

A.VIII. TURISMO

El turismo, es un fenómeno de relevante importancia para la economía, por su participación en la generación de riqueza y empleo y por sus notables efectos en otros sectores. El concepto *cluster* se relaciona con la alta integración vertical, horizontal, intersectorial e interdisciplinaria que se genera en este sector.

Dentro de las actividades de turismo se pueden determinar tres niveles de participación local: a) efectos directos, generados por los gastos locales de los turistas b) efectos indirectos, referidos a la compra de bienes y servicios por parte de las empresas directamente receptoras del turismo a sus proveedores correspondientes y c) efectos inducidos relativos a la porción de los ingresos de los locales generado por actividades relacionadas con el turismo gastada localmente¹. Asimismo, cabe destacar la contribución del turismo en las transformaciones socio-culturales de una región debido a los intercambios sociales que allí se producen.

El atractivo de la Argentina como destino turístico se evidencia en el incremento del número de viajeros, fenómeno que se encuentra en sintonía con lo que ocurre a nivel mundial. De acuerdo con datos preliminares suministrados por la Organización Mundial de Turismo, en los cuatro primeros meses de 2006, se produjo la llegada de 236 millones de turistas internacionales en el mundo, lo que se traduce en un crecimiento respecto al año anterior de 4,5%. En particular, el

crecimiento de América del Sur fue superior al promedio mundial, de 8%.

EVOLUCIÓN DEL TURISMO NACIONAL

Según datos suministrados por la Encuesta de Turismo Internacional (ETI) realizada por la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR) y el INDEC², la cantidad de turistas internacionales en la Argentina tuvo un incremento interanual de 21,9% en el primer trimestre de 2006. Asimismo, el 68,5% de los turistas residentes en el exterior que visitaron el país lo hizo por motivos vacacionales. Vale destacar, que al igual que en los últimos trimestres, casi la mitad de estos turistas eligieron alojarse en hoteles de 4 y 5 estrellas (45,7%). El gasto promedio diario por persona en el período analizado fue de U\$S 75,3 y su estadía media de 14,1 días. Asimismo, de acuerdo con los datos de la ETI, los chilenos, los brasileños, los estadounidenses y los canadienses fueron los que gastaron más de U\$S 100 por pernoctación (Cuadro A-VIII-1).

Es importante subrayar que de acuerdo con esta encuesta, la Ciudad de Buenos Aires reúne el 42% de la estadía de los turistas extranjeros en el país que regresaron a su lugar de origen a través del Aeropuerto Internacional de Ezeiza.

¹ Ventura-Dias, V., Acosta, M.J., Durán Lima, J.E., Kuwayama, M. y Mattos, J.C. (2003) "Globalización y servicios: cambios estructurales en el comercio internacional". Santiago de Chile. CEPAL, diciembre 2003.

² La Encuesta de Turismo Internacional se realiza a los no residentes cuando abandonan el territorio argentino. Los datos corresponden al movimiento turístico registrado por el Aeropuerto Internacional de Ezeiza en el primer trimestre de 2006.

CUADRO A-VIII-1
TURISMO RECEPTIVO. PRINCIPALES VARIABLES RELEVADAS EN LA ETI. AEROPUERTO INTERNACIONAL DE EZEIZA. TRIMESTRE II 2005-TRIMESTRE I 2006

	2005				2006			
	TRIMESTRE II		TRIMESTRE III		TRIMESTRE IV		TRIMESTRE I	
	TURISTAS INTERNACIONALES	VARIACIÓN INTERANUAL	TURISTAS INTERNACIONALES	VARIACIÓN INTERANUAL	TURISTAS INTERNACIONALES	VARIACIÓN INTERANUAL	TURISTAS INTERNACIONALES	VARIACIÓN INTERANUAL
Cantidad	372.457		461.995		492.495		560.265	
		%		%		%		%
Motivo de viaje								
Vacaciones/ocio	55,9	20,9	60,8	39,0	63,6	46,2	68,5	38,2
Visita a familiares o amigos	16,1	-0,2	15,6	31,6	13,6	12,3	18,5	7,9
Negocios	24,8	3,0	19,5	5,4	20,0	-13,7	10,3	-18,5
Otro (1)	3,2	18,2	4,1	42,2	3,2	-9,8	2,7	0,7
Total	100,0	12,2	100,0	29,9	100,0	21,9	100,0	21,9
Tipo de alojamiento								
Casa de familiares o amigos	18,9	-1,4	19,8	19,9	17,7	12,0	22,7	6,3
Hotel 1,2 y 3 estrellas	20,3	18,2	20,7	36,6	22,6	21,5	20,7	24,4
Hotel 4 y 5 estrellas	54,0	11,5	50,5	21,6	50,7	21,4	45,7	27,8
Otro (2)	6,7	56,0	9,0	138,2	9,0	53,1	10,9	31,0
Total	100,0	12,2	100,0	29,9	100,0	21,9	100,0	21,9
Organización del viaje								
Con paquete turístico	31,9	23,6	33,5	48,6	37,5	71,5	34,2	36,2
Por cuenta propia	27,0	-9,0	24,3	0,9	23,2	-12,4	46,8	11,9
Por agencia de turismo	16,2	-24,4	19,1	-10,1	16,7	-19,8	s/d	s/d
Por cuenta de terceros	24,8	104,9	23,1	153,8	22,5	76,0	18,9	25,7
Total	100,0	12,2	100,0	29,9	100,0	21,9	100,0	21,9
	PERMANENCIA PROMEDIO/DÍAS	GASTO POR PERNOCTACIÓN/U\$S	PERMANENCIA PROMEDIO/DÍAS	GASTO POR PERNOCTACIÓN/U\$S	PERMANENCIA PROMEDIO/DÍAS	GASTO POR PERNOCTACIÓN/U\$S	PERMANENCIA PROMEDIO/DÍAS	GASTO POR PERNOCTACIÓN/U\$S
Tipo de alojamiento								
Total	11,6	86,1	12,1	76,0	12,1	95,9	14,1	75,3
Casa de familiares o amigos	23,6	39,2	21,5	37,5	22,0	36,8	27,6	34,7
Hotel 1,2 y 3 estrellas	8,8	93,6	8,5	87,8	9,3	110,8	9,7	96,6
Hotel 4 y 5 estrellas	6,1	159,2	6,0	154,8	7,0	184,3	7,0	164,4
Otro (2)	29,7	63,9	34,0	43,9	28,0	51,6	23,9	47,2

1) Incluye contratos de trabajo, viajes de estudios, tratamientos de salud, etc.

2) Incluye casa propia, alquiler de cabañas, departamentos, cruceros, bed&breakfast, entre otros.

Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos de la Encuesta Internacional de Turismo, INDEC.

La evolución del turismo receptivo en el primer trimestre de 2006, muestra que con relación al mismo período del año 2001, último año de Convertibilidad, han habido importantes cambios en la composición del movimiento turístico (Cuadro A-VIII-2). Se destaca especialmente la composición del turismo internacional, ya que en el primer trimestre del año 2001, el 66,8% correspondía a turismo emisor. Por el contrario, en los tres

primeros meses del año 2006 fue el turismo receptivo el que mayor proporción obtuvo: 65,5%.

Evidentemente, un tipo de cambio favorable en Argentina junto con la consolidación de muchas ciudades argentinas como destinos internacionales de preeminencia han influido en el *boom* del turismo receptivo del país.

CUADRO A-VIII-2

TURISTAS INTERNACIONALES POR CONDICIÓN DE RECEPTIVO O EMISIVO. AEROPUERTO INTERNACIONAL DE EZEIZA. AÑOS 2001, 2004, 2005 Y TRIMESTRE I 2006

PERÍODO	TURISMO RECEPTIVO	TURISMO EMISIVO	SALDO
		TURISTAS	
2001	931.026	1.493.911	-562.885
Trimestre I	265.031	532.910	-267.879
Trimestre II	234.028	344.923	-110.895
Trimestre III	208.204	350.218	-142.014
Trimestre IV	223.763	265.860	-42.097
2004	1.508.868	1.005.232	503.636
Trimestre I	417.152	241.180	175.975
Trimestre II	331.982	230.153	101.829
Trimestre III	355.660	272.697	82.963
Trimestre IV	404.074	261.202	142.872
2005	1.786.712	1.124.360	662.352
Trimestre I	459.765	296.619	163.146
Trimestre II	372.457	241.347	131.110
Trimestre III	461.995	295.577	166.418
Trimestre IV	492.495	290.817	201.678
2006			
Trimestre I	560.265	295.115	265.150

Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos del INDEC.

De acuerdo a datos actualizados de la Secretaría de Turismo de la Nación, en el primer semestre del año hubo un incremento de 11,6% en la cantidad de turistas extranjeros que arribaron al país por el Aeropuerto Internacional de Ezeiza lo que indica una desaceleración del incremento en el segundo trimestre. El total durante esta etapa fue de 883.380 llegadas. El *ranking* de arribos de extranjeros a la Argentina por Ezeiza está conformado por Brasil (167.211 turistas), Estados Unidos (136.785 turistas), Chile (95.061 turistas) y España (69.277 turistas).

