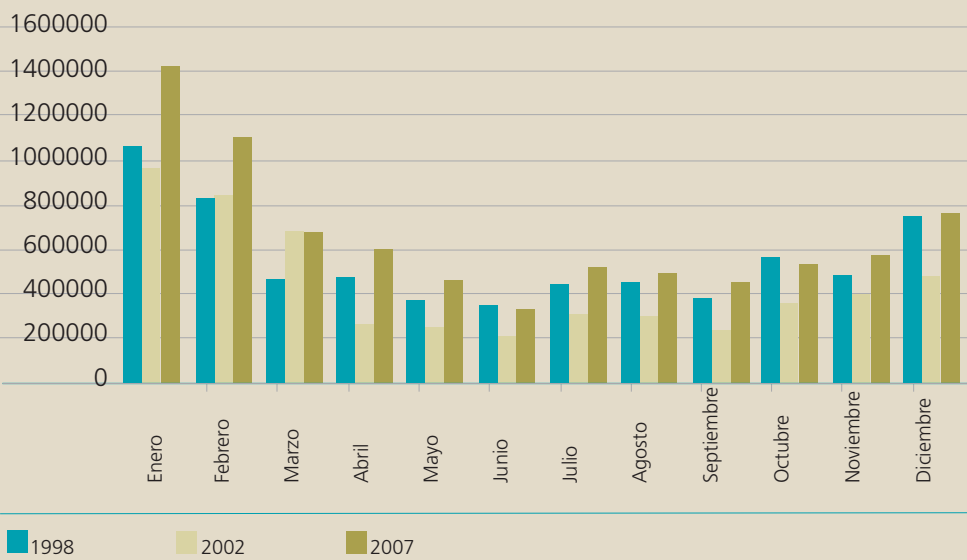
Número de turistas arribados al Partido de General Pueyrredón

Años 1998, 2002 y 2007 / En valores absolutos y en porcentaje

Mes	Año 1998		Año 2002		Año 2007	
	Arribos de turistas	Porcentaje	Arribos de turistas	Porcentaje	Arribos de turistas	Porcentaje
Enero	1.062.493	15,92	969.143	18,25	1.422.547	17,84
Febrero	838.426	12,56	843.593	15,88	1.109.344	13,91
Marzo	472.763	7,08	680.260	12,81	683.866	8,58
Abril	479.958	7,19	260.223	4,90	604.469	7,58
Mayo	373.486	5,60	250.394	4,71	462.417	5,80
Junio	350.793	5,26	217.000	4,09	339.331	4,26
Julio	444.433	6,66	313.276	5,90	520.963	6,53
Agosto	453.050	6,79	300.406	5,66	494.021	6,20
Septiembre	384.617	5,76	242.884	4,57	456.298	5,72
Octubre	567.358	8,50	357.752	6,74	535.340	6,71
Noviembre	486.702	7,29	396.269	7,46	581.726	7,30
Diciembre	759.043	11,37	480.563	9,05	763.387	9,57
Total	6.673.122	100,00	5.311.763	100,00	7.973.710	100,00

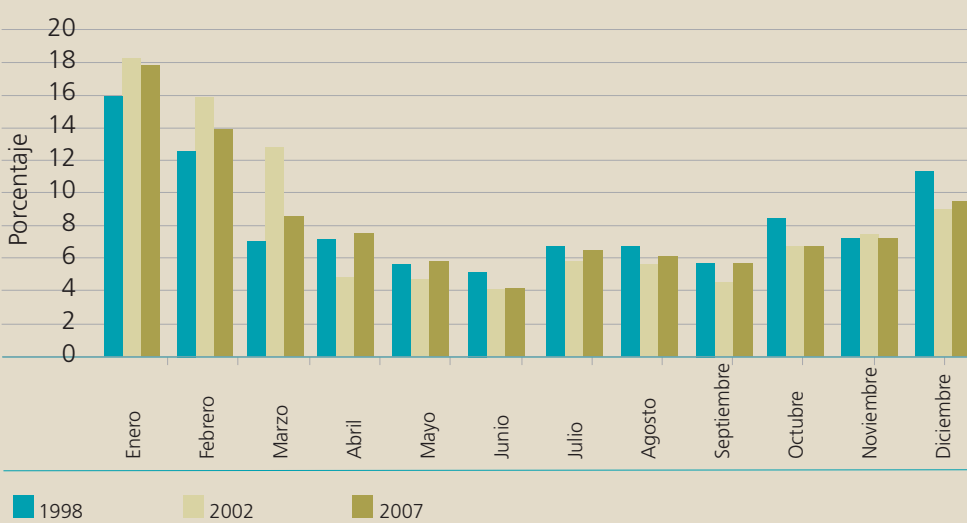
Fuente: EMTUR (2007)

Figura I.2.1
Arribo de turistas al Partido de General Pueyrredón
Años 1998, 2002 y 2007



Fuente: EMTUR (2007)

Figura I.2.2
Porcentaje de arribo de turistas al Partido de General Pueyrredón
Años 1998, 2002 y 2007



Fuente: EMTUR (2007)

