

# Crecimiento y factores de cambio del turismo y la hotelería

Noemí Wallingre

1

Artículo publicado en: Fasiolo Urli, Carlos (coord.) (2008), *Estrategia y Gestión de Emprendimientos Hoteleros. Cuestiones del turismo y la hotelería*, Editorial Osmar Buyatti, Buenos Aires.

---

## Presentación

En el marco de los trascendentes cambios producidos en el mundo como consecuencia, entre otras, de la globalización de la economía y la transformación de los factores de producción, es indudable la importancia que en las últimas décadas universalmente el turismo fue adquiriendo principalmente -y anticipándose al fenómeno globalizador- a partir de 1945 cuando se considera el inicio de la etapa del turismo masivo y de su fuerte expansión. Desde entonces, el sector se ha convertido en una de las actividades más dinamizadoras de la economía y en un importante factor para el desarrollo socioeconómico tanto en los niveles nacionales, regionales como locales. En esta etapa en el nivel internacional alcanzó un fuerte crecimiento con la consecuente generación de una marcada competencia entre los destinos así como la tendencia al surgimiento de nuevos.

Desde las primeras etapas del desarrollo del turismo moderno, fue ganando terreno la idea de esta actividad como proveedora de divisas. En un primer momento las organizaciones internacionales al igual que los gobiernos e investigadores, pusieron el énfasis en la importancia económica que el turismo, en particular el internacional, podía generar reconociendo el crecimiento económico en una determinada zona o país, el aporte de divisas, el incremento y la mejora del empleo, la contribución a la diversificación de la economía, etc.- Fue mucho tiempo más tarde que se inicio un análisis más integral comprendiendo que el turismo, no necesariamente produciría ingresos económicos sino que también podía provocar impactos sociales, culturales, ambientales, políticos e inclusive, también económicos.

Al respecto, Valls (1996:24) reconoce que *“El turismo es por naturaleza un sistema de distribución [...] Redistribuye millones de turistas a lo largo del espacio, y por lo tanto, también, redistribuye la renta, los empleos, las influencias culturales y los efectos del medio ambiente”*

El autor aporta que “*no existe otro sector con un crecimiento tan espectacular [...]*” El turismo era, en la década de 1980 el segundo sector de la economía mundial tras el petróleo. A partir del año 2000 paso a ser el primero, por delante de la industria automotriz, de los productos químicos, del petróleo y de la alimentación, dejando de ser un sector complementario para convertirse en el principal de las economías de muchos países.

Por su parte la Organización Mundial del Turismo, indica que el turismo -actividad que aunque recurrentemente se difunde corresponde al sector industrial, integra el terciario de la economía debido a que es una actividad basada en la prestación de servicios-, genera beneficios económicos contribuyendo al equilibrio de la balanza de pagos con ingresos genuinos de divisas en concepto de consumos y compras, incrementa el PBI, contribuye a generar empleos directos e indirectos, impulsa el desarrollo empresarial y, a través de mejorar los ingresos *per capita*, tiende a mejorar la calidad de vida de la población residente en los destinos turísticos.

El presente artículo repasará los cambios producidos en los últimos veinte años en el turismo mundial y argentino. Basará su análisis en los niveles de crecimiento de los movimientos turísticos, en los ingresos económicos generados y en los factores que produjeron los principales cambios. También se tendrá en cuenta el impacto que dicho crecimiento produjo en el incremento de la oferta hotelera.

## **Evolución del sector turismo en el nivel mundial**

La Organización Mundial del Turismo (OMT), organismo especializado de Las Naciones Unidas, informa anualmente las estadísticas correspondientes a la llegada de turistas internacionales. Además de incluir la evolución del turismo en el mundo, considera un análisis del fenómeno a partir de su división en 6 sub-regiones considerando para cada una el crecimiento o decrecimiento, según corresponda. Las sub regiones de análisis incluyen a Europa (Europa del Norte, Occidental, Central-Oriental y Europa Mediterránea Meridional), Asia y el Pacífico (Asia del Nordeste, Asia del Sudeste, Oceanía y Asia Meridional), Américas (América del Norte, El Caribe, América Central y América del Sur), Africa (Africa del Norte y Africa Subsahariana) y por último, Oriente Medio.

Entre los datos que se publican se incluyen la evolución anual de las llegadas internacionales, el porcentaje de cuota de mercado que le corresponde a cada sub-región, la variación y el crecimiento promedio anual.

A ello suma, la realización de un análisis de la evolución de las llegadas de turistas internacionales y el ingreso económico que las mismas generan, de los principales países en todo el mundo. Desde hace mucho tiempo, los tres primeros países receptores de turismo y de ingresos económicos son Francia, España y Estados Unidos. A pesar de ello y dadas las tendencias actuales caracterizadas por un mundo de incertidumbre, es importante y conveniente la realización de un seguimiento anual debido a los cambios que pueden producirse. Así por ejemplo, la OMT

reconoce que de continuar las actuales condiciones de los mercados, es muy probable que China alcance en un corto plazo el primer lugar entre los países del turismo receptivo.

No obstante, desde la masificación del turismo las mayores cuotas de mercado analizados por regiones, correspondieron siempre en primer lugar a Europa, seguido por América del Norte y luego por Asia Pacífico, siendo esta la región de mayor crecimiento en las últimas décadas. Sin embargo, África, el resto de América, incluyendo América del Sur y Oriente Medio, continúan siendo, a pesar de haber tenido interesantes incrementos, las sub regiones más postergadas.

Según informes de la OMT, en el período 1950-2000 el turismo tuvo un crecimiento promedio del 6,8% anual. La retrospectiva indica que en el año 1950 los movimientos mundiales del turismo fueron de 25 millones de personas generando un gasto de 2.100 millones de dólares mientras que en el año 2000 alcanzó a 637 millones de turistas con un total de ingresos de 527 millones de dólares de ingresos. Entre 1990-2001 el nivel promedio de crecimiento del turismo internacional fue del 72,7 %.

#### **Ingresos turísticos por región año 1986**

<b>Región</b>	<b>Ingresos de Turistas</b> (en millones) <b>1986</b>	<b>Ingresos económicos</b> (en millones de dólares) <b>1986</b>
América del Norte	63.340	33.521
América del Sur	7.043	4.131
Asia	41.396	21.293
URSS	4.309	163
Oceania	3.423	2.976
Europa	214.311	74.345
África	10.179	3.757
<b>Total mundial</b>	<b>340.891</b>	<b>140.023</b>

Fuente: Elaboración propia en base a Statistical Yearbook (1991), Naciones Unidas, New York

El número de llegadas de turistas internacionales en 2005 se calculó en 808 millones representando un incremento del 5.5 % respecto del año anterior.

Para ese año, el crecimiento por continentes quedó distribuido en el 10 % para África, el 7 % Asia y Pacífico, el 7 % Oriente Medio, el 4 % Europa y Las Américas, con un 6 %. El primer lugar en receptivo regional corresponde al continente europeo, seguido por Asia y el Pacífico, América, África y Oriente Medio.

En América, sostiene el mayor porcentaje de ingresos América del Norte (67 %) seguida por El Caribe (14 %), América del Sur (13,5%) y finalmente América Central (5,5 %). Este último destino tuvo un crecimiento de hasta el 14 % en algunos países y en el caso de América del Sur de hasta el 13 % considerándose que para esta región el crecimiento en el año 2005 fue muy positivo. La OMT (2006) informa que los mayores crecimientos de la región se registraron en Venezuela y en Colombia, mientras que Argentina, Brasil, Chile, Paraguay, Perú, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua registraron, o iban camino de registrar, tasas de crecimiento de entre el 10% y el 20 %.