En este sentido, es importante el fortalecimiento de la *Marca Argentina* que ha sido presentada en el mes de julio como identidad visual del país y cuyo objetivo es lograr aumentar las exportaciones, atraer inversiones e incrementar el turismo. A su vez, la idea es integrar los logros de la Argentina en distintas áreas como parte de una estrategia *Marca país* que pueda ser utilizada como una forma efectiva de dar a conocer el arte, la cultura y el deporte argentino al mundo.

EVOLUCIÓN DEL TURISMO RECEPTIVO EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

En el segundo trimestre de 2006, con el ingreso de 3.882.643 turistas, se produjo un importante crecimiento interanual (9,6%), en donde el turismo internacional aumento 11,2%, mientras que el nacional lo hizo en 8,5%. Se observa una aceleración con respecto al trimestre anterior tanto para el total como para cada uno de los grupos de origen de turistas. Incluso para los residentes en el interior y para el total, la aceleración se viene produciendo desde el primer trimestre del año.

Con la llegada de casi 6 millones de turistas, de los cuales 2.601.502 son residentes en el extranjero³ y 3.374.833 son nacionales, la Ciudad de Buenos Aires registró en la primera mitad del año 2006 un nuevo récord del turismo receptivo. De hecho, la llegada de turistas en los primeros seis meses del año representa 8,8% más que en el mismo período de 2005, crecimiento motorizado por el turismo extranjero que aumentó 10,5% y acompañado por 7,6% más de turistas nacionales (Cuadro A-VIII-3).

CUADRO A-VIII-3

TURISTAS. CANTIDAD Y VARIACIÓN INTERANUAL POR TRIMESTRE. CIUDAD DE BUENOS AIRES. AÑOS 2002-2006

PERÍODO	TURISTAS		
	LUGAR DE RESIDENCIA		TOTAL
	EXTRANJERO	ARGENTINA	
2002	1.374.789	2.013.955	3.388.744
2003	2.315.826	2.632.068	4.947.892
2004	2.798.089	3.941.470	6.739.559
2005	3.135.254	4.118.655	7.253.909
Trimestre I	839.251	1.096.272	1.935.523
Trimestre II	681.330	950.318	1.631.648
Trimestre III	787.406	1.028.211	1.815.617
Trimestre IV	827.267	1.043.853	1.871.120
2006			
Trimestre I	921.937	1.171.756	2.093.693
Trimestre II	1.679.565	2.203.077	3.882.643
Acumulado Tr.II	2.601.502	3.374.833	5.976.336
	VARIACIÓN INTERANUAL (%)		
2003	68,4	30,7	46,0
2004	20,8	49,7	36,2
2005	12,0	4,5	7,6
Trimestre I	11,1	4,7	7,4
Trimestre II	7,9	4,1	5,6
Trimestre III	16,6	8,2	11,7
Trimestre IV	12,4	1,3	5,9
2006			
Trimestre I	9,9	6,9	8,2
Trimestre II	11,2	8,5	9,6
Acumulado Tr.II	10,5	7,6	8,8

Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos de Aeropuertos Argentina 2000, Terminal de Puerto de Buenos Aires y TEBA.

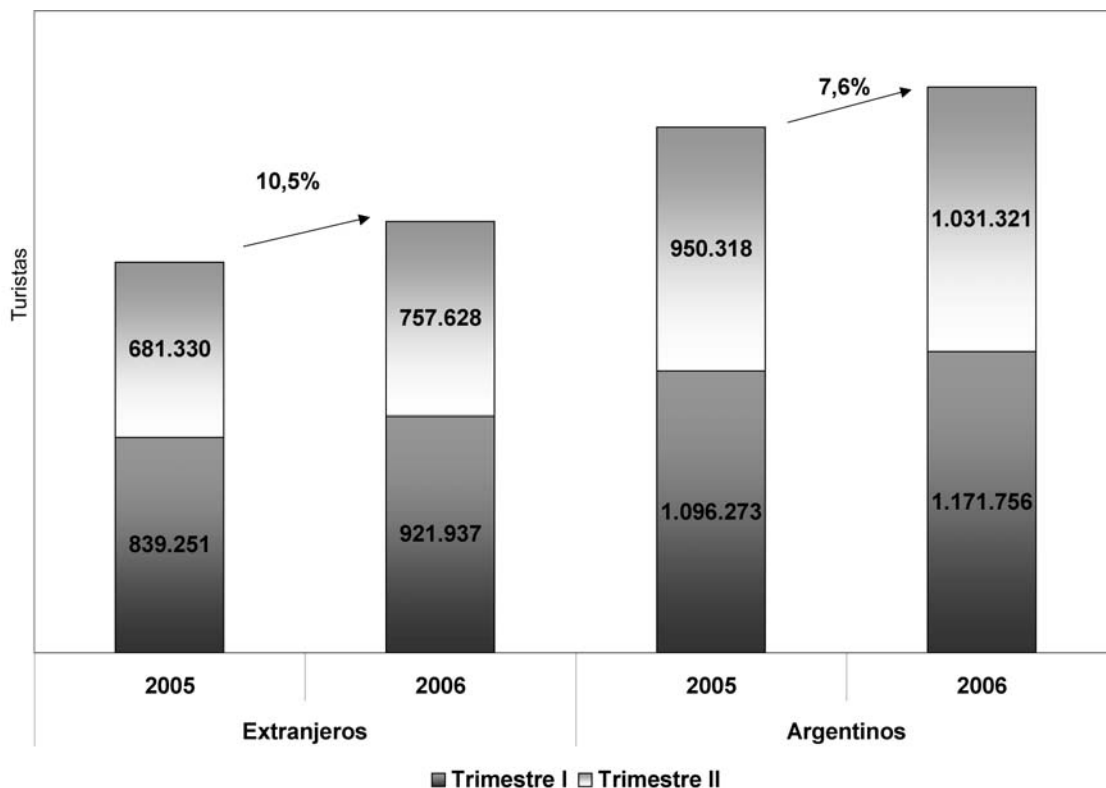
³ Se advierte que los valores para la Ciudad de Buenos Aires son mayores que para la Argentina porque incluyen tres bocas de entrada-salida más: Terminal de Ómnibus de Retiro, Terminal Fluvial de pasajeros y Aeroparque Metropolitano de la Ciudad de Buenos Aires.

Cabe mencionar que a partir del día 17 de octubre de 2005 y hasta el 12 de abril de 2006 se produjo el arribo de 108.619 cruceristas, lo que implicó un crecimiento de 66% de cruceristas con respecto a la temporada anterior. Esto se suma a las estimaciones anteriores de turismo receptivo del cuarto trimestre de 2005 y del primer semestre de

2006. Asimismo, se incrementó el número de barcos, 73 contra 54 de la pasada temporada. Estos visitantes son de gran importancia para la Ciudad, dado su alto poder adquisitivo y su impacto positivo en la actividad comercial de algunas zonas, en la hotelería y en la gastronomía, especialmente.

GRÁFICO A-VIII-1

TURISMO. CANTIDAD DE TURISTAS RESIDENTES EN EL EXTRANJERO Y EN ARGENTINA POR TRIMESTRE Y VARIACIÓN INTERANUAL. CIUDAD DE BUENOS AIRES. TRIMESTRES I Y II 2005 Y 2006



Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, GCBA, en base a datos de Aeropuertos Argentina 2000, Terminal de Puerto de Buenos Aires y TEBA.

TRANSPORTE AÉREO PARA EL TURISMO⁴

las principales características de este medio de transporte.

El avance del turismo en la Ciudad de Buenos Aires se vincula, entre otros factores, al desarrollo de los medios de transporte que son servicios esenciales para el crecimiento de esta actividad. Este apartado se propone caracterizar la red aérea que vincula a la Ciudad con importantes localidades del mundo, con el objetivo de conocer

El relevamiento realizado por el CEDEM en el mes de julio de 2006, permite identificar los vuelos partidos del Aeropuerto Internacional de Ezeiza y del Aeroparque Metropolitano Jorge Newbery.

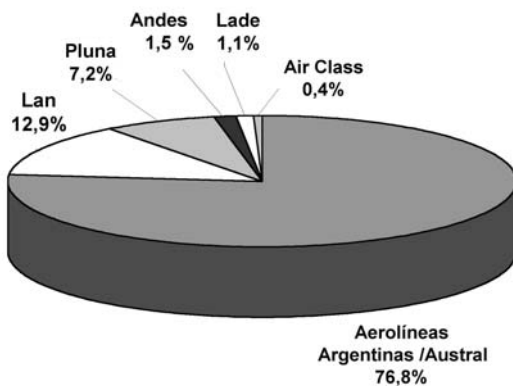
Se observa que en el mes analizado, el 76,8% de los vuelos partidos en el Aeroparque

⁴ Este apartado se basa en información extraída de los principales medios de comunicación masiva del país como también de revistas especializadas del sector turístico. Asimismo, se exponen los resultados del relevamiento realizado por el CEDEM durante el mes de julio de 2006 en base a datos de Aeropuertos Argentina 2000.