- Estacionalidad de la demanda
en la Ciudad de Salta

Tabla I.2.2

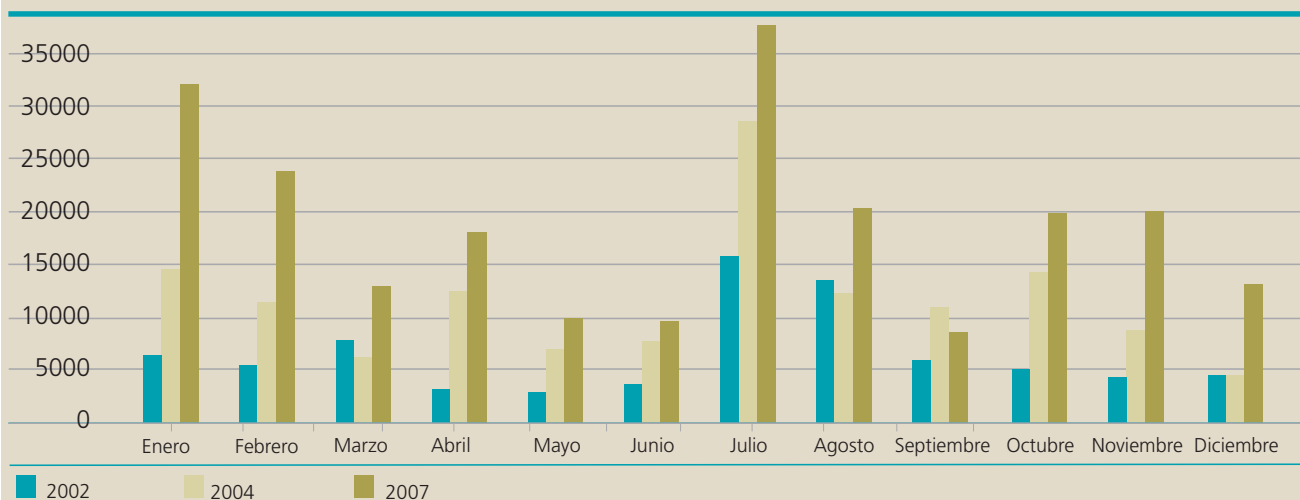
Número de turistas que utilizaron el teleférico en la ciudad de Salta
Años 2002, 2004 y 2007 / En valores absolutos y en porcentaje

Mes	Año 2002		Año 2004		Año 2007	
	Arribos de turistas	Porcentaje	Arribos de turistas	Porcentaje	Arribos de turistas	Porcentaje
Enero	6.364	8,05	14.518	10,48	31.991	14,14
Febrero	5.562	7,04	11.419	8,24	23.851	10,54
Marzo	7.852	9,93	6.230	4,50	13.046	5,77
Abril	3.282	4,15	12.542	9,05	18.053	7,98
Mayo	3.112	3,94	6.938	5,01	9.942	4,40
Junio	3.788	4,79	7.692	5,55	9.624	4,25
Julio	15.875	20,08	28.459	20,55	37.669	16,65
Agosto	13.473	17,04	12.306	8,88	20.381	9,01
Septiembre	5.909	7,48	10.900	7,87	8.566	3,79
Octubre	5.007	6,33	14.331	10,35	19.898	8,80
Noviembre	4.312	5,45	8.780	6,34	20.002	8,84
Diciembre	4.512	5,71	4.396	3,17	13.181	5,83
Total	79.048	100,00	138.511	100,00	226.204	100,00

Fuente: Informe Estadístico de la Provincia de Salta (Año 2004) y Publicación Estadística 2007 del Gobierno de la Provincia de Salta

Figura I.2.3

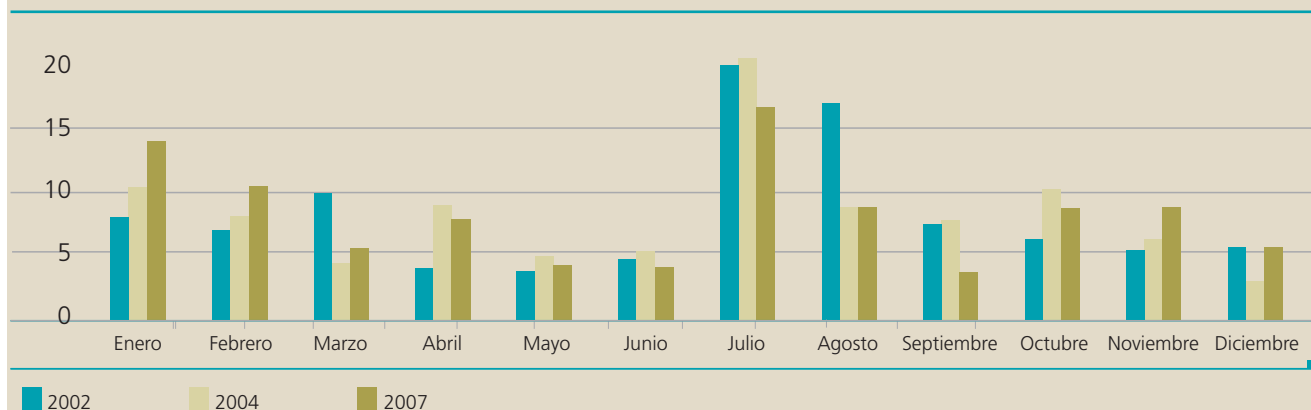
Número de turistas que utilizaron el teleférico en la ciudad de Salta
Años 2002, 2004 y 2007



Fuente: Informe Estadístico de la Provincia de Salta (Año 2004) y Publicación Estadística 2007 del Gobierno de la Provincia de Salta

Figura I.2.4

Porcentaje de turistas que utilizaron el teleférico en la ciudad de Salta
Años 2002, 2004 y 2007



Fuente: Informe Estadístico de la Provincia de Salta (Año 2004) y Publicación Estadística 2007 del Gobierno de la Provincia de Salta