### Evolución de los ingresos turísticos por región años 2000-2005

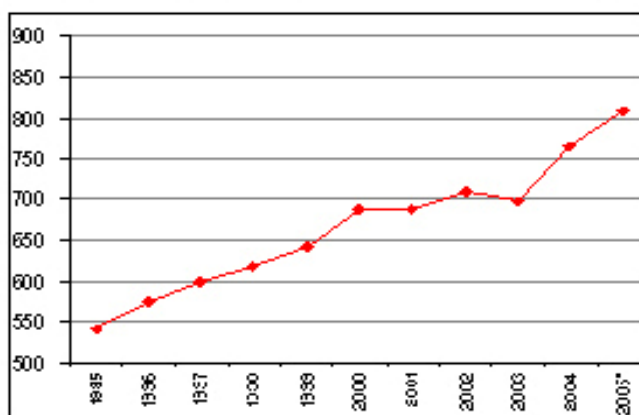
Llegadas de turistas internacionales por (sub)regiones

	Año completo											Media		Cuota	
	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	03/02	04/03	05*/04	05*/04	05*/00	2000-2005*	2000	2005*	
	abs. (millones)						variación (%)					abs. (millones)		variación (%)	
Mundo	888	888	708	887	788	808	-1.7	10.0	5.5	42.3	119.2	3.2	100	100	
Europa	388.2	385.8	407.4	408.8	425.8	443.8	0.3	4.2	4.3	18.3	47.7	2.3	57.5	54.8	
Europa del Norte	44.6	42.3	43.8	44.5	48.4	51.8	1.8	8.6	7.1	3.4	7.2	3.0	6.5	6.4	
Europa Occidental	139.7	135.8	138.0	136.1	138.7	141.1	-1.4	1.9	1.7	2.3	1.4	0.2	20.3	17.5	
Eur. Central/Oriental	71.2	74.0	78.1	80.3	89.1	92.3	2.8	11.0	3.6	3.2	21.1	5.3	10.3	11.4	
Europa Meridional/Mediterránea	140.8	143.7	147.6	147.7	149.5	158.8	0.1	1.2	6.2	9.3	18.0	2.4	20.4	19.6	
Asia y el Pacífico	111.4	118.8	128.1	114.2	145.4	158.2	-8.4	27.3	7.4	10.8	44.8	7.0	18.2	18.3	
Asia del Nordeste	58.3	61.0	68.2	61.7	79.4	87.5	-9.6	28.6	10.2	8.1	29.2	8.5	8.5	10.8	
Asia del Sudeste	37.8	40.7	42.8	37.0	48.3	50.2	-13.6	30.3	4.1	2.0	12.5	5.9	5.5	6.2	
Oceanía	9.2	9.1	9.1	9.0	10.2	10.6	-0.9	12.4	3.9	0.4	1.3	2.7	1.3	1.3	
Asia Meridional	6.1	5.8	5.8	6.4	7.6	7.9	10.2	18.1	4.5	0.3	1.8	5.4	0.9	1.0	
Américas	128.2	122.2	118.7	113.1	125.8	133.1	-3.1	11.2	5.8	7.3	4.8	0.8	18.8	18.5	
América del Norte	91.5	86.4	83.3	77.4	85.9	89.4	-7.1	10.9	4.1	3.5	-2.1	-0.5	13.3	11.1	
El Caribe	17.1	16.8	16.0	17.0	18.2	19.2	6.5	6.7	5.4	1.0	2.1	2.3	2.5	2.4	
América Central	4.3	4.4	4.7	4.9	5.8	6.6	4.2	17.8	13.6	0.8	2.2	8.6	0.6	0.8	
América del Sur	15.2	14.6	12.7	13.7	16.0	18.0	7.9	16.2	12.7	2.0	2.8	3.4	2.2	2.2	
África	28.2	28.8	28.5	30.7	33.3	38.7	4.1	8.4	10.1	3.4	8.5	5.4	4.1	4.5	
África del Norte	10.2	10.7	10.4	11.1	12.8	13.6	6.6	15.5	6.1	0.8	3.4	5.9	1.5	1.7	
África Subsahariana	18.0	18.2	19.1	19.6	20.5	23.1	2.8	4.5	12.6	2.6	5.1	5.2	2.6	2.9	
Oriente Medio	25.2	25.0	28.2	30.0	35.8	38.4	2.8	18.8	8.8	2.5	13.2	8.8	3.7	4.8	

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ♦

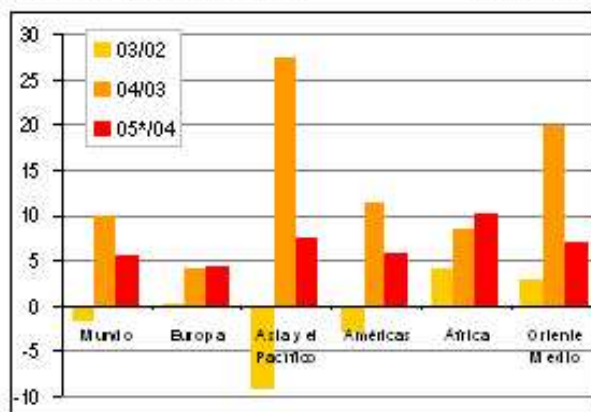
(Cifras procedentes de la OMT, enero de 2006)

Mundo: Turismo receptor  
Llegadas de turistas internacionales (millones)



Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT)

Mundo y regiones: Turismo receptor  
Llegadas de turistas internacionales (variación, %)



Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT)

Fuente OMT, en <http://www.world-tourism.org/espanol/newsroom/menu.htm>

En 2006 se calculó en 842 millones el número de llegadas internacionales, representando un incremento del 4,5 % respecto de 2005. Para este año el crecimiento por continentes quedó distribuido en el 8,1% para África, el 7,6 % Asia y Pacífico, el 4 % Oriente Medio, el 4 % Europa y Las Américas, con sólo un 2 %.

Los datos permiten interpretar que las variaciones acontecidas en el período 1986-2005 son muy relevantes tanto en los movimientos turísticos como en el ingreso económico generado por el sector y oscilando en la distribución regional.

Europa sostiene dentro del período el primer lugar, mientras que América del Norte fue sustituida por la región Asia-Pacífico. Las restantes regiones, incluyendo a la sub-región América del Sur, mantienen sus históricos lugares, muy alejados en los porcentajes de participación respecto de los tres primeros.

Sin embargo, sobresale el crecimiento particular de algunos países de América del Sur y Central, Caribe y África.

Un dato no menor, es la proyección que la OMT realiza sobre el futuro de la actividad mundial. Estima que para el año 2020 los movimientos turísticos internacionales alcanzará los 1.560 millones de personas con una producción de ingresos económicos de 2 billones de U\$\$, representando una tasa de crecimiento media anual del 4,3 % el 6,7 % respectivamente, mucho más elevada que la probable expansión máxima de la riqueza mundial.

Otro aspecto de resaltar es que ese organismo menciona que la proporción de la población mundial que realizó viajes por turismo internacional al año 1998, represento solo el 3,5 % de la población mundial proyectando como posible una estimación del 7 % hacia el año 2020. Asimismo el turismo interno sigue siendo más importante en términos económicos que el internacional y también tendrá un crecimiento sostenido aunque diferenciado por países.

### **Factores de incremento y de cambio del turismo**

El fuerte incremento producido en el sector turismo en todo el mundo, aunque no de forma equitativa en todas las regiones, justifica realizar algunas observaciones respecto de las causas y factores que ocasionaron determinados cambios.