Metropolitano Jorge Newbery fueron llevados a cabo por *Aerolíneas Argentinas/Austral*, lo cual habla de la escasa diversificación de la oferta aérea en cuanto a compañía (Gráfico A-VIII-2). El resto de los vuelos fueron realizados por *Lan* (12,9%), *Pluna* (7,2%), *Lade* (1,1%) y *Air Class* (0,4%). Asimismo, comenzó a volar *Andes Líneas Aéreas* que significa el 1,5% de los vuelos partidos, a través de seis salidas por semana, uniendo la ruta Buenos Aires-Salta con un avión MD de 165 asientos.

A partir del mes de agosto, se espera que la aerolínea *Sol Líneas Aéreas* comience a cubrir rutas entre Rosario, Santa Fe, Buenos Aires, Córdoba y puntos de la Costa Atlántica y Uruguay. Por su parte, *Sudamerican Air*, volaría próximamente entre Buenos Aires y Ushuaia.

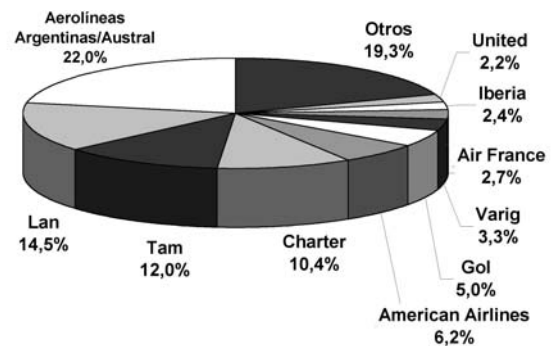
GRÁFICO A-VIII-2
TRÁFICO AÉREO. PARTICIPACIÓN DE LÍNEAS AÉREAS EN EL TOTAL DE VUELOS PARTIDOS DEL AEROPARQUE METROPOLITANO JORGE NEWBERY. JULIO 2006



Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos de *Aeropuertos Argentina 2000*.

El análisis de los vuelos partidos del Aeropuerto Internacional de Ezeiza arroja los siguientes resultados: al igual que en el Aeroparque Jorge Newbery, la mayoría de los vuelos son realizados por *Aerolíneas Argentinas/Austral* (22%) aunque en este caso el grado de concentración es menor. Por su parte, *Lan* llevó a cabo el 14,5% de los vuelos partidos. Le siguen en importancia las empresas *TAM* (12,0%), *American Airlines* (6,2%) y *Gol* (5,0%).

GRÁFICO A-VIII-3
TRÁFICO AÉREO. PARTICIPACIÓN DE LÍNEAS AÉREAS EN EL TOTAL DE VUELOS PARTIDOS DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE EZEIZA. JULIO 2006



Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos de *Aeropuertos Argentina 2000*.

CARACTERIZACIÓN DE LA CONEXIÓN AÉREA DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

VUELOS INTERNACIONALES

El análisis de la distribución de vuelos salidos del Aeroparque Internacional de Ezeiza y del Aeroparque Metropolitano Jorge Newbery por destino, también proporciona una aproximación a los principales mercados turísticos actuales y potenciales para la Ciudad, a través del dato sobre el destino final de los vuelos. No obstante, se pueden subestimar o no registrar orígenes turísticos cuando son conexiones hacia otros lugares.

Durante el mes de julio se realizaron en Aeroparque y en Ezeiza cerca de 5000 vuelos y fueron cancelados 204 vuelos en Ezeiza y 70 en Aeroparque. El 55% de los vuelos fueron internacionales.

Brasil fue el principal destino, con 22,6% de los vuelos, con destino a las siguientes ciudades: Río de Janeiro, San Pablo, Porto Alegre, Brasilia, Recife, Florianópolis, Fortaleza y San Salvador de Bahía. Las compañías que operaron estos destinos fueron *Aerolíneas Argentinas*, *Tam*, *Gol*, *Varig* y *Pluna*. Vale aclarar que desde el 21 de junio, *Varig*, canceló el 60% de sus vuelos

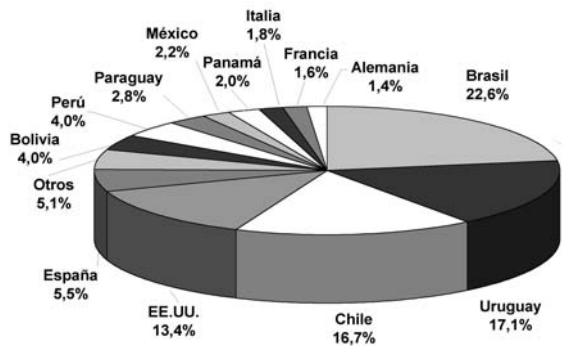
internacionales y la mitad de los nacionales. La carestía del combustible, la competencia con empresas que poseen tarifas cada vez más bajas -como por ejemplo *Gol-* y otros costos más elevados como el seguro complicaron la aeronavegación comercial en varios países. Así, la aerolínea brasileña fundada hace 79 años, fue vendida por US\$ 24M a su ex subsidiaria *Varig Log*, que deberá invertir casi U\$S 500M de dólares en la firma en el corto plazo. *Varig* cuenta actualmente con 13 aviones y la intención de la empresa compradora es aumentar la flota hasta 80 aviones dentro de los próximos seis meses.

Después de Brasil, Uruguay y Chile fueron los países hacia los que partieron la mayor cantidad de vuelos en el mes de julio, con 17,1% y 16,7% de los vuelos internacionales, respectivamente. Cabe aclarar que de los 415 vuelos cuyo destino fue la República Oriental del Uruguay, el 59% partió del Aeroparque Jorge Newbery. Asimismo, la participación del destino en el total de vuelos partidos se redimensiona al considerar que la mayoría de los visitantes hacia ese país sale por medio de transporte fluvial. Por su parte, Chile es arribado por las compañías *Aerolíneas Argentinas*, *Lan* y *Air France* y los lugares conectados son Santiago de Chile e Iquique.

En cuarto lugar, se posiciona como destino Estados Unidos, con 13,4% de los vuelos partidos desde Ezeiza. Dallas, Los Angeles, Miami, New York y Newark son los destinos conectados con Buenos Aires. Las empresas que operan hacia Estados Unidos son: *American Airlines*, *Aerolíneas Argentinas*, *United Airlines*, *Delta Airlines*, y *Continental Airlines*.

España, ocupa el quinto lugar, con el 5,1% de los vuelos internacionales partidos, hacia las ciudades de Barcelona, Madrid y Santiago de Compostela. Las empresas que arriban estos destinos son: *Air Madrid*, *Iberia* y *Aerolíneas Argentinas*.

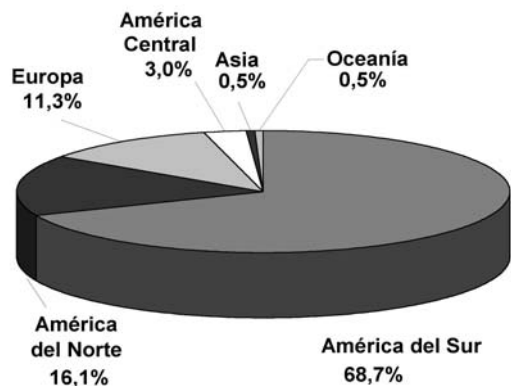
GRÁFICO A-VIII-4
VUELOS INTERNACIONALES POR PAÍS DE DESTINO (EN %).
AEROPARQUE JORGE NEWBERY Y AEROPUERTO INTERNACIONAL DE EZEIZA. JULIO 2006



Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos de *Aeropuertos Argentina 2000*.

Del total de los vuelos internacionales partidos analizados se observa que el 68,7% de los mismos tienen como destino países de América del Sur, mientras que el 16,1% se dirige hacia América del Norte y 3% van hacia países de América Central. Por su parte, Europa recibe el 11,3%, en tanto que Oceanía y Asia son arribados por el 0,5% de los vuelos partidos cada uno.

GRÁFICO A-VIII-5
VUELOS INTERNACIONALES POR CONTINENTE (EN %).
AEROPARQUE JORGE NEWBERY Y AEROPUERTO INTERNACIONAL DE EZEIZA. JULIO 2006



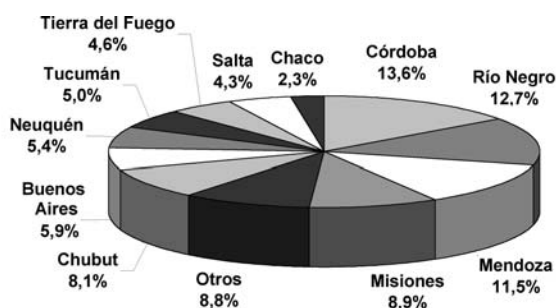
Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos de *Aeropuertos Argentina 2000*.