- Estacionalidad de la demanda en la Ciudad de San Martín de los Andes

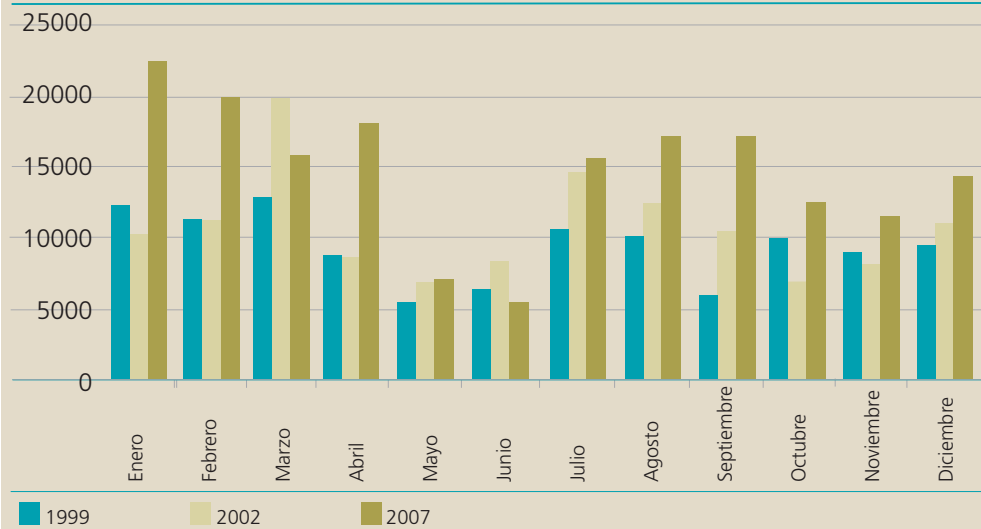
Tabla I.2.3

Número de turistas que arribaron a San Martín de los Andes
Años 1999, 2002 y 2007 / En valores absolutos y en porcentaje

Mes	Año 1999		Año 2002		Año 2007	
	Arribos de turistas	Porcentaje	Arribos de turistas	Porcentaje	Arribos de turistas	Porcentaje
Enero	12.328	10,97	10.266	7,97	22.475	12,68
Febrero	11.404	10,15	11.207	8,70	19.897	11,22
Marzo	12.847	11,44	19.761	15,34	15.783	8,90
Abril	8.741	7,78	8.672	6,73	18.116	10,22
Mayo	5.433	4,84	6.815	5,29	7.073	3,99
Junio	6.335	5,64	8.315	6,46	5.424	3,06
Julio	10.635	9,47	14.620	11,35	15.619	8,81
Agosto	10.103	8,99	12.422	9,65	17.270	9,74
Septiembre	6.001	5,34	10.542	8,19	17.179	9,69
Octubre	9.949	8,86	6.936	5,39	12.519	7,06
Noviembre	9.043	8,05	8.174	6,35	11.605	6,55
Diciembre	9.523	8,48	11.061	8,59	14.340	8,09
Total	112.342	100,00	128.791	100,00	177.300	100,00

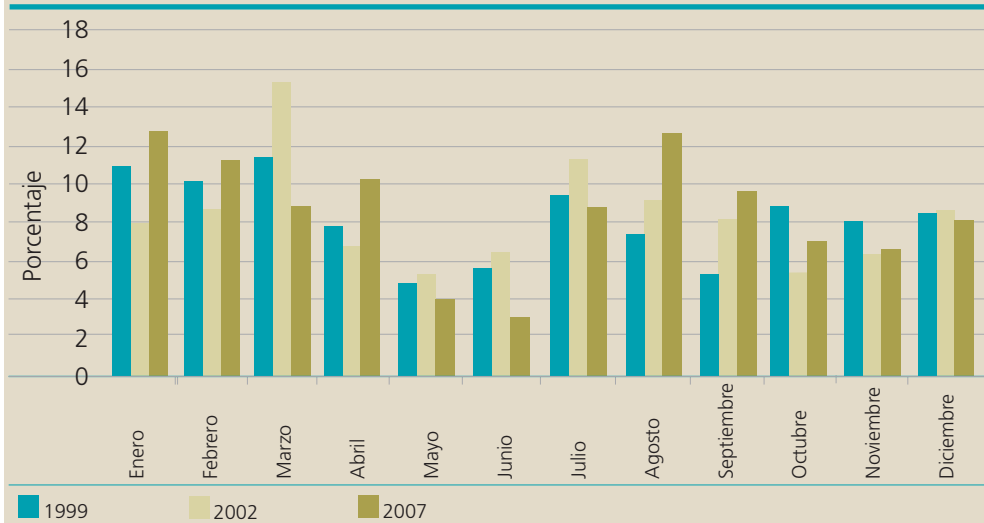
Fuente: Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico. Municipalidad de San Martín de los Andes

Figura I.2.5
 Número de turistas que arribaron a
 San Martín de los Andes
 Años 1999, 2002 y 2007



Fuente: Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico, Municipalidad de San Martín de los Andes

Figura I.2.6
 Porcentaje de turistas que arribaron a
 San Martín de los Andes
 Años 1999, 2002 y 2007



Fuente: Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico, Municipalidad de San Martín de los Andes

Anexo II

Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (Secretaría de Turismo de La Nación e INDEC, 2006)

En este Anexo se presentan algunos aspectos interesantes que caracterizan el turismo de los residentes de nuestro país de acuerdo a información provista por la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVTH, 2006).