Para entender el fuerte incremento en los desplazamientos turísticos de los últimos veinte años es necesario hacer una breve retrospectiva. A partir del año 1945 se produjeron una serie de acontecimientos que fueron definiendo el posterior desarrollo de la actividad. Entre los mismos, y desde el estudio de la demanda, se encuentran los derechos adquiridos por los trabajadores, la calidad de vida que alcanza a la población y, el fuerte crecimiento de la población y su distribución entre países desarrollados y subdesarrollados así como el porcentaje de población urbana y que habita en grandes metrópolis.

#### ***Derechos adquiridos por los trabajadores***

En 1919 se produce un importante avance universal cuando la Conferencia de Versalles creó la Organización Internacional del Trabajo (OIT), dependiente en sus inicios de la Sociedad de las Naciones. Ésta declaró que *“el trabajo no es una mercancía o artículo de comercio”* a la vez que afirmó *“el derecho de asociación para asalariados y empresarios”*. En 1934 la OIT, designó en Ginebra un Comité Consultivo de Corresponsales para el Estudio del Tiempo Libre, el cual cuatro años más tarde, se denominó Comisión del Tiempo Libre de los Trabajadores. Fue un importante antecedente que se vio consolidado cuando en 1936 esa organización declaró el derecho a las vacaciones pagas. En 1948 se sumó la Asamblea de las Naciones Unidas con la aprobación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. En el artículo 24 proclama que *“Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas.”*; mientras que en el artículo 27 amplía que *“Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten.”*

De esa forma quedó reconocida universalmente la importancia del tiempo libre, destinado al descanso y la recreación de todos los seres humanos de la tierra, sin distinción de clases sociales y que, consecuentemente dará el más importante impulso al desarrollo del turismo de masas. A partir de esos reconocimientos 'estar ocioso' fue reconocido como un derecho y una necesidad.

Sin embargo, las referidas declaraciones tienen un carácter programático y ese derecho pudo llegar a constituirse como tal, una vez implementada la legislación laboral de cada país. A partir de las mismas se fueron estipulando los derechos al acceso a un tiempo vacacional y recreativo. Los países más desarrollados son los que primeramente obtuvieron las mayores y mejores conquistas, quedando los países periféricos más postergados.

Otro aspecto relacionado con el crecimiento de los viajes, es que si bien los seres humanos disminuyeron, en particular en los países más avanzados, el tiempo de trabajo, las exigencias laborales tendieron a incrementarse, siendo las jornadas más agotadoras o estresantes, que tienden a producir una mayor necesidad de descanso y evasión, dando lugar a una mayor cantidad de viajes anuales por turismo.

### ***La calidad de vida de la población***

La mejor calidad de vida, entendida como el mayor bienestar al que accede la población, es otro de los factores determinantes del crecimiento turístico.

Hasta finalizada la década de 1980 el progreso de un país y de sus habitantes era medido solamente a partir del Producto Nacional Bruto -PNB- y del PBI *per capita*. A partir del año 1990 se encontró una forma de medición socioeconómica mejor y más integral que dio como resultado la publicación del primer informe sobre Desarrollo Humano -I.D.H.-, generado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). El I.D.H. es un índice que introdujo una nueva modalidad para la medición del desarrollo humano combinando para su cálculo una serie de indicadores que da como resultado un índice compuesto. Es una medida sinóptica del desarrollo humano que mide los adelantos medios de un país en tres aspectos básicos del desarrollo humano: una vida larga y saludable, medida por la esperanza de vida al nacer; conocimientos, medidos por la tasa de alfabetización de adultos y la combinación de las tasas brutas de matriculación primaria, secundaria y terciaria, y un nivel de vida decoroso, medido por el PIB *per capita*.

El índice ofrece una alternativa para la medición del adelanto socioeconómico relativo de los países. Posibilita que los pueblos y sus gobiernos evalúen los progresos logrados a lo largo del tiempo y determinen prioridades para acciones políticas; ponen de manifiesto las disparidades regionales dentro de un mismo país; estimular las políticas de asistencia entre países y posibilitar comparaciones entre experiencias de diferentes países.

El PNUD clasifica a todos los países en tres grupos atendiendo al nivel de desarrollo humano. Considera que los países con I.D.H. inferior a 0,500 tienen bajo nivel de desarrollo humano; aquellos cuyo I.D.H. está comprendido entre 0,500 y 0,799 un nivel mediano y superior a 0,800 un nivel alto.

Los países que poseen un I.D.H alto son los poseedores de la mejor calidad de vida en su población. Ese índice se logró en aquellos países con gobiernos que alcanzaron estabilidad política, social y económica y poseen óptima salud y educación.

Al año 2000, sobre un total de 162 países, 48 (30 %) son poseedores de un nivel alto de I.D.H perteneciendo la gran mayoría a la región europea y A. del Norte. Sin embargo, son muy pocos los países que se incluyen en un nivel alto en la región del Asia Pacífico, región del Golfo y América Latina. Suman 78 (48 %) los países con I.D.H medio y 36 (22 %) los que pertenecen al grupo de países con I.D.H bajo, la mayoría de éstos últimos pertenecen a la región africana, algunos asiáticos y Haití, en la región Caribe.

Los principales países poseedores de la mayor calidad de vida son los concentrados en la región del Atlántico Norte (Europa Occidental y A. del Norte) y Pacífico Norte (Japón y Corea del Sur), aunque en las últimas décadas se incorporaron otros países de la región sudeste de Asia, que tuvieron un fuerte desarrollo económico, repercutiendo esos beneficios en ciertos sectores de la población. Es en consecuencia, en esas regiones donde se generan los mayores movimientos turísticos internacionales constituyéndose esos países, en los principales emisores como también en los principales receptores de turismo.

En tanto que los países que disponen de una menor calidad de vida, generan movimientos turísticos muy inferiores. Sin embargo, deben realizarse algunas observaciones al respecto. En los países desarrollados un mayor porcentaje de la población accede a los viajes turísticos. En los países subdesarrollados lo hace un menor porcentaje, pero no obstante, en todos los países por más elevado grado de pobreza en el que se encuentren siempre una franja de la población, aunque sea minoritaria, viajará (la clase alta, media alta).

### ***Crecimiento y distribución de la población mundial***

Habiendo ingresado en el siglo XXI la población mundial sufrió un crecimiento acelerado que se estimó para el año 2005 en 6.500 millones de habitantes. La misma no tiene una distribución equitativa en relación con la riqueza. Por el contrario, Naciones Unidas difundió las tendencias para el futuro. En el año 2025 la población se estima en 8.500 millones de habitantes, de los cuales el 84 % habitará en países subdesarrollados y solo el 16 % lo hará en países desarrollados, mientras que en la década de 1990 la estimación fue del 77 % y 23 % respectivamente. Los datos indican una tendencia hacia una mayor concentración de la riqueza en unos pocos países, los altamente industrializados, pudiendo incluirse algunos de desarrollo reciente, los cuales coincidentemente son los poseedores de la mayor calidad de vida.

Así también, se estima que en la actualidad más del 61 % de la población urbana habita en grandes urbes. Entre las de mayor población se encuentran Nueva York, Tokio, París, Londres, México, Río de Janeiro, San Pablo, Buenos

Aires, El Cairo, Los Angeles, Seul, Mombay, Beijing y Yakarta. Son los habitantes, generalmente residentes en las grandes ciudades que garantizan una mejor calidad de vida, y donde su sistema de vida tiende a generar un mayor agotamiento físico y psíquico, que provocan una necesidad casi imperiosa de evasión y descanso, los que generan los mayores desplazamientos turísticos, constituyéndose esas metrópolis en las principales generadoras de demanda. No debe interpretarse que los habitantes de ciudades intermedias o pequeñas no necesiten evadirse, descansar y viajar, sino que, el orden de importancia en la generación de mercados turísticos esta dado por las primeras.