VUELOS DE CABOTAJE

En el mes de julio se realizaron cerca de 2000 vuelos de cabotaje desde la Ciudad de Buenos Aires. Las provincias con mayor conexión aérea con la Ciudad fueron Córdoba (13,6%), Río Negro (12,7%), Mendoza (11,5%) y Misiones (8,9%). Cabe advertir que el número de vuelos es particularmente alto, dado que la información refiere al mes de receso invernal.

El análisis del destino final de los vuelos hacia el interior del país, no sólo es indicador de los principales mercados nacionales para la Ciudad, sino también una aproximación a los lugares hacia los que se dirigen los extranjeros después de su estadía en la Ciudad (la mayoría de los turistas provenientes del interior ingresa a la Ciudad por la Terminal de Ómnibus de Retiro). Las salidas aéreas hacia las diferentes provincias son realizadas en muchos casos por extranjeros que gustan recorrer el país. En este sentido, se observa que un alto porcentaje de vuelos se realiza hacia provincias que son conocidas en el exterior por poseer lugares atractivos para el turismo, como es el caso de Mendoza, Río Negro, Misiones, Tierra del Fuego, Chubut y Neuquén, entre otras. Se destacan los destinos Bariloche, Córdoba, Iguazú, Mendoza, Tucumán y Salta. Esta última ha tenido recientemente una excelente *performance*, impulsada por la nueva aerolínea *Andes*.

GRÁFICO A-VIII-6
VUELOS DE CABOTAJE POR PROVINCIA DE DESTINO (EN %). JULIO 2006



Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos de *Aeropuertos Argentina 2000*.

Cabe mencionar que los destinos Bahía Blanca, Corrientes, Jujuy, La Rioja, Mar del Plata, Neuquén, Posadas, Resistencia, Río Gallegos, Río Grande, Rosario, San Martín de los Andes, San Juan, San Rafael, Santa Rosa, Trelew, Tucumán y Viedma sólo se encuentran conectados por *Aerolíneas Argentinas/Austral*. Esta exclusividad, tiene como implicancia un grave problema, ya que ante conflictos gremiales o empresarial, el impacto en la cadena de valor de turismo es fortísimo. El caso de Ushuaia brinda un grave ejemplo de esta situación ya que más de 40 hoteles de la zona han padecido la cancelación de muchas reservas debido a la falta de accesibilidad a la zona lo que acarrea un profundo problema económico.

Por otra parte, el Gobierno Nacional autorizó en el mes de agosto un aumento de 20%, en dos veces, para los pasajes aéreos de cabotaje⁵. El acuerdo entre *Aerolíneas Argentinas* y el Estado, que comprometió mayores inversiones y la ampliación de la parte pública en la empresa, agilizó el avance del aumento en los pasajes. Se espera próximamente un proyecto de ley para que las empresas puedan usar el saldo del IVA para cancelar cargas sociales e impuestos. También, podrían reclamar subsidios al combustible en rutas que no sean rentables y contratar seguros en el exterior que son más económicos.

⁵ El Gobierno Nacional y *Aerolíneas Argentinas* firmaron una carta de intención que estipula que el Estado tendrá entre 5 y 20% de las acciones de la empresa. Para el Secretario de Transporte, el acuerdo alcanzado abre la posibilidad de que el Gobierno cuente con el voto calificado sobre temas fundamentales y estratégicos como el de las rutas.

LA COMPETITIVIDAD DEL DESTINO CIUDAD DE BUENOS AIRES

En este apartado se presenta información sobre la competitividad del turismo receptivo en la Ciudad de Buenos Aires en términos de precios, debido a que éste es uno de los elementos que influye en la afluencia turística desde el exterior y en el gasto que realizan los visitantes. De todas maneras es importante destacar que si bien la competitividad vía precio es un aspecto relevante, es sólo uno entre varios otros que determinan la competitividad global de una Ciudad, y se suma a su infraestructura, oferta de alojamiento, atractivos culturales, artísticos, históricos, tradicionales, paseos de compras, etc.

En el segundo trimestre de 2006, el índice del tipo de cambio real multilateral turístico, que permite seguir la evolución global del poder adquisitivo de las divisas de los principales orígenes del turismo extranjero en la Ciudad de Buenos Aires⁶, tuvo una reducción de 1,1% respecto del trimestre anterior. Dicho de otra manera, en los últimos tres meses, hubo una leve merma en la capacidad de compra de las monedas extranjeras en la Ciudad. Las mayores reducciones ocurrieron para México (cayó 7,1% el índice bilateral de competitividad real turística argentina), Brasil (3,9%) y Chile (3,5%)⁷. Entre los índices bilaterales de los principales orígenes del turismo receptivo, sólo se verificó una suba para el caso de la Unión Europea (2%), que por su peso en el total de visitas, morigeró la disminución del índice general (Cuadro A-VIII-4 y Gráfico A-VIII-7).

En cambio, en la comparación interanual, se registró una suba promedio de 4,2%, lo que implica un aumento en la capacidad de compra de las monedas extranjeras en la Ciudad en el último año. La depreciación del peso argentino se verificó contra todas las monedas de los principales orígenes del turismo receptivo en la Ciudad, con excepción del peso mexicano (que perdió poder adquisitivo, pues el índice cayó 6,6%). Uruguay

tuvo la mayor ventaja para las compras en Argentina (el índice aumentó 12,7%), seguido de Chile (10,2%) y Brasil (5,1%). Por debajo de la suba promedio del índice se ubicaron los países de la Unión Europea (2,6%) y EEUU (0,4%).

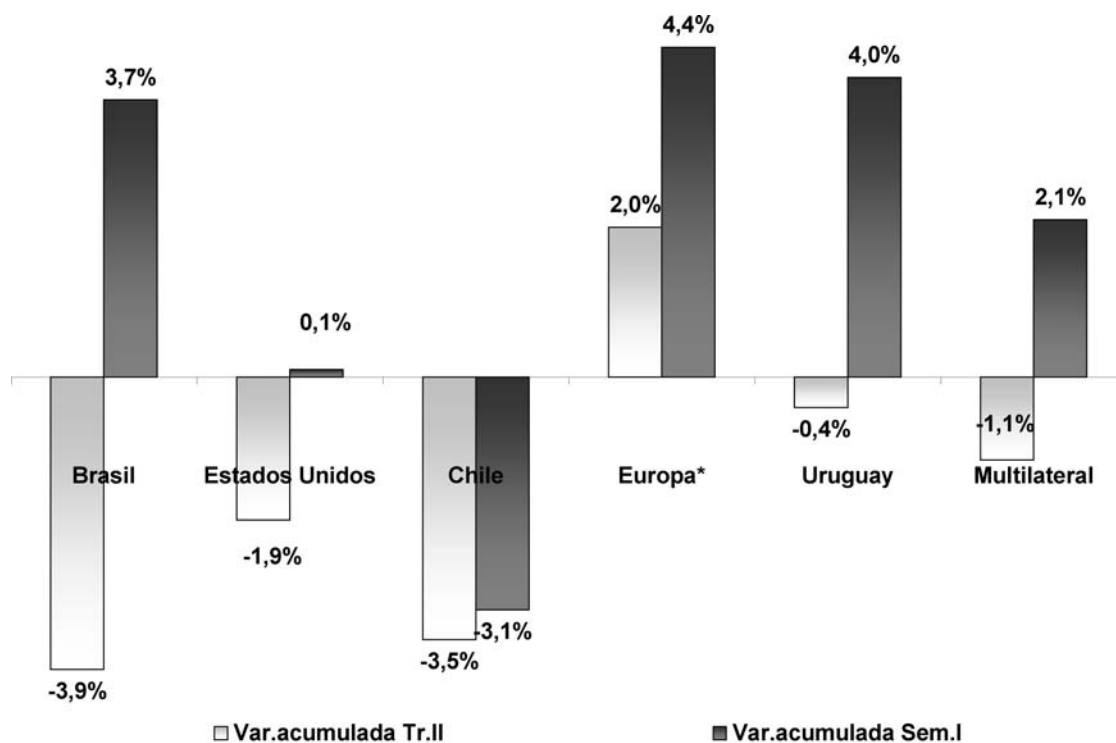
Como en la comparación interanual, también en el acumulado del primer semestre, el peso argentino ganó competitividad, por una suba en el índice de 2,1%. En este caso, la reducción de la competitividad real argentina se produjo no sólo contra México (el índice se redujo 7,9%), sino también contra Chile (3,1%). En forma contrapuesta, la mayor depreciación del peso (ganancia de competitividad) se verificó contra el euro (4,4%), el peso uruguayo (4%) y el real brasileño (3,7%).

⁶ Los orígenes considerados son Brasil, Estados Unidos, Chile, países de la Unión Europea, Reino Unido, Uruguay, México, Paraguay e Israel. El tipo de cambio multilateral se calcula ponderando el tipo de cambio real de los países por su participación en el gasto total desembolsado por los turistas en la Ciudad de Buenos Aires.