- Información general de la Encuesta

La Encuesta provee información sobre tres variables fundamentales: viajes, hogares y personas. La variable **viajes** se refiere a la cantidad y a las características de los viajes y visitas de un día (excursiones) realizados por los miembros del hogar (ya sea que se trate de la totalidad, de algunos, o de al menos uno de ellos) fuera de su entorno habitual (en Argentina y en el exterior), con una duración inferior a un año y bajo la condición de que el viajante no haya fijado residencia

en el lugar de destino. Se define como entorno habitual a la zona cercana al lugar de residencia habitual del hogar más todos los lugares visitados frecuentemente, aunque no sean cercanos a su lugar de residencia. Se considera el destino y los motivos que llevaron a la elección del mismo; la fecha de realización del viaje; los miembros del hogar participantes del viaje e invitados a cargo del grupo familiar; la cantidad de noches de estadía y tipos de alojamiento utilizados; el tipo de transporte utilizado; el motivo principal del viaje; las actividades turísticas realizadas durante el viaje; la modalidad de organización (contratación y uso de paquetes turísticos, servicios incluidos en el paquete turístico, servicios contratados por fuera del paquete turístico); y el gasto total y desglosado en rubros. En relación a las variables

hogares y personas, la Encuesta arroja información sobre el lugar de residencia del hogar; las características habitacionales de la vivienda y el hogar; los aspectos sociodemográficos (relación de parentesco, sexo, edad, estado civil); las características educativas y ocupacionales de las personas que integran el hogar; el ingreso total del hogar; la tenencia, características básicas y uso de segundas viviendas; la posesión de vehículos; el acceso a medios de comunicación; la utilización de equipos para actividades turísticas de los hogares (valijas de viaje o mochilas, carpa, bolsas de dormir, equipos de caza o pesca, equipo de ski o snowboard, embarcaciones, y otras).

- Algunos resultados interesantes de la Encuesta

Los resultados de la Encuesta arrojan que, por ejemplo, el medio de transporte más utilizado es el automóvil. Del total de viajes con pernoctación, el 56,2% fue realizado en automóvil o similares; de las excursiones o visitas, el 77,1% fue realizada en auto; y sólo el 5,2% de los viajes se realiza en avión, cuyo uso es más frecuente en los viajes al extranjero (44,3%). Asimismo, los viajes en tren son poco frecuentes, alcanzando sólo al 2,1% del total de excursiones, y al 0,8% del total de viajes. Cuando se considera la utilización de los medios de transporte en función de los deciles de ingreso, puede observarse que los deciles inferiores usan mayoritariamente el ómnibus mientras que el uso del auto y del

avión se incrementa notablemente en los deciles más altos (por ejemplo, en el decil 10, el 25,7% de los viajes fue realizado en avión).

Con respecto al tipo de alojamiento de los turistas, se observa la importancia del alojamiento en viviendas de familiares o amigos que residen en el lugar de la visita, con una participación del 50,5%. El 18,7% de los viajeros se alojan en hoteles de hasta tres estrellas; y el 6,8% son viajes a viviendas alquiladas por temporadas. En los viajes dentro de Argentina, el alojamiento en residencias de familiares y amigos es levemente mayor (51,5%) mientras que en los viajes al extranjero, aumenta por sobre el promedio el alojamiento en altas categorías (21,1% en comparación con el 4,3% del promedio).

Se analiza también el uso de paquetes turísticos y para ello se consideran los viajes no reiterados dado que en general son los que tienen una motivación más turística. La utilización de paquetes turísticos no es muy elevada: en los viajes no reiterados al extranjero asciende a un 16,7% mientras que en los viajes no reiterados en Argentina sólo es el 4,8%. A su vez, el uso de paquetes turísticos es más habitual en los viajes de egresados (el 91,6% de los mismos se organizan mediante paquetes); en viajes de esparcimiento, ocio y recreación; y en viajes de estudio y formación.

La EVTH muestra que los viajes por ocio y esparcimiento tienen un alto grado de estacionalidad, concentrán-

dose en los meses de enero y febrero (24% y 21%, respectivamente), mientras que las visitas a familiares y amigos, y, principalmente, los viajes por negocio y trabajo son más estables durante el año. En octubre, se observa un máximo de viajes de trabajo y reuniones, que alcanza al 12,4%. La menor proporción de viajes por ocio se realiza en el mes de junio. Por ejemplo, del total de turistas que visitan familiares o amigos, entre el 10% y el 12% realizan su viaje en el mes de enero y/o febrero, y la menor participación ocurre en los meses de noviembre, mayo, y junio (6%) (Tabla II.1).

Cabe destacar que dentro de las actividades realizadas con motivo de ocio,

el disfrute y uso de la playa es la principal (fue mencionada por el 50,30%), luego la siguen las visitas a atractivos naturales, las salidas nocturnas a discotecas, y la asistencia y visita a atractivos culturales. Esta también es una medida indirecta de la estacionalidad: si el 50% de las visitas consiste en el uso de las playas y esta es la principal actividad turística, claramente el tipo de producto turístico debe aprovecharse en los meses estivales. En cambio, cualquier otra actividad -desde la asistencia a eventos culturales y visita a atractivos culturales (27%) hasta asistencia a eventos religiosos (1,8%) puede realizarse en cualquier época del año (Tabla II.2).

Tabla II.1

Estacionalidad del turismo interno en Argentina según motivos del viaje
Año 2006 / En porcentaje

Mes	Motivo principal del viaje			Porcentaje total según mes
	Esparcimiento, ocio, recreación	Visitas a familiares o amigos	Trabajo, negocios, motivos profesionales	
Enero	24,10	12,40	6,40	42,90
Febrero	21,60	10,60	7,20	39,40
Marzo	8,40	8,70	7,40	24,50
Abril	6,10	9,00	8,10	23,20
Mayo	4,00	6,30	8,40	18,70
Junio	3,20	6,20	6,70	16,10
Julio	6,70	9,30	8,80	24,80
Agosto	4,80	7,00	10,40	22,20
Septiembre	5,00	6,90	9,60	21,50
Octubre	6,90	8,90	12,40	28,20
Noviembre	4,20	6,10	9,30	19,60
Diciembre	4,80	8,60	5,30	18,70

Fuente: Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (2006)

