

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:



**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar>

Universidad Nacional de Mar Del Plata

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales

TESINA DE GRADO

Licenciatura en Economía

***“La actividad turística en la ciudad de Mar del
Plata: estimación y análisis de su importancia
económica, período 2004-2012”***

AUTORA

Lucía Studnitz

Mar del Plata, 7 de mayo de 2014

***“La actividad turística en la ciudad de Mar del
Plata: estimación y análisis de su importancia
económica, período 2004-2012”***

AUTORA

Lucía Studnitz

DIRECTORA

Lic. María Teresa López

CO-DIRECTORA

Lic. Ana Julia Atucha

COMITÉ EVALUADOR

Mg. Guillermo Volpato

Mg. Gonzalo Cruz

AGRADECIMIENTOS

La presente investigación es el resultado del esfuerzo conjunto de una serie de personas sin las cuales no podría haberse llevado a cabo. Es por esto que agradezco a mi directora y co-directora, por la orientación, el seguimiento y la supervisión continua, pero sobre todo por la motivación, el apoyo, la confianza y el compromiso que me brindaron. Asimismo agradezco, a todos los que me han brindado información para la confección de la presente investigación, sin la cual no podría haberse realizado.

Agradezco también a mi familia, por el amor, el apoyo, la motivación y la ayuda incondicional que recibí a lo largo de mi vida. A mi novio, por tanta paciencia, comprensión y acompañamiento. A mis amigos por estar siempre, en las buenas y en las malas.

Con mucho amor y cariño le dedico todo mi esfuerzo y trabajo puesto para la realización de esta investigación a mi abuela, quien por pocos meses no la pudo ver concluida, pero que fue un pilar fundamental en mi carrera y en mi vida.

RESUMEN

En la presente investigación se realiza un abordaje de la importancia económica de la actividad turística en el Partido de General Pueyrredon (PGP), para el período de 2004 a 2012 tanto desde la demanda como desde la oferta turística. Mar del Plata es uno de los principales destinos turísticos de la Provincia de Buenos Aires y gran parte de su actividad económica se desarrolla en torno a la actividad turística.

La metodología empleada ha sido generada especialmente para la investigación y consiste en la construcción de indicadores específicos para el análisis de la demanda. La oferta, por otro lado, se analiza a través de la asignación coeficientes fijos por rama de actividad, empleados para el análisis a nivel nacional. Finalmente, se contrastan ambos resultados. Las fuentes de información son secundarias y provienen de datos de los Estudios de Demanda del Ente Municipal de Turismo para el análisis de demanda y del Producto Bruto Geográfico (PBG), elaborado por el Grupo de Indicadores Socio-Económicos, de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata, para la estimación de la oferta.

Los resultados obtenidos, se dividen en análisis económico y análisis socio-demográfico. En el primero se presentan las estimaciones de demanda y oferta turística, que se estiman en \$1.688 millones para el año 2004 y refieren a un 28% del PBG, mientras que en el año 2012 alcanza los \$8.256 millones lo que implicaría un 34,7% del PBG. En cuanto al análisis socio-demográfico, las variables observadas son edad, género, nivel de estudios y nivel socio-económico, las que se han mantenido relativamente estables en los distintos períodos de la serie analizada.

PALABRAS CLAVE

Turismo – Gasto turístico – Producto Bruto – Oferta turística– Demanda turística

“Tourism activity in Mar del Plata: estimation and analysis of its importance in the economy, period 2004-2012”

ABSTRACT

This research is an approach to the importance of tourism in the economy of General Pueyrredon, from both touristic demand and supply, between the years 2004 and 2012. Mar del Plata is one of the main touristic destinations in the Buenos Aires Province and therefore, most of the economic activities comes from tourism.