⁷ Cabe destacar que el índice de competitividad está construido tomando en consideración el nivel general del IPC, que a junio había crecido 11% en términos interanuales.

GRÁFICO A-VIII-7

TURISMO. VARIACIÓN DEL ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD REAL TURÍSTICA ARGENTINA FRENTE A LOS PRINCIPALES PAÍSES ORÍGENES DEL TURISMO RECEPTIVO A LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. ACUMULADO DEL TRIMESTRE II Y DEL SEMESTRE I 2006



* Eurozona

Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, GCBA.

Por otra parte, en relación con la situación inmediatamente anterior a la devaluación, la moneda que mayor apreciación real tuvo frente al peso -es decir, que mayor poder de compra ganó- es el euro: en junio de 2006 adquiriría casi 2,7 veces lo que entonces; le sigue en magnitud de apreciación el real brasileño, que adquiere casi 2,5

veces lo que en aquel momento. En cambio, la moneda mexicana y la uruguaya son las que menor diferencia mostraron en junio respecto a su poder de compra previo a la devaluación (adquirían casi 70% más que en diciembre de 2001).

CUADRO A-VIII-4

TURISMO RECEPTIVO. ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD REAL TURÍSTICA ARGENTINA FRENTE A LOS PRINCIPALES ORÍGENES DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. JUNIO DE 2006

ORIGEN DE LA MONEDA	VARIACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD REAL DEL PESO ARGENTINO EN JUNIO 06 RESPECTO A			
	MAR-06 (VAR.INTERTRIMESTRAL)	JUN-05 (VAR.INTERANUAL)	DIC-05 (VAR.ACUM.SEM.I)	DIC-01 (VAR.ACUM. DESDE FIN DE CONVERTIBILIDAD)
Brasil	-3,9%	5,1%	3,7%	144,4%
Estados Unidos	-1,9%	0,4%	0,1%	95,6%
Chile	-3,5%	10,2%	-3,1%	129,7%
Europa*	2,0%	2,6%	4,4%	166,9%
Uruguay	-0,4%	12,7%	4,0%	69,0%
México	-7,4%	-6,6%	-7,9%	64,2%
Multilateral	-1,1%	4,2%	2,1%	123,9%

* Eurozona

El tipo de cambio multilateral sintetiza los tipos de cambio bilaterales reales de los principales países de origen turístico, ponderados por la participación que cada origen tienen en el gasto total de los turistas en la Ciudad de Buenos Aires. La variación positiva indica ganancia de competitividad real argentina, en tanto que el cambio negativo, pérdida.

Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, GCBA.

El seguimiento del IPC-GBA elaborado por el INDEC, en su apertura por capítulos, permite ver la evolución diferenciada de los precios de bienes y servicios de consumo turístico, agregando información a la dinámica anteriormente presentada de los tipo de cambio reales.

En junio de 2006 se verificó un incremento interanual de 19,1% en los precios del rubro *Turismo*⁸, por encima del aumento del nivel general que fue de 11%. Si se focaliza en el acumulado del primer semestre de 2006, el aumento del rubro *Turismo* fue de 2%, por debajo de la suba general (4,9%).

OFERTA TURÍSTICA: LA EXPANSIÓN HOTELERA DE LOS ÚLTIMOS AÑOS

En los últimos años, la oferta de alojamiento de la Ciudad de Buenos Aires se fue incrementando al compás del *boom* del turismo. Acompañando el crecimiento de la demanda, la industria hotelera en la Ciudad de Buenos Aires proporciona diferentes tipos de comodidades de acuerdo con el objetivo del viaje, el gusto y las posibilidades económicas del visitante.

La expansión de hoteles pertenecientes a las grandes cadenas internacionales es un aspecto a

destacar del crecimiento de la oferta de alojamiento en la Ciudad. De acuerdo con el último dato disponible, la Ciudad de Buenos Aires contaba en el mes de abril de 2006, con 21 hoteles de 5 estrellas, 52 hoteles de 4 estrellas, 52 hoteles de 3 estrellas, 32 hoteles de 2 estrellas, 20 hoteles de 1 estrella y 29 *aparts*.

Asimismo, en el año 2005, en la participación por categoría de los hoteles contabilizados se observa que los hoteles de 5 estrellas participan en 8,5%, mientras que el 47,8% corresponde a los hoteles de 3 y 4 estrellas. Por su parte, los *aparts* participan en 8,5% y los hoteles de 1 y 2 estrellas lo hacen en 31,2% entre ambos. La participación en términos de habitaciones y plazas es superior para 4 y 5 estrellas, en detrimento de los establecimientos de 1, 2 y 3 estrellas. Así, los hoteles de 5 estrellas significan 25% de las habitaciones disponibles y 22,5% de las plazas, al tiempo que los hoteles de 4 estrellas aportan el 30% de las habitaciones y el 29,2% de las plazas.

El Cuadro A-VIII-4 brinda una visión global de la evolución de los alojamientos turísticos. Se observa que desde el año 1997, el número de hoteles de 5 estrellas en la Ciudad creció 110%, al tiempo que los hoteles de 3 estrellas crecieron 68% y los *aparts* 61%⁹.

⁸ Incluye los productos más frecuentemente consumidos por los no-residentes: *Transporte por turismo, Combustible y Peaje por turismo, Transporte Público por turismo, Alojamiento y Excursiones, Alojamiento, y Excursiones y Paquetes turísticos.*

⁹ Al respecto, véase la sección Turismo, en *Coyuntura Económica de la Ciudad de Buenos Aires* 16. Enero 2006.

Se destaca la apertura en el mes de julio del palacio *Duhau Park Hyatt Buenos Aires*, un hotel de lujo donde pasar la noche cuesta entre \$410 y \$5.000. El hotel cuenta con 165 habitaciones, 23 de las cuales se encuentran en el palacio, incluyendo 12 *suites*. Las otras 142 habitaciones, 27 de ellas en *suites*, están en el edificio nuevo contiguo.

Cabe acotar que, muchos nuevos hoteles no están categorizados y aun no se dispone de datos sobre la capacidad y nivel de ocupación de los *hostels* y otras modalidades alternativas de alojamiento que se sabe crecieron notablemente en los últimos años.

En este sentido, al aumento de la infraestructura hotelera, producto del desarrollo de los establecimientos de 1 a 5 estrellas y *aparts*, se agrega la notable expansión en los últimos años de *hostels* y hoteles *boutique*, *design* o temáticos¹⁰. Lo notable de este fenómeno es que muchos de estos emprendimientos abren sus puertas en barrios como Belgrano, Abasto, Palermo y San Telmo, entre otros. *My BA Hotel de Na Town & Country hotels* se instaló en el barrio de Belgrano con un establecimiento que cuenta

con 2 *suites*, 4 habitaciones de lujo y 2 *standard*, microcine, gimnasio y *spa*. Por su parte, en Palermo, mas específicamente en Las Cañitas, funciona el hotel *boutique 248 Finisterra* con 11 exclusivas habitaciones que recrean la estética argentina de principios de siglo XX. También en Palermo se destacan *Malabia House*, *Bo-Bo*, *La otra orilla*, *Five* y *Krista*. Por su parte, en San Telmo se están realizando obras en un viejo anticuario que se pasará a llamar *Mansión Vitraux*. Asimismo, en la zona del Abasto se destaca *Carlosvía* que está construido sobre la base estructural de una casona de 1920.

Estos establecimientos son escogidos por turistas que gustan del lujo, el diseño, la tecnología y un servicio personalizado de excelencia. Así, ante el avance del turismo se está produciendo una nueva forma de gestionar la hotelería que se adapta a los requerimientos de los turistas, cuidando los detalles más sutiles.

De acuerdo con lo informado por la Secretaría de Turismo de la Nación, se espera que la inversión en el sector hotelero en la Argentina en el año 2006 sea de \$1.400 M, impulsada especialmente por capitales internacionales.

CUADRO A-VIII-5

CANTIDAD DE HOTELES, HABITACIONES Y PLAZAS DISPONIBLES DE 1 A 5 ESTRELLAS, APARTS Y SIN CATEGORIZAR. CIUDAD DE BUENOS AIRES. AÑOS 1997-ABRIL 2006

PERÍODO	CATEGORÍA						SIN CATEGORIZAR	TOTAL
	5 ESTRELLAS	4 ESTRELLAS	3 ESTRELLAS	2 ESTRELLAS	1 ESTRELLA	APART		
1997	10	40	31	36	29	18	7	171
1998	10	44	36	39	28	17	9	183
1999	10	44	38	39	27	19	13	190
2000	10	48	38	40	27	24	23	210
2001	13	52	44	41	29	23	13	215
2002	15	51	41	41	27	24	11	210
2003	16	52	42	40	26	27	10	213
2004	16	52	42	41	26	27	14	218
2005	20	56	56	43	30	29	s/d	234
2006								
Abril	21	52	52	32	20	29	s/d	s/d
	PARTICIPACIÓN POR CATEGORÍA							
2005	8,5%	23,9%	23,9%	18,4%	12,8%	12,4%	s/d	100,0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de DGEyC, GCBA.