Tabla II.2

Tipo de actividad y productos turísticos realizados en viajes no reiterados en Argentina con motivo de ocio

Año 2006 / En porcentaje

Tipo de actividad	Total
Visitas a estancias u otras actividades ligadas al turismo rural	7,90
Visitas a spa, termas, etc,	5,50
Disfrute y uso de la playa	50,30
Deportes de nieve	2,70
Deportes de aventura	7,10
Actividades de caza y pesca	10,80
Asistencia espectáculos deportivos	5,90
Asistencia a actos religiosos	1,80
Asistencia a espectáculos culturales	27,30
Visitas a atractivos culturales	26,40
Visitas a atractivos naturales	34,70
Visitas a salones de juegos de azar	11,80
Salidas nocturnas a discotecas, a pubs, etc,	27,90

Fuente: Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (2006)

Anexo III

El turismo en la Ciudad de Buenos Aires: turismo interno y turismo receptivo

El objetivo de este Anexo es presentar información que resuma la situación del turismo de residentes (turismo interno) y de no residentes (turismo receptivo) en la Ciudad de Buenos Aires.⁵³ La Ciudad de Buenos Aires es la Capital de la República Argentina y la puerta principal de entrada a nuestro país. Es una de las grandes capitales en el mundo y atrae, por este motivo, a un gran número de turistas internacionales. Esto hace también que sea el centro receptor de la demanda de turismo interno. Por estos motivos, analizar el turismo en esta ciudad en particular -distinguiendo las características del turismo interno del receptivo- es un caso de estudio único e interesante en el país. A través de esta breve caracterización del turismo, es posible conocer los perfiles de demanda del turista que se mueve luego por el resto del país.

En primer lugar, se describe el número de turistas que arribaron a la Ciudad de Buenos Aires, tanto el total anual como el comportamiento a lo largo de los diferentes trimestres del año 2005. En segundo lugar, se presenta una caracterización del turista que visita la Ciudad de Buenos Aires, tanto el turista interno como el turista internacional: procedencia de los turistas, motivo del viaje y tipo de alojamiento, estadía promedio y gasto promedio.

- Número de turistas que visitan la Ciudad de Buenos Aires. Su estacionalidad

La Tabla III.1 muestra el número de turistas arribados a la Ciudad de

53. Las fuentes de información son la Encuesta de Turismo Interno de la Ciudad de Buenos Aires (2005) y la Encuesta de Turismo Internacional (2005).

Buenos Aires durante el año 2005, tanto por la terminal de ómnibus de Retiro como por Aeroparque (turismo interno) como por Aeroparque, Ezeiza y el Puerto (turistas internacionales). La cantidad de turistas residentes que visitan la Ciudad de Buenos Aires son aproximadamente 6,1 millones versus casi 1,8 millones de turistas internacionales.

La información provista permite determinar que, en cada uno de los trimestres, la participación entre turistas internos e internacionales es relativa-

mente estable, siendo aproximadamente el 70% de los turistas residentes en el país. Al mismo tiempo, los datos permiten obtener algunas conclusiones interesantes relacionadas con la estacionalidad de la demanda de turismo. Se observa un comportamiento relativamente homogéneo, no sólo entre turistas internos y turistas internacionales, sino entre trimestres a través del tiempo. Es decir, no existe un patrón marcado de estacionalidad en este destino particular de la Argentina. Por ejemplo, se observa una leve mayor participación del turis-

Tabla III.1

Turistas internos e internacionales según lugar de entrada a la Ciudad de Buenos Aires

Año 2005

	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total
Cantidad de pasajeros	4.257.171	3.403.074	3.783.116	4.022.262	15.465.623
Retiro	3.580.601	2.230.352	2.391.345	2.585.699	10.787.997
Aeroparque	676.570	1.172.722	1.391.771	1.436.563	4.677.626
Cantidad de turistas internos	1.723.062	1.311.160	1.507.289	1.585.022	6.126.533
Retiro	1.500.913	992.058	1.125.308	1.188.422	4.806.701
Aeroparque	222.149	319.102	381.981	396.600	1.319.832
Cantidad de turistas internacionales (solo Ciudad de Buenos Aires)	264.603	295.056	355.985	349.579	1.265.223
Aeroparque	11.211	19.971	17.444	20.791	69.417
Ezeiza	228.568	239.210	288.246	279.511	1.035.535
Puerto	24.824	35.875	50.295	49.277	160.271
Cantidad de turistas internacionales (Ciudad de Buenos Aires y resto del país)	432.640	393.028	488.124	520.411	1.834.203
Aeroparque	15.904	20.780	19.703	22.596	78.983
Ezeiza	389.632	335.287	416.501	446.619	1.588.039
Puerto	27.104	36.961	51.920	51.196	167.181

Fuente: Encuesta de Turismo interno de la Ciudad de Buenos Aires (2005) y Encuesta de Turismo Internacional (2005)

mo internacional en los trimestres 3 y 4 (entre 26,6% y 28,3%) y del turismo interno en el trimestre 1 (28,12%). Otras características de los datos revelan comportamientos estacionales distintos de los turistas según su lugar de entrada: se destaca que, por ejemplo, el 31% de los turistas residentes en nuestro país arriban a la Ciudad de Buenos Aires por Retiro en el primer trimestre (el 24,7% lo hace en el tercer trimestre) mientras que casi el 30% entra por Aeroparque en el cuarto trimestre (versus el 16% que lo hace en el primer trimestre).

También hay algunos comportamientos dispares entre trimestres según lugar de entrada en el caso del turismo internacional.