Por su parte la OMT (1998) y relativo a los factores que ocasionaron los cambios en el turismo sintetiza a varios de los mismos. Están los que tienen que ver con los cambios producidos por los propios consumidores los cuales se guían por nuevas prioridades y preocupaciones. Por su lado, y vinculado a esto último, los operadores turísticos, con la creación de paquetes turísticos más diferenciados, flexibles y adaptables a los diferentes segmentos; en la tecnología, que permite una producción más dinámica y flexible, a la vez que facilita y agiliza las comunicaciones y la obtención de información tanto a través de los sitios en internet como de los Sistemas Generales de Distribución -GDS-; en una nueva forma de gestión que incluye la maximización de los beneficios a través de la clara definición de segmentos objetivos y la satisfacción de las expectativas de los mismos para lo cual las estrategias de calidad se constituyen en imprescindibles. Otro de los factores a considerar es la búsqueda constante de una mayor eficiencia e innovación, en las condiciones del entorno a partir de una mayor valoración y respeto de los aspectos medioambientales tendientes a desarrollar un turismo sustentable en el tiempo. Por último, es fundamental el desempeño en un mercado de carácter cada vez más internacional y donde la competencia puede estar en cualquier destino, sin importar si cercano o lejano porque el fuerte desarrollo de los transportes, en particular el aéreo, tienden a minimizar tanto la distancia espacial como la temporal.

La totalidad de los aspectos considerados respecto del crecimiento así como de los cambios desarrollados, influyeron notablemente en la posibilidad que tienen las personas para acceder al turismo dando lugar a que esta actividad se convirtiera en uno de los fenómenos económicos y sociales más importantes de las últimas décadas.

### **Las tendencias del mercado turístico internacional**

La OMT reconoce que el principal problema de la actual situación del turismo mundial es la incertidumbre. La situación económica del mundo y la inseguridad reinante, contribuyen a que deba seguirse muy de cerca la evolución de la actividad. A pesar de ello, el organismo asegura que el turismo seguirá en aumento tanto en el número de desplazamientos como en los gastos realizados aunque no todas las zonas o unidades de negocios crecerán de la misma manera. Se considera que crecerán aquellos destinos que armonicen y adapten su oferta a las expectativas de la demanda, que se actualicen permanentemente y que ofrezcan un precio justo en función del valor

ofrecido. En la mayoría de los países del mundo, el turismo interno seguirá liderando tanto en términos de desplazamientos como de ingresos económicos.

El turismo masivo de playa tenderá a decrecer globalmente en las zonas tradicionales, mientras que en las zonas emergentes, es decir en aquellos destinos de reciente desarrollo, el ciclo de vida del destino que ofrece ese producto, tenderá a ser más corto. El turismo urbano, en la medida en que se re-estructure, tendrá un gran crecimiento en las próximas décadas así como el turismo de naturaleza en todos sus aspectos y los acontecimientos programados, incluyendo a los parques temáticos.

Como ya quedara expresado, la OMT también identifica, entre las tendencias hacia el futuro, un mayor uso de la tecnología tanto para la gestión de información como para la comercialización y los transportes que agilizarán los desplazamientos. Los fuertes avances tecnológicos producen una gran automatización que permite vivir cotidianamente sin estar expuestos a otras personas. Por consiguiente los seres humanos buscarán cada vez más el contacto humano y se considera que el turismo será la principal forma de alcanzarlo.

Se acentuará, una mayor polarización de los gustos de los turistas, es decir, entre los que buscan más comodidad y confort de aquellos que prefieren una mayor aventura; el desarrollo de productos temáticos muy específicos destinados a una segmentación cada vez más marcada en función de la experiencia; el aumento de los viajes por negocios; la realización de más viajes al año aunque con un tiempo de duración menor y el conflicto cada vez mayor entre la creciente concientización socio ambiental del consumidor y la necesidad imperiosa de consumir viajes.

#### **Megatendencias turísticas**

- Globalización - localización.
- La tecnología electrónica se convertirá en un factor todopoderoso para influenciar la elección del destino y la distribución.
- Viaje por vía rápida - los pasaportes serán reemplazados por la lectura informática de las manos o de las retinas, viaje sin billetes, plastificación de cheques del viajero.
- Los clientes llevarán la voz cantante mediante la utilización de tecnologías como los atlantes en CD-ROM, la inspección de hoteles y otras instalaciones por Internet, los intermediarios ofertarán habitaciones con descuento mediante los sitios web, tarifas aéreas baratas, de última hora, por correo electrónico, etc.
- Polarización de los gustos de los turistas: los que buscan la comodidad frente a los amantes de la aventura.
- El mundo será cada vez más pequeño para los turistas - más turismo con destinos insólitos y el advenimiento del turismo espacial.
- Destinos como accesorios de moda.
- Desarrollo de mercados por producto - objetivo (especialmente los temáticos) orientado a una, o a una combinación, de las tres E: entretenimiento, excitación y educación.

- Más destinos centrándose en la imagen como requisito previo para la diversificación y para la expansión del poder de atracción, por ejemplo, la maniobra española para pasar de ser un destino de paquetes turísticos baratos a promocionarse sobre la base de la belleza y la cultura
- Todos al acecho del turista asiático.
- Creciente impacto de las campañas lideradas por los consumidores para el desarrollo turístico sustentable y el comercio justo en el turismo.
- Conflicto entre la creciente concientización socio-medioambiental del consumidor y la necesidad imperiosa de consumir viajes.

Fuente: OMT, 1998:42

Si bien la OMT realizó un estudio que analiza las proyecciones y el desarrollo de la actividad al año 2020 y los aspectos relevantes que la caracterizarán, es necesario tener en cuenta que siempre pueden surgir impactos imprevisibles que pueden hacer cambiar el rumbo del crecimiento del turismo en el mundo, en una región, país o localidad. Por lo tanto, en esta actividad nunca pueden considerarse totalmente certeras las previsiones aunque sí marcan el camino y por lo tanto deben ser tenidas en cuenta.

Entre las previsiones de movimientos turísticos más importantes para el período 1995-2020 que realizó ese organismo, se indica que Europa seguirá siendo la región de destino más importante, aunque con una tasa de crecimiento inferior a la tasa media mundial a la vez que seguirá siendo la región de mayor emisión en el mundo. Para Las Américas, incluyendo América del Norte, Central y del Sur, si bien continúa con la llegada de turistas internacionales, prevé una modesta tasa de crecimiento; Asia Oriental y el Pacífico, tendrá una tasa de crecimiento por encima de la media internacional, cambio que será liderado por Asia del Nordeste, que se constituye en la segunda región de destino, superando a Las Américas, mientras que las restantes regiones del mundo (Oceanía, África, resto de Asia y Medio Oriente) continuarán con su crecimiento aunque en zonas o destinos bien definidos.