¹⁰ Los temas más recurrentes de estos hoteles son: el Tango, (como *Casaron Porteño*, *Complejo Tango*, *Telmontango*, *Mansión Dandi Royal* y *Hostel Clan*), la cultura (*Art Hotel*, *Youkali Kutur Hotel*) o gay (*Bayres Gay*).

CUADRO A-VIII-5 (CONTINUACIÓN)

CANTIDAD DE HOTELES, HABITACIONES Y PLAZAS DISPONIBLES DE 1 A 5 ESTRELLAS, APARTS Y SIN CATEGORIZAR. CIUDAD DE BUENOS AIRES. AÑOS 1997-ABRIL 2006

PERÍODO	CATEGORÍA						SIN CATEGORIZAR	TOTAL
	5 ESTRELLAS	4 ESTRELLAS	3 ESTRELLAS	2 ESTRELLAS	1 ESTRELLA	APART		
HABITACIONES DISPONIBLES								
1997	2.691	4.446	2.370	1.737	1.103	1.417	406	14.170
1998	2.581	5.109	2.653	1.897	1.038	1.091	639	15.008
1999	2.581	4.926	2.746	1.930	1.005	1.138	943	15.269
2000	2.581	5.352	2.737	1.973	1.005	1.414	2.361	17.423
2001	3.285	5.952	3.206	2.030	1.051	1.297	1.192	18.013
2002	3.818	5.562	2.986	2.026	1.026	1.317	918	17.653
2003	3.962	5.695	2.994	1.945	996	1.521	774	17.887
2004	3.962	5.695	2.994	1.963	996	1.521	1.176	18.307
2005	4.712	5.658	3.847	2.018	1.107	1.502	s/d	18.844
2006								
Abril	4.849	5.456	3.500	1.564	842	1.468	s/d	s/d
PARTICIPACIÓN POR CATEGORÍA								
2005	25,0%	30,0%	20,4%	10,7%	5,9%	8,0%		100,0%
PLAZAS DISPONIBLES								
1997	5.436	9.064	4.796	3.465	2.281	s/d	816	25.858
1998	5.196	10.386	5.369	3.799	2.150	s/d	1.306	28.206
1999	5.196	10.064	5.555	3.860	2.089	s/d	1.912	28.676
2000	5.196	10.926	5.537	3.946	2.089	s/d	4.609	32.303
2001	6.514	12.082	6.489	4.060	2.178	s/d	2.281	33.604
2002	7.617	11.468	6.291	4.031	2.144	2.642	1.794	35.987
2003	7.905	11.734	6.391	3.880	2.076	3.286	1.628	36.900
2004	7.905	11.734	6.296	3.880	2.076	3.286	1.628	36.805
2005	9.060	11.766	8.358	4.648	2.403	4.107	s/d	40.342
2006								
Abril	9.156	11.417	7.650	3.384	1.824	3.769	s/d	s/d
PARTICIPACIÓN POR CATEGORÍA								
2005	22,5%	29,2%	20,7%	11,5%	6,0%	10,2%		100,0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de DGEyC, GCBA.

OCUPACIÓN HOTELERA

De acuerdo con información provisoria de la Dirección General de Estadística y Censos del GCBA, en el primer trimestre del año 2006, las tasas de ocupación promedio más altas correspondieron a los hoteles de 5, 4 y 3 estrellas (76,2%, 70,2% y 61,9%, respectivamente). Por

su parte, los *aparts* se ubicaron en una tasa de ocupación promedio de 59,1% y los hoteles de 1 y 2 estrellas tuvieron una ocupación de 54% y 51,2%, respectivamente.

De la comparación interanual entre del promedio de ocupación hotelera del primer trimestre de 2006, se observa un crecimiento de 56,8% en la ocupación media de los hoteles de 1 estrella, al

tiempo que los hoteles de 5 estrellas experimentaron un aumento en la tasa de ocupación de 7,5%, mientras que los de 2 estrellas lo hicieron en un 5,7% y los de 3 estrellas 5,3%. Por su parte, los hoteles de 4 estrellas se mantuvieron sin cambios y los *aparts*, son los únicos que tuvieron un comportamiento levemente negativo (-9,8%).

En lo que respecta a las tarifas en pesos de hoteles de 1 a 5 estrellas y *aparts* en el mes de enero de 2006, último dato disponible, los niveles promedio variaron entre \$59 y \$396 según la

categoría, para una habitación doble estándar con baño privado.

En el mes de enero, las tarifas medias cobradas por los alojamientos de mayor categoría fueron las más altas, al menos desde la devaluación doméstica: \$396 para los de 5 estrellas, \$150 para los de 4 estrellas, \$127 para los *aparts* y \$100 para los establecimientos de 3 estrellas. Los incrementos más elevados con respecto al mes de enero de 2005 se produjeron también en los hoteles de 2 estrellas (35,6%), 4 estrellas (26,2%) y 1 estrella (24,4%).

CUADRO A-VIII-6

TASA DE OCUPACIÓN DE LAS HABITACIONES DISPONIBLES Y TARIFAS PROMEDIO POR CATEGORÍA. HOTELES DE 1 A 5 ESTRELLAS Y APARTS. CIUDAD DE BUENOS AIRES. AÑOS 2003-2005

PERÍODO	CATEGORÍA						TOTAL
	5 ESTRELLAS	4 ESTRELLAS	3 ESTRELLAS	2 ESTRELLAS	1 ESTRELLA	APART	
TASA DE OCUPACIÓN MEDIA							
2003	54,3	65,0	54,5	43,4	38,7	55,7	51,9
2004	66,4	70,7	60,6	51,2	46,0	67,9	64,0
Trimestre I	66,9	63,9	54,1	45,6	42,4	59,2	59,1
Trimestre II	59,8	66,5	57,3	50,3	43,2	61,1	59,6
Trimestre III	59,6	75,2	63,8	54,2	54,2	73,9	65,8
Trimestre IV	79,4	77,1	67,4	54,8	44,3	77,5	71,5
2005	70,5	74,9	65,9	52,1	45,8	66,7	67,1
Trimestre I	70,9	70,1	58,8	48,5	42,6	65,5	63,7
Trimestre II	61,7	72,2	61,8	51,5	44,7	62,5	62,8
Trimestre III	68,2	78,7	70,6	56,8	49,5	72,6	69,8
Trimestre IV	81,1	78,4	72,4	51,5	46,4	66,0	72,1
2006							
Trimestre I	76,2	70,2	61,9	51,2	54,0	59,1	s/d
TARIFA PROMEDIO (\$)							
2003	248,7	84,3	60,2	39,2	35,7	98,8	110,5
2004	303,0	104,0	73,0	49,0	45,0	116,0	136,0
Trimestre I	291,9	99,3	63,8	45,2	42,6	110,1	129,2
Trimestre II	284,5	102,8	70,6	47,7	44,3	108,6	130,1
Trimestre III	289,6	103,2	75,7	49,9	46,0	120,4	133,6
Trimestre IV	345,1	110,3	78,6	52,0	47,9	124,9	150,1
2005	359,7	132,3	88,9	58,1	53,5	127,4	171,5
Trimestre I	346,2	122,9	81,3	51,6	49,8	124	166,3
Trimestre II	337,5	124,9	84,8	53,9	51,9	122,5	165,2
Trimestre III	337,2	132,6	91,8	61,4	55,0	129,7	164,6
Trimestre IV	418,1	148,8	97,8	65,7	57,2	133,3	189,9
2006							
Enero	395,6	149,9	100,0	68,9	58,7	126,8	s/d

Fuente: Elaboración propia en base a datos de DGEyC, GCBA.

EVOLUCIÓN DE FERIAS Y CONGRESOS

El turismo de reuniones, entendido como uno de los segmentos que forman parte del turismo de negocios, es de gran importancia debido a que se trata de un sector del mercado turístico de alto gasto por visitante y proclive a extender la estadía más allá del evento.

Es importante destacar, que el turismo de reuniones ayuda a reducir la estacionalidad de la actividad turística ya que si bien septiembre, octubre y noviembre siguen siendo los meses preferidos para la realización de este tipo de eventos, los centros de convenciones se encuentran trabajando interrumidamente desde mediados de marzo a mediados de diciembre.

Este segmento genera empleos generalmente calificados, al tiempo que desarrolla una cadena productiva en donde intervienen distintos actores, entre los que se destacan: las Asociaciones y Cámaras que promocionan las reuniones, los Organizadores Profesionales de Congresos dedicados a la planificación de las reuniones, los organismos que apoyan técnicamente la realización de los eventos y a brindar apoyo institucional, los gestores de destinos que detentan el conocimiento del destino elegido (así como también son especialistas en el diseño y la implementación de eventos, actividades y soluciones logísticas. Obviamente, también intervienen en esta cadena los servicios específicos del turismo de reuniones como los hoteles, el transporte, los centros de reuniones, etc.