The methodology employed for the analysis of the demand has been specially develop for this investigation and it consists in the construction of specific indicators. Meanwhile, the supply analysis employs fixed coefficients according to activity which are used at national estimations. Finally, both results are compared. There sources of information were provided by the Ente Municipal de Turismo, through the Demand Studies, for the demand analysis and the Gross Regional Product (GRP) published by the Socio-Economic Indicators Group from the Faculty of Economics and Social Sciences of the National University of Mar del Plata, for de supply estimations.

Results are divided in two parts, the economic and the socio-demographic analysis. According to the first, the estimated supply and demand of tourism reached \$ 1,688 million for 2004 which referred to a 28% of GRP, while in 2012 it reached \$ 8,256 million implying 34.7% of the GRP. Regarding the socio-demographic analysis, the observed variables are age, gender, level of education and socio-economic status, which have remained relatively stable in different periods of the analyzed series.

KEY WORDS

Tourism –Touristic Spending – Gross Geographic Product – Supply and demand in tourism

Contenido

Resumen.....	2
Palabras clave.....	2
Abstract	3
Key words.....	3
I. Introducción	6
Objetivos	8
General.....	8
Particulares.....	8
Hipótesis.....	8
II. Marco teórico.....	9
Mar del Plata	9
La actividad turística.....	9
Tipos de turismo.....	14
Factores que componen la actividad turística	17
Perspectiva de la Demanda Turística	17
Perspectiva de la Oferta Turística	19
Efectos económicos del turismo	21
El producto bruto	22
La Cuenta Satélite de Turismo	25
Contribución económica de la Actividad Económica de Turismo y Viajes en Argentina	28
III. Metodología	33
Formulación de hipótesis	33
Conveniencia de formular hipótesis	33
Formulación de las hipótesis.....	33
Muestra de datos	34
Unidades de análisis y tamaño o criterio de validez de la muestra.....	34
Errores de medición	35
Análisis de datos.....	36
Método de análisis más adecuado para los datos según los objetivos	36
IV. Resultados.....	37
Análisis económico: indicadores monetarios.....	37
Demanda turística.....	37
Oferta Turística mediante el método de la Cámara Argentina de Turismo.....	40
Comparación de Demanda Turística y Oferta Turística	43
Análisis del Gasto Turístico	45
Análisis socio-demográfico: indicadores no monetarios	54
Edad.....	57
Género.....	58

Procedencia	58
Nivel de Estudios	59
Nivel socioeconómico	60
V. Conclusiones	63
Cumplimiento de objetivos	64
Contrastación de hipótesis.....	64
VI. Bibliografía	67
VII. Apéndice	69
Tablas para la elaboración del giro estimado de dinero bimestral.....	69
Relación entre los integrantes del grupo	70

I. INTRODUCCIÓN

La actividad turística no es ajena al contexto de grandes y rápidas transformaciones por el que está atravesando actualmente el mundo. Muestra de ello es que en apenas medio siglo se ha experimentado un crecimiento inusitado que ha llevado a esta actividad a ser una de las de mayor importancia socioeconómica de la actualidad. La relevancia que fue adquiriendo el turismo como actividad económica hizo que diferentes países e importantes organismos internacionales, centraran su interés en este fenómeno en continuo crecimiento.

Muchos países, conscientes de la importancia económica y social que tiene el Sector Turismo aunaron esfuerzos con la finalidad de avanzar en la integración de un sistema de información macroeconómica, que les permitiera dimensionar la contribución de las actividades turísticas a la economía. Para detectar el valor agregado que produce el sector en el producto nacional, han implementado la Cuenta Satélite de Turismo (CST), propuesta por la Organización Mundial del Turismo (OMT). La CST es un instrumento estadístico diseñado para cuantificar el impacto del turismo en la economía de acuerdo a normas internacionales sobre conceptos, clasificaciones y definiciones, lo que permite establecer comparaciones válidas entre países.