## Evolución del turismo argentino

La Secretaría de Turismo de la Nación es el organismo del gobierno nacional que tiene la responsabilidad de elaborar y difundir -aunque en forma conjunta con otros organismos especializados- los indicadores turísticos. Desde hace muchos años entre los indicadores analizados se encuentran la llegada de turistas extranjeros al país, la variación según los países de origen, su evolución en el tiempo y los gastos de esos turistas desagregados por país de origen, promedio de estadía, gasto promedio diario *per capita* y gasto medio en compras *per capita* y los ingresos de divisas generados por los turistas y la variación según el país de origen. Asimismo se considera la salida de argentinos al exterior y el egreso de divisas producidos por esos viajes. También disponen de indicadores relacionados con la evolución de la oferta hotelera existente en cada provincia. Los mismos se analizan desagregados entre alojamiento hotelero (a la vez que diferenciados entre hoteles de 1 a 5 estrellas, apart hotel y hoteles sin categorizar) y alojamiento parahotelero (diferenciados en hostería, hospedaje, residencial, estancia, cabañas o bungalow, motel y otros).<sup>1</sup>

El documento Guía de Oportunidades de Inversión para el sector turismo que difundió la Sectur (2006/7), realiza el análisis tradicional para la cuenta viajes analizando para cada año de estudios la cantidad de turistas ingresados, de turistas argentinos egresados y los gastos totales estimados realizados por ambos mercados.

Un aspecto importante de resaltar es que, si bien la Secretaría de Turismo de la Nación es el organismo oficial responsable de la elaboración de los indicadores de alcance nacional, cada organismo provincial y municipal debe entender sobre la necesidad de construir indicadores confiables que le permitan medir objetivamente el desarrollo de la actividad y sus impactos reales en las comunidades. La disponibilidad de información cuanti-cualitativa<sup>2</sup>, es muy necesaria para la posterior toma de decisiones tanto en los sectores públicos como privados. Caso contrario, muchos destinos mitifican, por ejemplo, los importantes ingresos económicos y beneficios que el sector genera, aunque desconocen los verdaderos impactos y tienden, de esa forma, a distorsionar la realidad.

Mediante la Cuenta Viajes<sup>3</sup> del Manual Balanza de Pagos del Banco Central de la República Argentina, computa las entradas y salidas de divisas por turismo.

Analizando el período de estudio de este trabajo, la Secretaría de Turismo de la Nación informó que en el año 1986 el ingreso total de turistas fue de 1.774.483, provenientes, 1.418.933 de los países limítrofes, 172.359 de Europa,

---

<sup>1</sup> Es conveniente resaltar que la información estadística empleada y producida por la Sectur u otros organismos gubernamentales, contienen importantes diferencias según el año en que los datos fueron publicados, inclusive dentro de un mismo organismo.

<sup>2</sup> Los destinos que desarrollaron indicadores solo consideraron los cuantitativos siendo necesario contar además con nuevos datos cualitativos que permitan identificar nuevas necesidades en la demanda para poder satisfacerlas.

<sup>3</sup> La Cuenta viajes computa los bienes y servicios que los turistas adquieren en un país durante su estadía incluyendo los gastos por alojamiento, alimentos y bebidas, espectáculos, transporte en la economía visitada y compras personales.

147.040 del resto de América y 36.151 del resto del mundo. El total de ingresos por turismo fue de 1.128,6 millones de dólares, sobre un total de ingresos por exportación de 8,852 millones de U\$. La participación del sector turismo sobre el total de ingresos por exportación fue del 14,1 %.

En el año 2005 el ingreso de turistas extranjeros alcanzó los 3.895.396 millones y generó un ingreso total de US\$ 2.664.500 millones y un crecimiento en el ingreso de turistas del 12,7 % en relación con el año anterior. Los primeros cinco puestos en receptivo de turismo hacia Argentina fueron Chile, Paraguay, Brasil, Europa y Uruguay. Los mercados internacionales que observaron los mayores crecimientos hacia el país fueron Europa, Estados Unidos, Brasil y resto de América Latina.

De esta forma el sector turismo superó a las tradicionales exportaciones de cereales, petróleo y carne, se constituyó en la cuarta actividad generadora de divisas al país, superada solamente por la industria de alimentos destinados a animales por las grasas y aceites. Esos ingresos representaron el 8,1 % de las exportaciones nacionales y superaron el 50 % de los correspondientes a los ingresos por servicios. En ese año, por primera vez, se revirtió la balanza turística, superando el número de ingreso de extranjeros al de los argentinos que viajaron al exterior.

La Cuenta Viajes determina que entre 1990-2005 el incremento en las llegadas fue de 101,6 % y de 135,6 % en el nivel de gasto.

Un dato destacable es que a partir del año 2002 y debido al efecto devaluación del país fue derogada la Ley de Convertibilidad<sup>4</sup> dando lugar a la liberación del cambio. Esa decisión produjo un mayor interés para el turismo extranjero, debido a los precios relativos más bajos, con un mayor turismo receptivo, aunque como consecuencia que el mayor porcentaje de los mismos proviene de los países limítrofes -en el año 2004 el 64,17 % del turismo internacional correspondió a los mismos-, el ingreso no representó un incremento importante respecto de los anteriores años debido a que el promedio de gasto y de permanencia de los mismos es menor que los generados por el turismo de los países lejanos.

---

<sup>4</sup> la Ley de Convertibilidad tuvo por finalidad alcanzar la estabilidad en los precios en el largo plazo a la vez que pretendía disciplinar al sector privado local, inhibiendo de incrementar sus precios debido a la competencia externa y lograr una mayor captación de inversiones extranjeras. Preveía el compromiso gubernamental de convertir un peso argentino por un dólar estadounidense y prohibía el ajuste inflacionario en cualquier tipo de contrato.

**Evolución de ingresos de turistas internacionales y gastos turísticos de Argentina 1990 -2005**

Año	Ingreso de viajeros	Variación %	Gastos totales (millones de US\$)	Variación %
1990	1.930.034		1.130,9	
1991	1.708.183	-11,5%	1.241,1	+9,7%
1992	1.703.910	-0,3%	1.413,0	+13,8%
1993	1.918.462	+12,6%	1.625,1	+15,0%
1994	2.089.414	+8,9%	1.862,0	+14,6%
1995	2.288.694	+9,5%	2.144,1	+15,1%
1996	2.613.909	+14,2%	2.541,5	+18,5%
1997	2.764.226	+5,8%	2.693,0	+6,0%
1998	3.012.472	+9,0%	2.936,2	+9,0%
1999	2.898.241	-3,8%	2.811,6	-4,2%
2000	2.909.468	+0,3%	2.817,3	+0,1%
2001	2.620.464	-9,9%	2.547,4	-9,5%
2002	2.820.039	+7,6%	1.476,3	-42%
2003	2.995.272	+6,2%	1.942,3	+31,6%
2004(*)	3.456.527	+15,4%	2.162,7	+11,3%
2005	3.895.396	+12,7%	2.664,5	+23,2%

(\*) A partir del 2004, se modificó la metodología de cálculo del gasto al incorporar el resultado de los encuestados de turismo internacional. Fuente INDEC



Fuente: Secretaria de Turismo de la Nación Argentina (2007), “Guía de oportunidad de inversión para el sector turismo”, en: <http://turismo.gov.ar>

Argentina ocupó según la OMT (1994) en el año 1985 el sexto lugar en ingresos turísticos de Las Américas y en el año 2005 el segundo en el receptivo de turismo de América del Sur, detrás de Brasil, y el séptimo lugar en América, aunque muy distante respecto de los ingresos de los países líderes.

Las proyecciones para el año 2010, realizadas en el año 2005 por la SECTUR, son un arribo de 4.419.446 turistas extranjeros (hipótesis moderada); y de 5.095.934 (hipótesis optimista), mientras que para el 2016 se consideró un ingreso de 5.087.904 y 6.665.504 respectivamente.