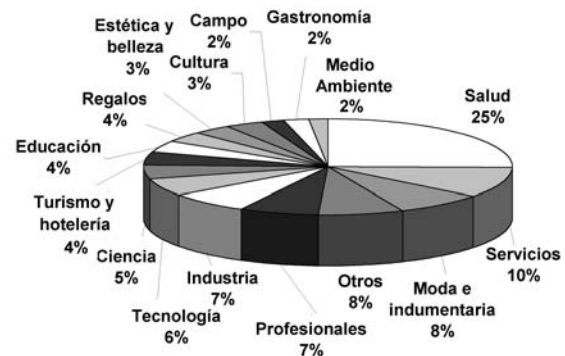
Durante el año 2005, el turismo de negocios ha tenido una excelente *performance* a nivel nacional y en la Ciudad de Buenos Aires en particular.

Como "termómetro" de la situación económica del país a partir del año 2003, se ha producido un notable y sostenido crecimiento de este sector. De acuerdo con un relevamiento realizado por el

CEDEM sobre congresos, ferias y exposiciones anunciadas¹¹, se espera para la segunda mitad del año 2006, la realización en la Ciudad de Buenos Aires de 185 eventos. Los complejos en la Ciudad que albergarían una mayor cantidad de congresos son: *Panamericano Buenos Aires Hotel & Resort*, *Sheraton Buenos Aires*, *La Rural* y *Costa Salguero*.

El relevamiento realizado nos permite ver la composición por temas de los eventos a realizarse hasta fin de año. En la misma se destaca *Salud* (25%), *Servicios* (10%) y *Moda e indumentaria* (8%) (Gráfico A-VIII-8).

GRÁFICO A-VIII-8
FERIAS, CONGRESOS Y EVENTOS SEGÚN TEMA.
PROYECTADO SEMESTRE II 2006



Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, GCBA, en base a datos de Subsecretaría de Turismo de la Ciudad, Predio Ferial La Rural, revista *Perspectiva* y *Costa Salguero*.

Es importante señalar que se está avanzando hacia la calidad certificada de organizadores y proveedores de exposiciones y congresos. Esta certificación esta orientada a generar las condiciones óptimas para el desarrollo de sistemas integrales de gestión de calidad y distinguir a los integrantes del sector turístico por sus practicas de excelencia en la prestación de servicios.

¹¹ Fuente: Revista *Perspectiva* y páginas web del *Predio Ferial La Rural*, *Costa Salguero* y *Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires*.

OTROS SEGMENTOS DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Al compás del *boom* turístico en la Ciudad se ha desarrollado el circuito *gay*. Actualmente hay más de 200 restaurantes, bares y locales de indumentaria orientados a este segmento que es caracterizado por los operadores turísticos con las siglas DINK (*double income no kids*), que se caracteriza por una alta disposición al gasto en los destinos turísticos. En este sentido es de gran importancia el primer hotel lujoso de 5 estrellas de América y segundo en el mundo, destinado a huéspedes *gays* en la Ciudad de Buenos Aires. Este proyecto cuenta con una inversión de U\$S 3,5M y su inauguración está prevista para el otoño del próximo año en el barrio de San Telmo. Este hotel, llamado *Axel*, se erigirá sobre un predio de 1.400m².

Otro segmento que ha evolucionado es el llamado turismo de idiomas; a lo largo del año 2005 se ha producido una entrada masiva de estudiantes extranjeros al país y especialmente a la Ciudad de Buenos Aires. Esta modalidad de turismo es llevada a cabo por personas que tienen interés en visitar otro país, sus instituciones y reunirse con residentes de lugar con el objeto de ampliar sus conocimientos de cultura general e idiomas. En este sentido, se ha multiplicado el número de matriculados de origen extranjero en varias universidades, institutos educativos y centros de estudios. Sólo en las universidades públicas se inscribieron 657 estudiantes en el 2005, el doble de alumnos extranjeros que en el año 2004. La elección de la Argentina para cursar carreras de grado, posgrado o cursos de idiomas, entre otros, se vincula con el buen nivel educativo y los bajos costos relativos de las cuotas y gastos de estadía. En este aspecto, cabe destacar, que el español es la tercera lengua mas hablada del mundo.

La Secretaría de Turismo de la Nación reunió a más de 45 centros educativos interesados en participar en el desarrollo del producto *Turismo Idiomático*, planteando la importancia de que se

agrupen en pos de fortalecer su institucionalización. Esto sucedió en el Segundo Encuentro de Turismo Idiomático organizado por la Secretaría de Turismo de la Nación (SecTur).

Otra noticia importante para el sector turístico es el "*Laboratorio de monitoreo de inserción laboral turística*" que busca realizar un seguimiento de las trayectorias laborales de los egresados. En el convenio trabajaran tanto la Dirección de Formación y calidad de la Secretaria de Turismo de la Nación como investigadores de la Facultad de Ciencias Sociales.

Finalmente, cabe destacar la repercusión que están teniendo la Argentina y la Ciudad de Buenos Aires en particular, en los medios de comunicación internacionales entre los que se encuentran: *The New York Times*, *The Independent*, la editorial de guías turísticas *Lonely Planet*, *Condé Nast Traveller*, y recientemente, Buenos Aires fue elegida como mejor destino turístico de Latinoamérica por la revista especializada en viajes *Travel Leisure*. Asimismo, ésta revista ubicó a la Ciudad a nivel internacional por sobre New York y San Francisco. Se distingue a Buenos Aires por sus atractivos turísticos, la amplia oferta cultural y gastronómica y la cordialidad de los habitantes.

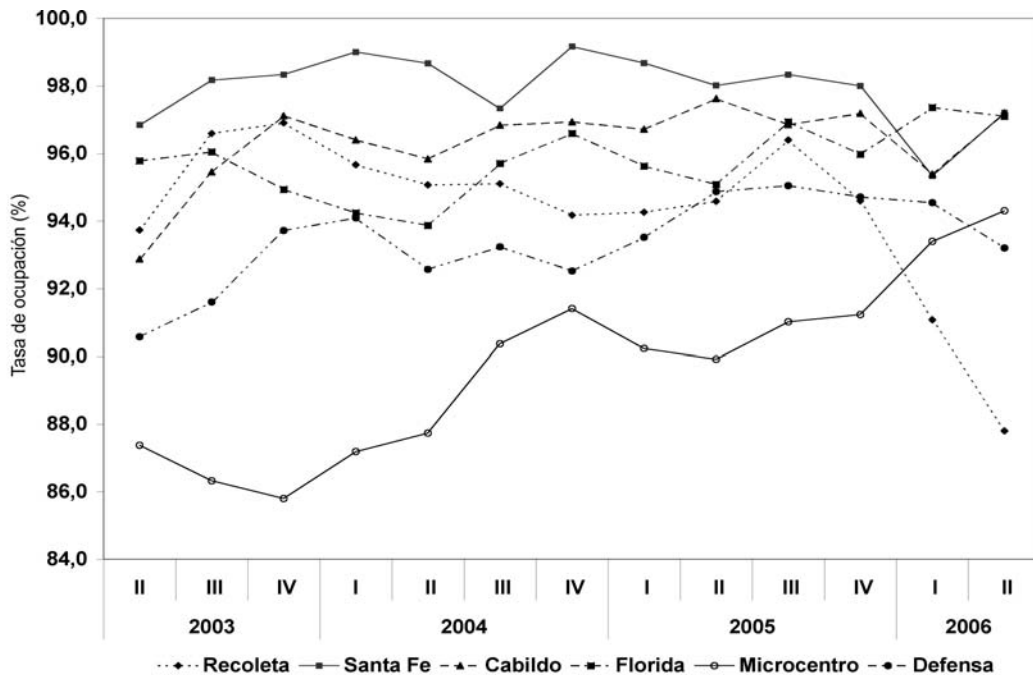
EJES COMERCIALES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

A partir del segundo trimestre de 2003, el CEDEM, realiza un relevamiento en las zonas comerciales más densas de la Ciudad de Buenos Aires.

El *boom* del turismo en la Ciudad ha ayudado a consolidar, en algunos casos transformar y por qué no impulsar zonas comerciales en la Ciudad. Por este motivo, es interesante mostrar la evolución de algunos ejes comerciales que son los de más frecuente elección para pasear efectuar compras por parte de los turistas, que arriban a la Ciudad, especialmente extranjeros: Recoleta, Santa Fe, Cabildo, Florida, Microcentro y Defensa (Gráfico 1)

GRÁFICO 1

EJES COMERCIALES TURÍSTICOS. TASA DE OCUPACIÓN DE LOCALES COMERCIALES (%). CIUDAD DE BUENOS AIRES. TRIMESTRE II 2003-TRIMESTRE II 2006



Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, GCBA en base a relevamiento propio.