Debido a la delimitación de la actividad económica del turismo y la transversalidad en el resto de las actividades, es que se dificulta la implementación de la CST. En la actualidad sólo cerca de quince países la utilizan. A pesar de la trascendencia económica y social del turismo en la Argentina ni los instrumentos tradicionales ni las fuentes de información disponibles, han permitido hasta ahora, realizar una medición real de su impacto a través la elaboración de esta cuenta.

Las investigaciones realizadas por la Cámara Argentina de Turismo (CAT), sin embargo demuestran que la participación de la actividad económica del turismo y viajes en el PBI de Argentina, es aproximadamente un 65% mayor que la de las actividades primarias y un 55% mayor que la suma del sector de la industria metalmecánica y automotriz (Sturzenegger, Porto, Bazán, & Jaume, 2008, pág. 16).

A nivel local, a las tradicionales estimaciones a partir de datos de demanda se las podría ampliar mediante indicadores económicos provenientes del lado de la oferta. De esa manera, la visión del aporte que genera el turismo en la actividad económica local permitiría enriquecer y dar contenido a la toma de decisiones de políticas públicas.

Ante la imposibilidad metodológica de implementar la CST en el país y aún más a nivel regional o local, se plantea la siguiente problemática: ¿la información resultante de complementar las estimaciones de demanda -cuantía y composición del gasto turístico- con las de oferta -valor agregado que generan las actividades productivas- resultan suficientes para evaluar la importancia del “turismo” en la economía del Partido de General Pueyrredon?

La justificación de la elección del problema se debe al perfil turístico de la ciudad de Mar del Plata, donde se observa un fuerte predominio de las actividades del sector terciario o servicios (64%) en el Producto Bruto Geográfico (PBG) del Partido en el año 2004 (Wierny, Atucha, Errazti, López, Volpato, Governatori & Lacaze, 2012). Entre las actividades turísticas captadas por dicha estimación se encuentran las explotaciones hoteleras y gastronómicas, las actividades de inmobiliarias y de transporte, entre otras. Sin embargo, el turismo, entendido como sector económico, atraviesa de forma transversal varias ramas de actividad del sector terciario, por lo tanto su capacidad de motorizar otras actividades, en forma directa o indirecta, le confiere una potencialidad especial. Además de los efectos directos anteriormente mencionados, el turismo genera impactos indirectos, moviendo varios eslabones de la cadena de valor e involucrando, por ejemplo, al comercio, a la actividad financiera y a los servicios personales y empresariales.

FIGURA 1: Actividades económicas relacionadas al turismo



Fuente: elaboración propia

Mientras que la mayor parte de las clasificaciones de actividades económicas se establecen desde el punto de vista de la oferta de los productores y de la caracterización de los procesos, el turismo se ha definido tradicionalmente desde el punto de vista de la demanda. Por consiguiente, para poder describir y medir de forma correcta la incidencia económica del turismo es menester incluir algunas adaptaciones de estas clasificaciones tomadas de diversas fuentes.

Es por lo anterior que surge la necesidad de la presente investigación, en la que se pretende plantear una estimación y análisis de la cuantía, composición y características de la demanda y oferta turísticas en Mar del Plata, entre los años 2004 y 2012, así como la importancia del gasto turístico en las actividades económicas del Partido de General Pueyrredon (PGP). La investigación se enriquece, además, con un análisis socio-demográfico del turista que vacaciona en la ciudad, caracterizándolo y comparando sus cambios en el perfil durante el período de análisis.

Finalmente, para abordar el tema en cuestión se utiliza la metodología del estudio de caso y se triangula la información obtenida a través del Ente Municipal de Turismo (EMTur) en los Estudios de Demanda con bibliografía proveniente de múltiples fuentes como el Producto Bruto Geográfico del PGP y la Organización Mundial del Turismo, entre otras.

OBJETIVOS

GENERAL

Estimar y analizar la importancia económica de la actividad turística, desde la perspectiva de la demanda y de la oferta, en Mar del Plata entre los años 2004 y 2012.