#### Participación del sector turismo sobre el total de ingresos por exportación

1990	<b>13,8 %</b> (representó el 4 % del PBI)
2005	<b>8,1 %</b> (representó el 7,7 % del PBI)

Fuentes: Sectur- CAT

Respecto de la demanda internacional, en el año 2000, condición que se sostuvo dentro del período de estudio, los destinos de preferencia de los turistas fueron la ciudad de Buenos Aires, San Carlos de Bariloche, en particular para el mercado brasilero, Puerto Iguazú, Puerto Madryn, El Calafate, Ushuaia, Mendoza y Norte argentino. La ciudad de Buenos Aires actúa como distribuidor hacia el interior del país del turismo internacional y recibió el 50 % del turismo internacional.

#### La demanda turística interna

La década de 1980, encontró al país por una marcada inestabilidad política y económica que influyó en los movimientos del turismo interno aunque en términos generales siempre tendientes hacia el crecimiento. El estudio realizado por Kralich (1986:20) denota que, respecto de los orígenes y destinos del turismo, las mayores proporciones de flujos se destacan como principales áreas receptoras la Metropolitana de Buenos Aires, la provincia homónima y la de Córdoba. En el nivel provincial sobresalen Buenos Aires, contenedora de Mar del Plata como principal centro, así como el Partido de la Costa que incluye numerosas localidades turísticas. Hacia la Costa Atlántica convergió, en 1984, el 45 % del turismo interno, seguido por las sierras de Córdoba y con valores en un tercer puesto la provincia de Entre Ríos. Casi el 80 % del turismo interno se reparte entre la Costa Atlántica, el Distrito Federal y el área inter-serrana cordobesa. En el resto del país los ingresos fluctúan entre 50.000 y 500.000 turistas. El grupo compuesto por Mendoza, Neuquén-Río Negro y Misiones, contó con cantidades de arribos superiores a 300.000. El conjunto más numeroso integrado por La Pampa, Tucumán, Chubut, Salta, Jujuy, Chaco, Corrientes, Santa Fe, San Juan, Santiago del Estero y Catamarca, mostró ingresos de entre

100.000 y 200.000. Santa Cruz, Tierra del Fuego, Formosa, La Rioja y San Luis, conforman el último grupo donde se produjeron recepciones por debajo de las anteriores.

Los principales motivos de viajes considerados fueron en primer lugar por turismo y recreación, seguidos por los sociales y familiares, profesionales, culturales y de salud. Por su parte, los valores estacionales indicaban que para el año 1986, entre diciembre y marzo se produjo el 76 % de los desplazamientos, mientras que entre junio y septiembre apenas el 11 %, acentuándose los desplazamientos en verano hacia la Costa Atlántica, Córdoba, Entre Ríos, Mendoza, San Luis, El Calafate y Tierra del Fuego, y en invierno hacia Termas de Río Hondo, mientras que la ciudad de Buenos Aires, Iguazú, Bariloche, entre otros destinos, mostraron una distribución más equitativa entre el verano, invierno y resto del año.

Durante la década de 1990, las reformas político económicas instrumentadas, mejoraron algunos aspectos que tendieron a favorecer al turismo emisor. Los argentinos de la clase media contaron con la posibilidad de viajar masivamente a destinos internacionales, aspecto que los llevó a exigir una mejor relación precio-calidad, volcando, posteriormente, esos requerimientos en las prestaciones de servicios turísticos nacionales. Los egresos de argentinos hacia el extranjero crecieron de 2.398.364 en 1990 a 4.786.366 en 1999 acentuando el nivel de gasto de argentinos en el exterior con el consecuente perjuicio a la cuenta nacional de viajes en la balanza de pagos.

Respecto del turismo interno, en el año 1990 los desplazamientos alcanzados fueron estimados en 12.000.000 de movimientos. A partir del año 2001 el efecto devaluación de la moneda nacional tendió a cambiar las reglas del juego tendientes a un mayor incremento de los movimientos internos en detrimento del turismo emisor. En el 2005 el turismo interno alcanzo a los 34 millones de desplazamientos con un incremento del 10 % respecto del año anterior.

#### **Evolución del turismo interno argentino**

<b>Año</b>	<b>Millones de viajes</b>
1990	12.000.000
2005	34.000.000

Como los principales centros emisores del turismo interno se mantienen a través del período de análisis, la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe. Los principales centros receptivos de este turismo continúan siendo la Costa Atlántica, en primer lugar Mar del Plata seguido por Villa Gesell y el Partido de la Costa; las sierras de Córdoba, en primer lugar Villa Carlos Paz, mientras que los destinos de ski, Puerto Iguazú, noroeste argentino, el litoral sur, resto de Patagonia y Mendoza, contaron con interesantes incrementos.

## Evolución de la capacidad hotelera mundial

El incremento de la capacidad hotelera internacional es coincidente con la evolución alcanzada por los movimientos turísticos. Según Vellas (1995) quien rescata los informes de OMT enuncia que en el año 1989 la cantidad de hoteles y establecimientos similares en el mundo era de 11,1 millones de habitaciones. Entre el año 1985 y 1989 la misma había evolucionado en un 14 %.

<b>Evolución de la capacidad hotelera y establecimientos similares<sup>5</sup> 1985-1989</b>			
<b>Región</b>	<b>1985</b>	<b>1989</b>	<b>en %</b>
Total mundial	9.759.001	11.120.270	+ 14,1
África	264.625	293.181	+ 10.8
América	3.540.412	4.034.706	+13.9
Asia y El Pacífico	813.143	1.108.461	+36.3
Europa	4.906.993	5.411.578	+10.2
Medio Oriente	132.116	153.585	+16.2
Asia del Sur	101.713	118.757	+16.7
Fuente: OMT, en Vellas (1995)			

Entre 1985 y 1989 la oferta hotelera tuvo su mayor crecimiento (36 %) en la región de Asia del Este y el Pacífico. África y Europa, por el contrario, presentaron un progreso menor a la media mundial (+14,1 %) y en consecuencia redujeron su participación en el mercado. Sin embargo para el caso de Europa debe resaltarse que en esos años y como consecuencia que el desarrollo hotelero ya contaba con una gran cantidad de plazas, comenzaron a ocuparse en la renovación y recuperación de la hotelería existente y no tanto en el desarrollo de nuevas plazas. Asimismo en esa región, la mayor concentración de plazas en esos años se concentraba en Europa del Sur y Europa Occidental contando en forma conjunta con el 72 % del total de la hotelería europea.

La región americana concentró el 36,2 % de la totalidad de la hotelería universal, ocupando el segundo lugar por sobre el total mundial. La misma se encontraba distribuida poco equitativamente entre las sub-regiones. Estados Unidos y Canadá representaban el 76,5 % mientras que América del Sur solo el 11,6 % y los países del Caribe el 3 %, aunque ésta última tuvo, en el período indicado, un incremento del 24 % por encima del 14 % del total de Las Américas.

<sup>5</sup> Los establecimientos similares incluyen departamentos de alquiler, casas particulares, condominios de multipropiedad u otros tipos de residencias secundarias.

La OMT permite ampliar esos datos mediante un estudio comparativo que comprende los años 1980, 1985 y 1995 tanto en plazas-camas hoteleras como en cuotas de mercado por región.