- Procedencia de los turistas

El lugar de procedencia de los turistas es también un indicador que debe tenerse en cuenta. Dentro del turismo interno (Tabla III.3), el 17,6% de los turistas proceden de la Provincia de

Tabla III.2

Estacionalidad del turismo interno y del turismo receptivo en la Ciudad de Buenos Aires

Año 2005 / En porcentaje

	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total
Cantidad de pasajeros	27,53	22,00	24,46	26,01	100,00
Retiro	33,19	20,67	22,17	23,97	100,00
Aeroparque	14,46	25,07	29,75	30,71	100,00
Cantidad de turistas internos	28,12	21,40	24,60	25,87	100,00
Retiro	31,23	20,64	23,41	24,72	100,00
Aeroparque	16,83	24,18	28,94	30,05	100,00
Cantidad de turistas internacionales (solo Ciudad de Buenos Aires)	20,91	23,32	28,14	27,63	100,00
Aeroparque	16,15	28,77	25,13	29,95	100,00
Ezeiza	22,07	23,10	27,84	26,99	100,00
Puerto	15,49	22,38	31,38	30,75	100,00
Cantidad de turistas internacionales (Ciudad de Buenos Aires y resto del país)	23,59	21,43	26,61	28,37	100,00
Aeroparque	20,14	26,31	24,95	28,61	100,00
Ezeiza	24,54	21,11	26,23	28,12	100,00
Puerto	16,21	22,11	31,06	30,62	100,00

Fuente: Encuesta de Turismo interno de la Ciudad de Buenos Aires (2005) y Encuesta de Turismo Internacional (2005)

Buenos Aires, siguiendo en importancia Córdoba (9,18%), Santa Fe y Mendoza (6,5%) aproximadamente, y Chaco, Misiones, Tucumán y Neuquén (entre 5% y 6 %). Como resulta natural, el factor más determinante en la procedencia y origen de los turistas es la localización y ubicación geográfica,

así como el nivel de ingreso o PBI y el tamaño del mercado (población). El análisis a nivel internacional muestra información que permite determinar que la proximidad geográfica es el determinante principal en la distribución de los flujos de turismo.

Mientras que -en el caso del turismo

Tabla III.3
Procedencia de los turistas residentes en
Argentina según provincia de origen.
Ciudad de Buenos Aires
Año 2005

Lugar de procedencia	Total	Participación (en %)
Buenos Aires	1.084.396	17,66
Córdoba	563.641	9,18
Santa Fé	416.604	6,79
Mendoza	404.351	6,59
Misiones	367.592	5,99
Tucumán	336.959	5,49
Neuquén	312.453	5,09
Chaco	306.327	4,99
Entre Ríos	287.947	4,69
Salta	287.947	4,69
Corrientes	269.567	4,39
Santiago del Estero	238.935	3,89
Río Negro	238.935	3,89
Chubut	196.049	3,19
Jujuy	147.037	2,40
Formosa	140.910	2,30
San Juan	116.404	1,90
Catamarca	91.898	1,50
Santa Cruz	91.898	1,50
Tierra del Fuego	85.771	1,40
La Rioja	55.139	0,90
San Luis	55.139	0,90
La Pampa	42.886	0,70
Total	6.138.786	100,00

Fuente: Encuesta de Turismo interno de la Ciudad de Buenos Aires (2005)

interno que visita la Ciudad de Buenos Aires- el 25% procede de las provincias limítrofes, este valor asciende a más del 55% cuando se hacen referencias al turismo procedente de los países limítrofes (Tabla III.4).

- Motivo del viaje y tipo de alojamiento

La caracterización de los turistas según motivo del viaje resulta interesante. Mientras que el 35,5% de los turistas internos que llegan a la Ciudad de Buenos Aires lo hacen para visitar a familiares y amigos, el principal motivo

de los turistas internacionales para arribar a la Ciudad son las vacaciones y el ocio (casi el 60%). Los turistas de reuniones representan aproximadamente un 25% en ambos tipos de turismo (Tabla III.5).

Otro indicador interesante, que se relaciona con el motivo del viaje, es el tipo de alojamiento utilizado en la visita (Tabla III.6). Esta variable está estrechamente relacionada con el motivo del viaje. Por ejemplo, los turistas internos se alojan principalmente en casas de familiares y/o amigos (60%) coincidiendo con el motivo principal del viaje que es precisamente la visita a familiares y/o amigos. Por el contrario, los turistas

Tabla III.4

Procedencia de los turistas internacionales en Argentina Ciudad de Buenos Aires.

Año 2005

Lugar de Procedencia	Total	Participación (en porcentaje)
Brasil	223.924	17,70
Chile	225.158	17,79
Uruguay	193.245	15,27
Paraguay	26.563	2,0
Bolivia	23.084	1,2
Perú	42.139	3,33
México	45.559	3,60
EE.UU/Canadá	156.622	12,38
Resto de América	100.460	7,94
Italia	22.716	1,80
España	49.615	3,92
Resto de Europa	80.976	6,40
Sudáfrica	19.898	1,57
Resto del Mundo	55.444	4,38
Totales	1.265.403	100,00

Fuente: Encuesta de Turismo Internacional (2005)

internacionales -cuya principal motivación son las vacaciones- se alojan predominantemente en hoteles (80%).

- Estadía promedio

Resulta interesante analizar también la estadía promedio, tanto de los turistas internos como de los turistas interna-

cionales. En el caso del turismo interno, se determina el porcentaje de individuos -según provincia de residencia- cuya estadía promedio es de entre 1 a 3 días, entre 4 a 7 días, entre 8 a 28 días, y 29 ó más (Tabla III.7). Para el turismo internacional, se presenta la estadía promedio según país de origen y de acuerdo, por un lado, al motivo del viaje y, por el otro lado, al tipo de alojamiento (Tablas III.8 y III.9).