PARTICULARES

1. Evaluar la importancia del gasto turístico en los sectores de actividad, directa e indirectamente relacionados al mismo.
2. Estimar la cuantía del aporte del turismo como sector de actividad al PBG.
3. Comparar la conducta del turista a lo largo del período en términos de la estructura y composición del gasto.
4. Analizar el perfil del turista en dichos años y su posible cambio socio-demográfico.

HIPÓTESIS

• **Hipótesis 1:** La estimación, análisis y composición del gasto turístico en Mar del Plata genera información suficiente para evaluar la importancia del turismo en la economía del Partido de General Pueyrredon.

• **Hipótesis 2:** El gasto turístico ha evolucionado positivamente en el período analizado.

• **Hipótesis 3:** Se ha producido un cambio significativo en el perfil socio-demográfico del turista que vacaciona en la ciudad de Mar del Plata.

II. MARCO TEÓRICO

MAR DEL PLATA

La ciudad de Mar del Plata está ubicada a orillas del Océano Atlántico, a sólo 404 Km. de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. La población estable, según datos presentados en el Portal Web del Municipio de General Pueyrredon, es de 650.000 habitantes y el arribo de turistas anual del año 2012 superó los 8.600.000, transformándose así en el principal centro turístico y balneario de la Argentina.

La economía de Mar del Plata, ciudad cabecera del Partido de General Pueyrredon (PGP), se encuentra liderada por actividades del Sector Servicios y dentro del mismo se destacan aquellas relacionadas directa e indirectamente al turismo.

Según el informe *La estructura productiva del Partido de General Pueyrredon*, “(...) el PBG del año 2004 asciende a 6.036 millones de pesos. El Sector Primario representa el 10%, el Sector Secundario 26% y el Sector Terciario 64% del total. Se observan importantes cambios en la estructura productiva con respecto al año base 1993 (...) El Sector Terciario está orientado principalmente a la prestación de servicios turísticos, destacándose la actividad comercial” (Atucha, Lacaze, Errazti, Labrunée, López, & Volpato, 2012, pág. 1).

La importancia del Sector Terciario se debe, entre otras cosas, a la elevada elasticidad-ingreso de la demanda, que mide el grado en que la cantidad demandada de un bien responde a una variación del ingreso de los consumidores. La tercerización de cierto tipo de actividades o servicios de producción cumple un importante papel en la ciudad, lo que contribuye a que las dos terceras partes del PBG del Partido correspondan a este sector.

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

El turismo puede ser analizado desde diferentes perspectivas, esta investigación tendrá una orientación mayoritariamente económica debido al tema que es objeto de estudio, abordando así al turismo desde una perspectiva económica. De esta manera, no se profundizarán temas



que competen al estudio del turismo en sí, tales como recursos naturales y culturales, teoría de la recreación o agencias de viajes, entre otros. Es decir se llevará a cabo un análisis pormenorizado del gasto realizado por los turistas en la ciudad, su cuantía y composición, así como del aporte de cada una de las actividades económicas en sí.

Turismo

El turismo es un concepto multifacético y multidimensional, puesto que involucra una serie de actividades económicas, sociales y culturales donde el turista es el protagonista principal.

La importancia de estas miradas queda plasmada en las Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008 (RIET-08) elaboradas en forma conjunta por Naciones Unidas (UN) y la Organización Mundial del Turismo (OMT), donde se presenta al turismo como un “fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, normalmente por motivos de ocio” (UN, OMT, RIET-08, 2010, pág. 1).

“El centro de atención actual es la perspectiva económica, y desde esta perspectiva el turismo se define como las actividades realizadas por las personas, identificadas como visitantes. Un visitante es una persona que viaja en determinadas condiciones, a saber, por motivos de vacaciones, recreo y ocio, negocios, salud, educación u otros motivos” (UN, OMT, RIET-08, 2010, pág. 2). La razón por la que los viajes de negocios forman parte los viajes considerados turísticos es que “cuando las personas viajan para firmar contratos, contactar nuevos mercados, o conocer el funcionamiento de una máquina, no están ejerciendo una actividad remunerada en el destino y, por lo tanto, estos viajes son considerados turísticos” (Varisco, 2005, pág. 74).