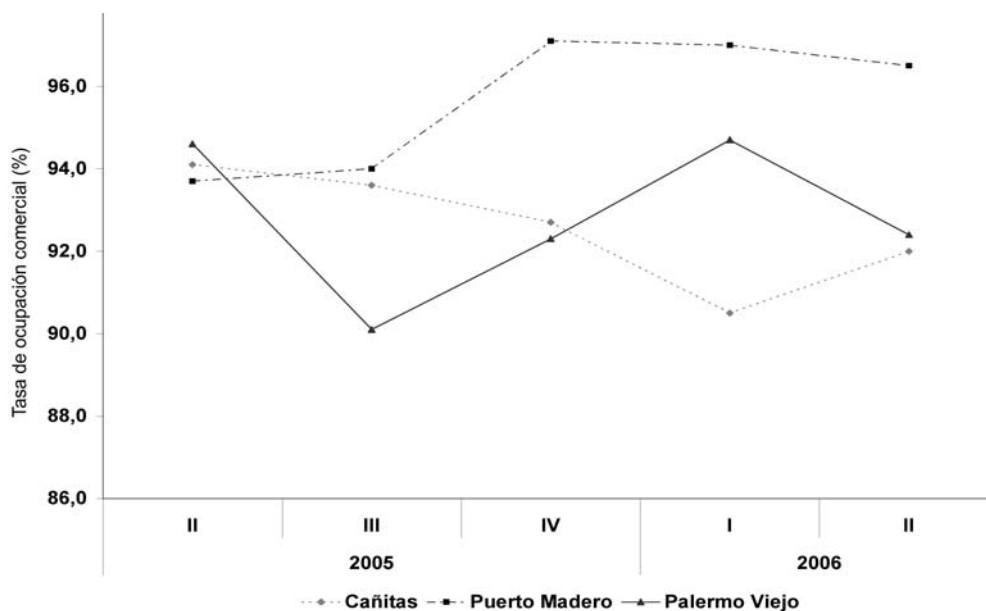
El mayor crecimiento desde el segundo trimestre de 2003 es protagonizado por el eje Microcentro que ha incrementado su tasa de ocupación comercial en 7,9% alcanzando en el último trimestre relevado (segundo trimestre de 2006) una ocupación comercial de 94,3%. Por su parte, el eje Florida que siempre ha mantenido tasas de ocupación comercial mayores a 90%, creció en el período analizado 1,4% obteniendo su mejor *performance* en el primer trimestre de 2006 (97,4% de los locales relevados se encontraban ocupados). Ambos ejes se encuentran en la zona céntrica de la Ciudad.

El eje Defensa, ubicado en San Telmo, experimentó un marcado crecimiento de su tasa de ocupación durante el año 2003, fenómeno que se revirtió parcialmente durante el 2004 y que nuevamente cambió de tendencia a partir del primer trimestre de 2005. El incremento entre puntas es de 2,6 puntos porcentuales. La particularidad de este eje es el impacto que el turismo ejerce sobre la zona, ya que se está produciendo el cierre de locales "de barrio" y tradicionales, como las casas de antigüedades, para dar lugar a nuevos emprendimientos como alojamientos para turistas, casas de decoración o de diseño, entre otros, que son extraños a la tradicional fisonomía del barrio.

Por su parte, los ejes Cabildo, Santa Fe y Recoleta, los tres de la zona Norte de la Ciudad, si bien tienen altas tasas de ocupación comercial, muestran comportamientos dispares, especialmente en el caso de Recoleta. Cabildo es el eje que manifiesta mayor crecimiento con respecto al segundo trimestre de 2003 (4,6%) en la zona Norte y Santa Fe es el que mayores tasas de ocupación ha mantenido a lo largo del período analizado. Recoleta, sin embargo, si bien en el cuarto trimestre de 2003 y en el tercer trimestre de 2005 tuvo una alta tasa de ocupación comercial (96,9% y 96,4% respectivamente) ha sufrido importantes fluctuaciones en su tasa de ocupación. Este fenómeno es acompañado del desarrollo de nuevas zonas de densificación comercial, tales como Puerto Madero, Las Cañitas y Palermo. Por este motivo el CEDEM comenzó a realizar a partir del segundo trimestre de 2005 un relevamiento en las calles de mayor aglutinamiento comercial de las zonas mencionadas¹².

GRÁFICO 2

EJES COMERCIALES TURÍSTICOS. TASA DE OCUPACIÓN DE LOCALES COMERCIALES (%). CIUDAD DE BUENOS AIRES. TRIMESTRE II 2003-TRIMESTRE II 2006



Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, GCBA en base a relevamiento propio.

¹² Para mayor información véase *Informe Trimestral sobre la Actividad Comercial en la Ciudad de Buenos Aires*, N° 45, Junio de 2006. CEDEM, Ministerio de Producción, GCBA.

Se destaca que los tres nuevos ejes poseen desde el inicio del relevamiento tasas superiores a 90%. El eje Puerto Madero, que tiene una gran cantidad de locales dedicados a la gastronomía, ha mantenido desde el segundo trimestre de 2005 tasas superiores a 93,7%, al tiempo que Las Cañitas también se ha consolidado como un centro gastronómico, obteniendo su mayor tasa de ocupación comercial en el primer trimestre de 2005 (94,1%). Por su parte, en Palermo se han reproducido los locales dedicados a la gastronomía y al diseño, como así también se han multiplicado los comercios dedicados a la venta de indumentaria y a la venta de accesorios. La mayor tasa de ocupación de este eje también se produjo en el primer trimestre de 2006 (94,7%) (Gráfico 2).

Sin duda, el turismo ayuda a estimular el crecimiento de determinadas zonas comerciales, especialmente aquellas que se encuentran ubicadas en espacios escogidos por itinerarios turísticos. Ahora bien, las transformaciones urbanas no siempre son del agrado de los habitantes de estas zonas, que se ven impactados por el avance de transformaciones socioculturales y estéticas que resultan del cambio de determinados rubros comerciales orientados al consumo de los visitantes. En muchos casos, el desplazamiento de unos rubros comerciales por otros se debe al aumento de los precios de los alquileres de los locales, ocasionando el reemplazo de inquilinos que no pueden afrontar valores más elevados.

SÍNTESIS

- La Ciudad de Buenos Aires registró un nuevo *récord* en el segundo trimestre de 2006 con la llegada de 3.882.643 turistas, de los cuales 1.679.565 son residentes en el extranjero y 2.203.077 son turistas nacionales. Este incremento representó 9,6% más que en el mismo período de 2005. En particular, la tasa de crecimiento del turismo internacional fue de 11,2% y la de turismo nacional, de 8,5%. Se reconoce una aceleración en el nivel de visitas con respecto al trimestre anterior, tanto para el total como para cada uno de los grupos de origen de los turistas.
- Cabe destacar que a partir del día 17 de octubre de 2006 y hasta el 12 de abril de 2007 se produjo el arribo de 108.619 cruceristas. Esto implicó un crecimiento de 66% de cruceristas con respecto a la temporada anterior. Asimismo, se incrementó el número de barcos, 73 contra 54 de la pasada temporada.
- De acuerdo con información provisoria de la Dirección General de Estadística y Censos del GCBA, la Ciudad de Buenos Aires contaba en el mes de abril de 2006 con 21 hoteles de 5 estrellas, 52 hoteles de 4 estrellas, 52 hoteles de 3 estrellas, 32 hoteles de 2 estrellas, 20 hoteles de 1 estrella y 29 *aparts*. Asimismo, las tasas de ocupación promedio más altas correspondieron a los hoteles de 5, 4 y 3 estrellas (76,2%, 70,2% y 61,9%, respectivamente). Por su parte, los *aparts* se ubicaron en una tasa de ocupación promedio de 59,1% y los hoteles de 1 y 2 estrellas tuvieron una ocupación de 54% y 51,2%, respectivamente.
- En el segundo trimestre de 2006, el índice del tipo de cambio real multilateral turístico, que permite seguir la evolución global del poder adquisitivo de las divisas de los principales orígenes del turismo extranjero en la Ciudad de Buenos Aires, tuvo una reducción de 1,1% respecto del trimestre anterior. En los últimos tres meses, hubo una leve merma en la capacidad de compra de las monedas extranjeras en la Ciudad. Las mayores reducciones ocurrieron para México (cayó 7,1% el índice bilateral de competitividad real turística), Brasil (3,9%) y Chile (3,5%). Entre los índices bilaterales de los principales orígenes del turismo receptivo, sólo se verificó una suba para el caso de la Unión Europea (2%), que por su peso en el total de visitas, morigeró la disminución del índice general
- El análisis de los vuelos partidos desde el Aeropuerto Internacional de Ezeiza y el Aeroparque Metropolitano Jorge Newbery identifica en el mes de julio a Brasil como el principal destino internacional, con 22,6% de los vuelos partidos. Le siguen Uruguay (17,1%), Chile (16,7%), y Estados Unidos (13,4%). Se destaca que el 68,7% de los vuelos partidos tienen como destinos países de América del Sur. Las provincias con mayor conexión aérea con la Ciudad de Buenos Aires en el período analizado fueron Córdoba (13,6%), Río Negro (12,7%), Mendoza (11,5%) y Misiones (8,9%).