Tabla III.5

Motivo del viaje del turismo interno y receptivo. Ciudad de Buenos Aires
Año 2005

Motivo del viaje	Interno		Internacional	
	Llegadas	Participación (en porcentaje)	Llegadas	Participación (en porcentaje)
Vacaciones/ Ocio	577.046	9,40	756.675	59,80
Visita a Fliars y Amigos	2.179.269	35,50	154.236	12,19
Negocios	1.577.668	25,70	302.556	23,91
Otros	1.804.803	29,40	51.936	4,10
Total	6.138.786	100,00	1.265.403	100,00

Fuente: Encuesta de Turismo interno de la Ciudad de Buenos Aires (2005) y Encuesta de Turismo Internacional (2005)

Tabla III.6

Tipo de alojamiento del turismo interno y receptivo. Ciudad de Buenos Aires
Año 2005

Tipo de Alojamiento	Interno		Internacional	
	Turistas	Participación (en porcentaje)	Llegadas	Participación (en porcentaje)
Casa de Amigos y Familiares	3.657.540	59,64	183.367	14,49
Hotel	1.617.405	26,37	1.014.201	80,15
Otros	857.715	13,99	67.835	5,36
Total	6.132.660	100,00	1.265.403	100,00

Fuente: Encuesta de Turismo interno de la Ciudad de Buenos Aires (2005) y Encuesta de Turismo Internacional (2005)

- Gasto promedio según región de residencia en Argentina y según país y/o región de origen

Finalmente, se presenta una estimación del gasto promedio según

región de residencia en Argentina y según país y/o región de origen.⁵⁴ Los turistas procedentes de Cuyo son los que realizan el mayor nivel de gasto, junto con los de la región Sur y Centro; en el caso del turismo internacional, son los procedentes de Sudáfrica y México, y, dentro de América del Sur, Brasil y Chile (Tablas III.10 y III.11).

Tabla III.7

Estadía promedio del turismo interno según provincia de origen, Ciudad de Buenos Aires.

Año 2005 / En porcentaje

Provincia/Noches	1 a 3	4 a 7	8 a 28	29 o más
Buenos Aires	54,80	30,40	10,20	4,50
Catamarca	33,20	35,00	19,10	12,60
Córdoba	59,10	29,10	10,30	1,50
Corrientes	39,30	36,60	15,20	8,90
Chaco	38,90	29,20	20,10	11,80
Chubut	54,70	31,40	11,00	3,00
Entre Ríos	44,80	34,20	13,90	7,00
Formosa	34,40	33,30	20,00	12,20
Jujuy	45,10	31,00	14,10	9,80
La Pampa	41,10	31,20	22,00	5,70
La Rioja	19,70	41,00	24,70	14,60
Mendoza	50,60	34,20	12,00	3,20
Misiones	35,20	33,40	22,00	9,50
Nuequén	41,10	36,10	17,90	4,90
Río Negro	33,90	36,90	24,40	4,80
Salta	48,30	26,50	17,80	7,40
San Juan	38,80	35,80	19,30	6,10
San Luis	48,80	34,90	10,50	5,80
Santa Cruz	52,00	28,90	15,40	3,70
Santa Fé	55,50	30,50	10,70	3,20
Santiago del Estero	34,20	31,70	26,60	7,50
Tierra de Fuego	48,60	31,70	18,50	1,20
Tucumán	43,90	28,50	20,60	7,10

Fuente: Encuesta de Turismo interno de la Ciudad de Buenos Aires (2005)

54. Las regiones consideradas en este apartado son las siguientes: Centro: Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe; Norte: Catamarca, Chaco, Formosa, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero y Tucumán; Litoral: Corrientes, Entre Ríos y Misiones; Sur: Chubut, Neuquén, La Pampa, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego; y Cuyo: Mendoza, San Juan y San Luis.

Tabla III.8

Estadía promedio según motivo del viaje y según país de origen del turismo receptivo, Ciudad de Buenos Aires.

Año 2005 / En días

Origen	Vacaciones/Ocio	Visita a familiares y amigos	Negocios	Otros
Brasil	4,60	9,27	4,55	12,47
Chile	3,94	5,68	3,82	9,68
Uruguay	3,12	6,10	3,01	3,11
Paraguay	3,95	10,78	3,71	9,40
Bolivia	7,48	17,02	5,02	12,67
Perú	6,93	14,65	6,00	17,07
México	5,94	15,76	7,20	33,89
EE.UU/Canadá	7,18	14,34	6,05	29,00
Resto de América	7,08	17,89	6,38	20,06
Italia	11,20	27,66	7,62	23,57
España	10,71	20,28	6,16	11,72
Resto de Europa	7,29	14,82	7,28	35,69
Sudáfrica	5,55	15,63	3,93	1,36
Resto del Mundo	6,95	22,07	7,00	1,98

Fuente: Encuesta de Turismo Internacional (2005)

Tabla III.9

Estadía promedio según tipo de alojamiento y según país de origen del turismo receptivo. Ciudad de Buenos Aires.

Año 2005 / En días

Origen	Casa de flia o amigos	Hotel 1*, 2* y 3*	Hotel 4* y 5*	Otros
Brasil	10,79	4,59	4,29	13,73
Chile	6,17	4,14	3,7	8,74
Uruguay	5,81	2,71	2,79	7,35
Paraguay	9,18	3,03	3,84	9,33
Bolivia	16,72	6,06	5,4	18,11
Perú	13,74	6,46	5,1	25,83
México	15,17	6,14	5,47	22,96
EE.UU/Canadá	14,57	6,69	5,5	25,72
Resto de América	16,35	6,83	5,89	28,17
Italia	24,94	6,65	5,98	31,27
España	18,87	7,51	5,48	41,73
Resto de Europa	16,46	5,92	5,17	22,5
Sudáfrica	18,59	4,79	5,27	5,86
Resto del Mundo	22,35	5,37	5,15	18,01

Fuente: Encuesta de Turismo Internacional (2005)

Tabla III.10

Gasto promedio diario del turismo interno según región de residencia. Ciudad de Buenos Aires.