Como bien expresan Sturzenegger y Porto en *La importancia de la actividad económica de turismo y viajes en Argentina* elaborada por la Cámara Argentina de Turismo (CAT) en el año 2008, la Argentina no cuenta todavía con el cálculo de su Cuenta Satélite de Turismo (CST), y es por ello que la CAT viene aplicando métodos alternativos más simplificados que los que implicarían ese cálculo para obtener resultados que permitan realizar estimaciones acerca de la importancia de la actividad turística en el país. De hecho, trabajos presentados en diferentes oportunidades y períodos por la CAT, arrojan como resultado mediciones que estiman en alrededor del 7% el aporte del turismo al PBI del país.

La CAT realizó una estimación de la participación de la actividad turística en la economía de manera sectorizada. Para obtener dicha participación utilizó una aproximación metodológica a la utilizada en el cálculo de las Cuentas Satélites de Turismo pero de manera más simplificada.

Para ello utilizó la Metodología de los Coeficientes Fijos (MCF) que consiste en aplicar coeficientes a cada rama de actividad según la participación estimada del turismo en cada una de ellas, dichos coeficientes obedecen a determinados supuestos en cada caso.

La siguiente tabla presenta de manera resumida cuales son las características que distinguen la actividad turística en la Argentina.

TABLA 1: Características de la actividad económica de turismo y viajes en Argentina

Característica	Explicación
Dinámica	Amplifica los movimientos de la actividad económica general; es decir, si el PBI crece al 5 por ciento, la AETV crecerá a una tasa mayor. El turismo es considerado como un bien superior.
Transversal	Genera crecimiento, empleo y efectos multiplicadores en las actividades directa e indirectamente vinculadas al mismo.
Altamente estacional	Está relacionado a los ciclos educacional y laboral, y no tanto a factores climáticos o naturales.
Relativamente limpia	Menos contaminante del medio ambiente y con menor uso de insumos energéticos por unidad de valor agregado que otras actividades económicas. Además, dado que los recursos naturales y culturales son la base de la calidad de los productos turísticos, se requiere del cuidadoso resguardo a través de un desarrollo turístico fuertemente sustentable y conservacionista.
Impulsora del equilibrio regional	El crecimiento de la actividad turística constituye un fuerte impulso para lograr un mejor equilibrio regional ya que nuestro país cuenta con áreas metropolitanas con importantes recursos turísticos culturales pero, al mismo tiempo, las regiones del interior poseen una mayor dotación de recursos turísticos naturales.
Recursos preexistentes y sin costo económico	Cuando la oferta de una actividad cuenta con recursos naturales, se genera una renta económica libre que puede ser apropiada por el sector privado que la genera, el sector público que la grava, o el turista que la disfruta.

Fuente: Elaboración propia en base a trabajos de CAT

Como ya se planteó anteriormente, el turismo tiene efectos directos e indirectos en diferentes actividades económicas, lo que ha fomentado el interés de estimar su contribución al PBI, para ello es esencial medir las actividades realizadas por los visitantes sobre la base de indicadores monetarios y no monetarios (o variables físicas) como los que se muestran en la siguiente tabla. Estos indicadores permiten contar con estadísticas abundantes y fiables para que los responsables de la formulación de políticas tomen decisiones eficaces.

TABLA 2: Indicadores monetarios y no monetarios

Monetarios	No monetarios
Producto Bruto Interno	Cantidad de llegadas de excursionistas y turistas (interno, receptivo, emisor)
Valor agregado turístico (por producto y rama de actividad)	Cantidad de pernoctes (interno, receptivo, emisor)
Consumo receptivo	Ocupación hotelera
Consumo interno, emisor y colectivo	Recursos humanos empleados en turismo
Inversión turística	

Fuente: Elaboración propia

Se tiene en cuenta que, “el turismo genera ingresos genuinos por pagos de servicios directos-alojamientos, paquetes turísticos, restaurantes, industrias culturales, espacios de recreación, comercios de artesanías, servicios personales, transportes, comunicaciones, etc.- e indirectos, ya que el gasto turístico genera sucesivas cadenas de pagos a proveedores y personal ocupado, así como inversiones en infraestructura” (INDEC, 2006).