### Capacidad de alojamiento en miles de plazas-camas y cuota de mercado 1980-1995

	Plazas-cama (miles)	Plazas-cama (miles)	Plazas-cama (miles)	Cuota de mercado (%)	Cuota de mercado (%)	Cuota de mercado (%)
	1980	1985	1995	1980	1985	1995
Europa	8.542	8.637	10.967	52,5	47.3	45.1
Américas	6.436	6.940	8.541	39.5	38.0	34.7
Asia Oriental – Pacífico	762	1.686	3.516	4.7	9.2	14.4
Oriente Medio	269	525	757	1.7	2.9	3.1
Asia Meridional	141	254	364	0.9	1.4	1.5
	126	200	284	0.8	1.1	1.2
<b>Total</b>	<b>16.276</b>	<b>18.243</b>	<b>24.339</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fuente: OMT, 1998

Al año 1998 la cantidad de habitaciones de hotel se incrementó a 15,4 millones en todo el mundo. Europa representó en ese año la mayor concentración en número de habitaciones con el 38,5 % mundial seguida de la región América con el 33,5 %.

Entre 1990 y 1998, Asia Meridional registraba la tasa más elevada de crecimiento (54.3 %) al pasar de 111.146 habitaciones a 171.462. La región Asia Oriental y Asia Pacífico siguen a continuación con un crecimiento del 45,3 % y con cerca de 3.5 millones de habitaciones.

Un aspecto importante es la tendencia durante los 20 años de análisis, de la agrupación de los alojamientos en cadenas hoteleras sean éstas cadenas voluntarias de agrupación de hoteles pequeños o medianos independientes o por las cadenas integradas por unidades totalmente homogéneas.

Las cadenas voluntarias tienden a agrupar a hoteles independientes con la finalidad de fortalecerse y poder hacer frente a la competencia de las grandes cadenas de hoteles integrados. En 1990 el 24 % de la hotelería independiente se encontraba integrada a una cadena voluntaria incluyendo particularmente a la hotelería europea.

Se reconoce que la pertinencia a las mismas ofrece determinadas ventajas como la posibilidad de realizar promoción y difusión conjunta ya sea hacia los operadores turísticos o al mercado en general, el desarrollo de sistemas de información y de reservas compartidos, la posibilidad de gestionar asistencia técnica y de capacitación así como la realización de compras conjuntas con el consecuente beneficio económico.

Las cadenas integradas tienen por objeto desarrollar productos hoteleros homogéneos, ejerciendo un control directo, aunque también puede ser indirecto, sobre los hoteles que adoptan sus marcas, dependiendo del tipo del tipo de contrato realizado. En el orden mundial la mayor cantidad de este tipo de cadenas son de origen

estadounidense aunque algunos grupos europeos y otros asiáticos, alcanzaron importantes cuotas de mercado. En las últimas décadas se produjo una gran expansión de este tipo de cadenas en todo el mundo. En el año 2000 las diez más grandes compañías se repartían 3,23 millones de habitaciones, representando el 18,4 % de la oferta mundial. OMT resalta que a pesar de esa tendencia, el sector hotelero sigue fragmentado y las empresas hoteleras independientes continúan siendo la mayoría.

### **Incremento y distribución regional de las plazas hoteleras en Argentina**

En 1990<sup>6</sup> Argentina contaba con un total de 1.884 hoteles distribuidos entre una y cinco estrellas, 68.330 habitaciones y 162.064 plazas. La mayor oferta se concentraba en las ciudades de Mar del Plata (28.536 plazas), Capital Federal (22.942) y Bariloche (7.038). En orden decreciente, las restantes ciudades concentradoras de alojamiento eran Villa Gesell, Villa Carlos Paz, Río Hondo, Mendoza, Tucumán, Salta y Puerto Iguazú. Mientras que la mayor cantidad de establecimientos de mayor calidad se ubicaba en la Ciudad de Buenos Aires.

Entre 1991-2002 fueron construidas 14.000 nuevas plazas de tres a cinco estrellas y entre 2003-2005 quedaron inaugurados 131 nuevos establecimientos.

La Dirección de Estudios de Mercado y Estadísticas, Sector (2007) difunde que en 2005 el país contaba con 475.551 plazas y un total de 9.538 establecimientos.

**Evolución de la oferta de alojamiento hotelero y parahotelero<sup>7</sup> 1990-2005**

<b>Año</b>	<b>Habitaciones</b>	<b>Plazas</b>	<b>Establecimientos (1 a 5 estrellas)</b>
1990	68.330	162.064	1884
2005	-	475.551	9.538
2006 (datos provisorios)	194.942	483.588	9.781

Fuente: Sector, Dirección de Estudios de Mercado y Estadísticas, 2007

El siguiente cuadro permite ampliar la evolución de la oferta hotelera de Argentina tanto en cantidad de establecimientos como en plazas entre los años 1998 y 2005. Mientras que la cantidad de establecimientos tuvo un crecimiento de casi el 31,7 % la cantidad de plazas lo hizo en un estimado 21 %.

<sup>6</sup> No fue posible obtener los datos correspondientes al año 1986. Sector, INDEC y las asociaciones nacionales de hotelería no disponen de los mismos.

<sup>7</sup> Excluye a establecimientos colectivos (refugios, camping, residencias universitarias) que cuentan con 260.631 plazas adicionales.

## Evolución anual de la oferta hotelera de la República Argentina

Período	Cantidad de Establecimientos	Cantidad de Plazas	Variación Anual (Establecimientos)	Variación Anual (Plazas)
1998	6.767	376.823		
1999	6.970	386.826	3,00%	2,65%
2000	7.398	405.138	6,14%	4,73%
2001	7.500	404.749	1,38%	-0,10%
2002	7.763	412.464	4,93%	1,81%
2003	8.016	426.476	3,26%	3,39%
2004	8.660	450.074	8,03%	5,55%
2005 (+)	9.229	465.606	4,92%	2,88%

(+) Datos provisorios

Fuente : Organismos Provinciales y Municipales de Turismo

Elaboración: Dirección de Estudios de Mercado y Estadísticas, Secretaría de Turismo de la Nación, en [www.turismo.gov.ar](http://www.turismo.gov.ar), ingresado, enero 2007.

### Distribución de plazas por Región

En la actualidad la distribución de plazas de alojamientos por región y provincias, tiene una marcada disparidad. La Ciudad y provincia de Buenos Aires y las regiones Patagonia, Litoral y Centro, concentran el mayor número. En las diferentes regiones, las provincias más favorecidas son Córdoba, Río Negro, Neuquén, Entre Ríos, Mendoza y Santiago del Estero. La mayor cantidad de plazas se encuentra en los principales destinos turísticos del país.

### Áreas de concentración de oferta de alojamiento en Argentina

(PFETS, 2005)



Oferta de establecimientos y plazas hoteleras



Fuente: PFETS, 2005



Elaborado: Dirección de Estudio de Mercado y Estadística, Sectur, 2006

### **Establecimientos por categoría**

La representación gráfica, permite estimar que sobre el total de establecimientos hoteleros de Argentina, el 10 % se concentra en hoteles de alta calidad, entre el 25 y el 30 % de mediana calidad (3 y 4 estrellas) y estimativamente el 60 % de mediana a baja calidad.

<b>Hoteles</b>	
Hoteles ★	977
Hoteles ★★	814
Hoteles ★★★	597
Hoteles ★★★★	218
Hoteles ★★★★★	42
Otros (*)	6.179

(\*) Otros establecimientos: Apart Hoteles, Hoteles sin categorizar, Hostelerías, Hospedajes, Residenciales, Estancias, Cabañas / Bungalows, Moteles, Pensiones, Complejos turísticos y municipales, Hoteles sindicales y mutuales, Colonias y Hostales.

Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación (2007) “Guía de oportunidad de inversión para el sector turismo”.