Año 2005

Región	Pesos
Sur	178,9
Centro	176,4
Cuyo	168,8
Litoral	141,7
Buenos Aires	141,0
Norte	135,0

Fuente: Encuesta de Turismo interno de la Ciudad de Buenos Aires (2005)

Tabla III.11

Gasto promedio diario del turismo receptivo según país de origen. Ciudad de Buenos Aires.

Año 2005

Origen	Dólares
Brasil	122,33
Chile	120,31
Uruguay	75,37
Paraguay	107,67
Bolivia	76,72
Perú	94,88
México	141,55
EE.UU./Canadá	111,11
Resto de América	121,23
Italia	62,43
España	75,35
Resto de Europa	87,20
Sudáfrica	167,69
Resto del Mundo	99,39

Fuente: Encuesta de Turismo Internacional (2005)

Bibliografía

AFIP. 2006. *Estadísticas Tributarias*.

AFIP. 2007. *Informe de recaudación*.

Banco Central de la República Argentina. Estadísticas varias.

Cámara Argentina de Turismo. 2004. *Importancia de la Industria de Viajes y Turismo como Actividad Económica*. Informe elaborado por E. Amadasi, J. Busquets y E. O'Connor.

Cámara Argentina de Turismo. 2005. *Importancia de la Industria de Viajes y Turismo como Actividad Económica*. Informe de actualización. Documento preparado por J. Busquets y E. O'Connor.

Cámara Argentina de Turismo. 2006. *Importancia de la Industria de Viajes y Turismo como Actividad Económica*. 3º Informe. Documento preparado por J. Busquets y E. O'Connor.

Cámara Argentina de Turismo. 2007. *Informe sobre la importancia de la Industria de los Viajes y el Turismo*. 4º Informe. Documento preparado por J. Busquets, E. O'Connor y M.M. Harriague.

Centro de Economía Internacional. Estadísticas varias.

Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo. 2008. *Tourism Satellite Accounting. World. Key Facts at a glance*.

Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo. 2008. *Tourism Satellite Accounting. Regional Reports*.

Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo. 2008. *Tourism Satellite Accounting. Country Reports*.

Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo. 2008. *Tourism Satellite Accounting. Definitions and Methodology*.

Convenio Sector-Facultad de Ciencias Económicas (UBA). 2007. *Manual de implementación de la Cuenta Satélite de Turismo*.

Dirección Nacional de Cuentas Nacionales. INDEC. Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos de la Nación.

División de Estadística de Naciones Unidas. Organización Mundial del Turismo. 1994. *Recomendaciones sobre estadísticas del turismo*.

División de Estadística de Naciones Unidas. Organización Mundial del Turismo. 2008. *Recomendaciones sobre estadísticas del turismo*.

EMBRATUR. *Anuarios Estadísticos*. 2005-2007.

INDEC. 1994. *Censo Nacional Económico*.

INDEC. 1997. *Encuesta de Gasto de Consumo de los Hogares*.

INDEC. Estadísticas varias.

INDEC - Secretaría de Transporte. Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios. Subsecretaría de Transporte Aero comercial.

INDEC - Secretaría de Turismo de la Nación. 2001. 2004-2007. *Encuesta de Turismo Internacional*.

INDEC - Secretaría de Turismo de la Nación. 2006. *Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares*.

INDEC - Secretaría de Turismo de la Nación. 2004-2006. *Encuesta de Ocupación Hotelera*.

Gobierno de la Provincia de Salta. 2004. *Informe Estadístico de la Provincia de Salta*.

Gobierno de la Provincia de Salta. 2007. *Publicación Estadística*.

Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos de la Nación. *Metodología de estimación del Balance de Pagos*.

Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos de la Nación. *Estimaciones trimestrales del Balance de Pagos*.

Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay. 1998-2007. *Encuesta de Turismo Receptivo*.

Municipalidad de San Martín de los Andes. *Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico*.

Oliva, Miguel. 2007. El empleo en las ramas características del turismo en la Argentina.

Organización Mundial del Turismo. 1996. *Anuarios Estadísticos*.

Organización Mundial del Turismo. 2000. *Anuarios Estadísticos*.

Organización Mundial del Turismo. 2008a. *Tourism Indicators. Tourism Hlghlights. Tourism Market Trends*.

Organización Mundial del Turismo. 2008b. *Barómetro del Turismo Internacional. Marzo. Junio*.

Porto, N. 1999. El turismo como alternativa de crecimiento. Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata.

Porto, N. 2004. Economía del turismo. Un enfoque desde la teoría del comercio internacional. Tesis de Doctorado. Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata.

Secretaría de Turismo de la Nación Argentina. Dirección Nacional de Estudios de Mercado y Estadísticas. 2000-2006.

Secretaría de Turismo de la Nación Argentina. Dirección Nacional de Estudios de Mercado y Estadísticas. 2007.

Secretaría de Turismo de la Nación Argentina. 2005. *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable*.

Servicio Nacional de Turismo. Gobierno de Chile. 2004-2006. *Informe anual*.

Sistema Integrado de Jubilaciones y Pensiones.

Subsecretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. 2005. Encuesta de *Turismo interno*.

Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas. 2005.

Agosto 2008

■
LA IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD
ECONÓMICA DE TURISMO Y VIAJES
EN ARGENTINA

**Informe elaborado por
la Cámara Argentina
de Turismo, 2008**
■

www.camaraargentinadeturismo.travel

CAT Cámara Argentina
de Turismo