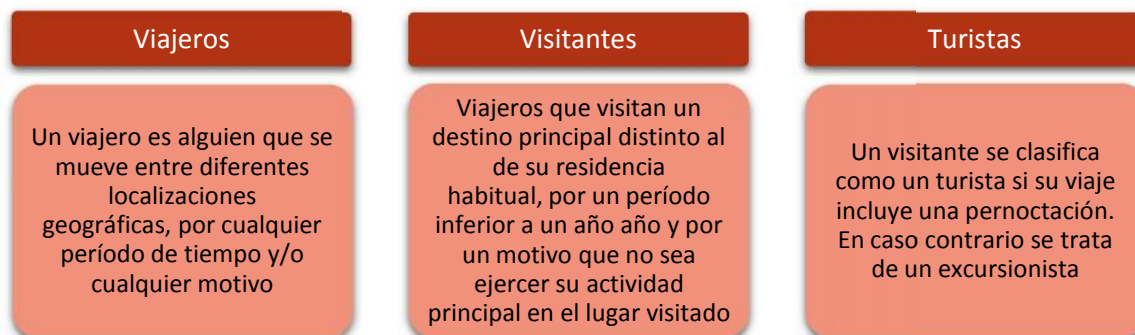
Debido a lo anterior es que resulta de importancia contar con un sistema de conceptos, definiciones, clasificaciones e indicadores que sean coherentes a nivel interno, y comparables a nivel externo, que faciliten el vínculo con cuestiones como la Cuenta Satélite de Turismo, los sistemas de Cuentas Nacionales, la Balanza de Pagos y las estadísticas de trabajo, entre otros.

Es así que, el turismo observado a través de la óptica de la economía, puede analizarse desde la demanda y desde la oferta. En las RIET-08 se distinguen los conceptos de la siguiente manera: “como fenómeno impulsado por la demanda, la contribución económica del turismo debe enfocarse desde la perspectiva de las actividades realizadas por los visitantes y sus efectos en la adquisición de bienes y servicios finales. Sin embargo, también puede considerarse desde la perspectiva de la oferta, en cuyo caso el turismo se entenderá como un conjunto de actividades productivas concebidas para atender fundamentalmente a los visitantes, o cuyos resultados principales se destinan en gran parte a su consumo por los visitantes”(UN, OMT, RIET-08, 2010, pág. 2).

Lo que hace que el turismo sea especial, es la situación provisional en la que una persona se encuentra como consumidora de un servicio. Se define al *visitante* como una persona que viaja a un destino distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea ser empleado

por una entidad residente en el país o lugar visitado. Esto diferencia a un visitante de otras categorías de consumidores. A continuación se presenta la Figura 2, donde se explican las características que distinguen a viajeros, visitantes y turistas de manera conceptual.