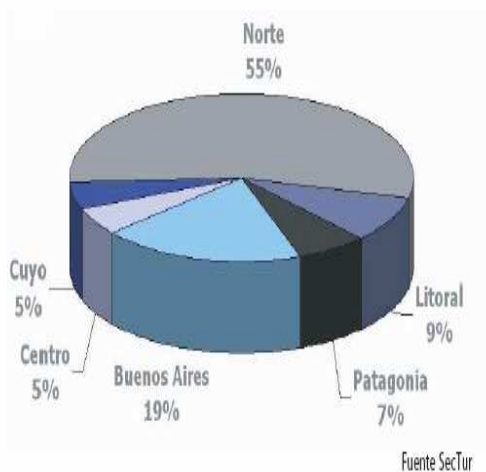
<http://turismo.gov.ar>

### **Inversiones**

Durante los años 90 y principios del siglo XXI, las garantías gubernamentales y un dólar favorable incentivaron a muchos empresarios a invertir en el rubro hotelería, generando un fuerte impulso en particular en la de mayor categorización. La casi totalidad de esas inversiones fueron realizadas por empresarios argentinos, los cuales, para facilitar el posicionamiento de los nuevos establecimientos, acudieron a la búsqueda de marcas de reconocimiento internacional y con un claro posicionamiento y manejo del negocio. A pesar de la derogación de la Ley de Convertibilidad que sostuvo un dólar favorable, dichas tendencias continuaron acentuándose beneficiadas en ese caso por el incremento del turismo interno así como también por una mayor captación del turismo internacional.

Aunque todas las regiones contaron con algún incremento existen marcadas disparidades regionales en la distribución. En el 2005 fueron inaugurados un total de 28 hoteles, la mayoría de alta calidad. Las áreas prioritarias para esos nuevos emprendimientos y otros proyectados son la Ciudad de Buenos Aires, que retiene el mayor porcentaje de proyectos, Mendoza, Ushuaia, El Calafate, Iguazú, Salta, Córdoba y Rosario. Las regiones Buenos Aires, Litoral y Noroeste registran en mayor porcentaje de nuevas plazas en construcción. Entre los años 2003-2005 las inversiones en hotelería alcanzaron los 297 millones U\$S.

Inversión Total por Región - U\$S (Año 2005)



Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación (2007) “Guía de oportunidad de inversión para el sector turismo”, en <http://turismo.gov.ar>.

### Inversiones en Argentina 2003-2005

Inversión en Hotelería en dólares	2003	2004	2005
Cadenas Internacionales	U\$S 17.333.333	U\$S 26.416.667	U\$S 112.600.000
Cadenas Nacionales	U\$S 9.000.000	U\$S 37.266.667	U\$S 14.066.667
Independiente	U\$S 10.421.943	U\$S 43.816.435	U\$S 25.508.400
<b>Total</b>	<b>U\$S 36.755.276</b>	<b>U\$S 107.499.769</b>	<b>U\$S 152.175.067</b>

Fuente SecTur

Cantidad de establecimientos nuevos	2003	2004	2005
Cadenas internacionales	4	5	8
Cadenas nacionales	2	8	4
Independientes	45	39	16
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>52</b>	<b>28</b>

Fuente SecTur

Muchas de las nuevas inversiones cuentan con un importante aporte de cadenas internacionales, quienes ingresan con sus claras culturas organizacionales orientadas hacia los servicios de calidad. Por ello, la alta concentración de establecimientos y de camas del país en hotelería *Pymes* de mediana a baja categorización, fundamentan la necesidad de desarrollar nuevas propuestas de gestión empresarial orientadas a ese segmento empresario-hotelero.

Un estudio<sup>8</sup> realizado en el año 2002, sobre la base de una muestra determinada de establecimientos hoteleros, sobre las tendencias actuales de la hotelería y sobre los problemas y deficiencias que afectan al sector argentino, resalta que los empresarios hoteleros reconocen entre sus principales problemas la falta de personal calificado y competente, el deficiente servicio en la atención al cliente y la falta de remodelación y modernización de las construcciones. Se detectó que muchos establecimientos de categoría inferior requieren de urgentes mejoras en todos esos aspectos. Asimismo quedó expuesto que las *Pymes* emplean un sistema tradicional de organización del trabajo que deja poco espacio a la iniciativa del empleado. El trabajo es organizado, impartido y controlado por la gerencia en forma vertical, y no genera confianza en los empleados como tampoco sentido de pertenencia. Reconocen además no utilizar ningún tipo de mecanismo que lo promueva, que no sea el estrictamente salarial. Un alto porcentaje del personal se formó directamente en su puesto de trabajo y no recibió ningún tipo de capacitación por parte de la empresa. A pesar de ello reconocen entre uno de los más importantes indicadores de la calidad, un personal bien capacitado y acreditado en sus conocimientos y la atención en forma personalizada. Por lo tanto es posible visualizar que existe una gran contradicción entre ‘el deber y el hacer’.

## **Bibliografía y fuentes de consulta**

CAMARA ARGENTINA DE TURISMO (2005) “Visión sobre transporte aerocomercial en Argentina”, Buenos Aires.

DIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE MERCADO Y ESTADÍSTICAS, SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACIÓN, “Evolución de la oferta hotelera en la República Argentina”, en <http://www.turismo.gov.ar>, accedido en 2006 y 2007.

ENATUR (1990) “Oferta de alojamiento hotelero República Argentina”, Buenos Aires.

INDEC (1986) “Anuario estadísticas de la República Argentina 1983-1986”, Buenos Aires.

KRALICH, S (1986) “*Dinámica de la población Argentina. Desplazamientos temporarios por motivos no laborales.*” CONICET, Buenos Aires.

MUNNÉ, Frederic, *Psicosociología del tiempo libre*, segunda edición, México, Editorial Trillas, 1985.

NACIONES UNIDAS (1995), *Statiscal Yearbook*, New York.

---

<sup>8</sup> Proyecto Transfotep, Estudio Hotelería -Gastronomía. Argentina 2001/02. Instituto Nacional de Educación Tecnológica.

NACIONES UNIDAS, Declaración Universal de los Derechos humanos, Resolución de la Asamblea General 217 A (iii) del 10 de diciembre de 1948, disponible en: <http://www.un.org/spanish/aboutun/hrights.htm>, accedido el 18-6-06.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1994), *Turismo Mundial*, Madrid.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1998), *Introducción al Turismo*, Editorial OMT, Madrid.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1998), *Turismo panorama 2020*. Editorial OMT, Madrid.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2002) *El turismo en la era de las alianzas, fusiones o adquisiciones*, Editorial OMT, Madrid.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, “Estadísticas de actualización anual”, en <http://world-tourismo.org/español>, accedido en 2006/7.

PROYECTO TRANSFOTEP (2002), “Procesos productivos y desafíos de innovación en la hotelería y la gastronomía Argentina”, Instituto Nacional de Educación Tecnológica, Buenos Aires.

SECRETARIA DE TURISMO (2005) “Turismo 2016, Argentina Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable”, en formato CD ROM.

SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACIÓN ARGENTINA “Guía de oportunidad de inversión para el sector turismo”, en <http://turismo.gov.ar>, accedido en 2006/7.

SECRETARIA DE TURISMO DE LA PRESIDENCIA DE LA NACIÓN ARGENTINA (1991) República Argentina. *El turismo en cifras años 1982-1991*, Buenos Aires.

SECRETARIA DE TURISMO DE LA PRESIDENCIA DE LA NACIÓN ARGENTINA (1993), “El turismo en cifras”, Buenos Aires.

VALLS, J (1996), *Las claves del mercado turístico. Como competir en el nuevo entorno*, Deusto, Bilbao.

VELLAS, F (1995) *El turismo*, Colección Tesis, Editorial Librerías Turísticas, Buenos Aires.