FIGURA 2: Diferencia entre viajeros, visitantes y turistas



Fuente: elaboración propia

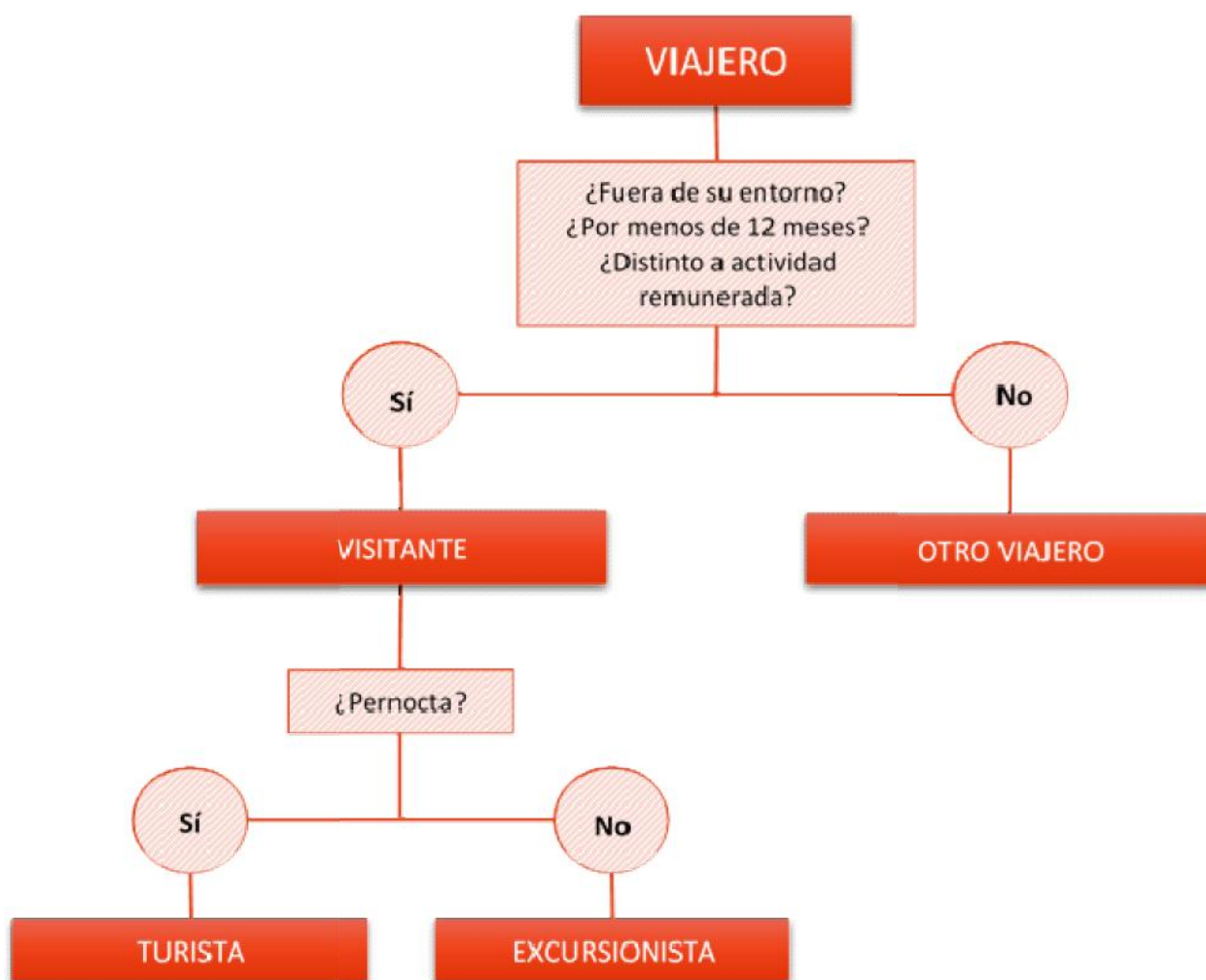
Tal como fue expresado en la figura anterior, para que un viajero sea considerado visitante debe cumplir con tres criterios:

- el destino turístico debe ser distinto al de su entorno habitual,
- el período de tiempo debe ser consecutivo e inferior a un año, y
- el fin puede ser de ocio, por negocios u otros motivos que no estén relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

Asimismo, un visitante será un turista si, además de cumplir con los tres criterios anteriores, realiza al menos un pernocte en el destino turístico de elección, caso contrario será considerado como un excursionista, como se puede ver con mayor claridad en la Figura 3.

La importancia de diferenciar a un turista de otro tipo de viajero es que, como bien expresa Varisco lo característico de la actividad del turismo es que posee un consumidor especial al que llamamos turista, “a diferencia de la mayoría de las actividades económicas que pueden definirse como rama de actividad en relación con las características de los bienes y servicios que producen, el servicio prestado por un restaurante o los bienes vendidos en un comercio, formarán parte del impacto económico del turismo si quien realiza este consumo es un turista” (Varisco, 2005, pág. 69).

FIGURA3: Clasificación de viajero, visitante y turista



Fuente: elaboración propia

TIPOS DE TURISMO

El concepto de turismo es muy amplio y puede dividirse de la siguiente forma:

- *turismo de salida o emisoro*: lo realizan los habitantes de un lugar fuera de su territorio a otro país
- *turismo de entrada o receptoro*: es el que se produce en un país, cuando llegan a él visitantes que residen en otros países con la intención de permanecer un tiempo limitado en el mismo
- *turismo internacional*: se compone del turismo receptoro y el turismo emisoro
- *turismo fronterizo*: se realiza en ambos sentidos en una frontera
- *turismo interno o doméstico*: lo realizan los residentes de un país sin salir de su propio territorio
- *turismo nacional*: incluye el turismo interno o doméstico y el turismo de salida o emisoro.

FIGURA4: Clasificación del turismo



Fuente: elaboración propia

Aplicando el criterio anterior de los tipos de turismo y manteniendo el punto de vista de una CST argentina, se presenta a continuación la clasificación del consumo turístico:

- *Consumo Turístico Interno:* comprende el consumo de residentes argentinos, realizado en el territorio argentino, para viajes dentro o fuera del país. Incluye la parte interna del consumo turístico emisor. Puede incluir bienes y servicios importados.
- *Consumo Turístico Receptor:* comprende el consumo de visitantes no residentes, en el país. Puede incluir bienes y servicios importados.
- *Consumo Turístico Emisor:* comprende el consumo de visitantes argentinos fuera del país. Excluye la parte interna del consumo turístico emisor.
- *Consumo Turístico Interior:* comprende el consumo, tanto de visitantes residentes como de no residentes, en la Argentina.
- *Consumo Turístico Nacional:* comprende el consumo de los visitantes residentes dentro y fuera de la Argentina.

TURISMO INTERNO

Recordando que el turismo interno es aquel asociado a los viajes que realizan los residentes dentro del territorio nacional, es que Sturzenegger y Porto plantean que las variaciones en el ingreso del país deberían determinar las variaciones del turismo interno en igual dirección. “Es así que, para determinar la evolución del turismo interno, se utiliza como variable explicativa y representativa del ingreso del país, el PBI total” (Sturzenegger et al., 2008, pág. 54). Sin embargo, es necesario tener en cuenta otra variable que incide necesariamente en la demanda de turismo interno que es precio relativo del mismo en función del resto de los bienes y servicios. Los mencionados autores proponen que, para explicar los niveles y variaciones del turismo interno, se utilice el precio relativo entre éste y el turismo emisor (es decir, las importaciones de turismo).

Hay que tener en cuenta que cuando el precio del turismo interno es alto con relación al turismo emisor, disminuye el primero y aumenta el segundo, y viceversa. “Cuando el peso

está apreciado (como en la década del noventa) es barato para los argentinos comprar moneda internacional y se abarata el turismo emisor con relación al interno, por el contrario, en los años recientes con el peso depreciado, el turismo emisor se ha encarecido, y entonces el interno sustituye las importaciones de turismo. Por lo tanto, otra variable explicativa de la evolución del turismo interno es el nivel del tipo de cambio real prevaleciente en la economía” (Sturzenegger et al., 2008, pág. 55).

La dimensión del turismo interno en Argentina es sumamente importante en comparación con el turismo emisor. De acuerdo a los datos de *La importancia de la actividad económica de turismo y viajes en Argentina* del total de viajes realizados por los residentes (22,2 millones), en el año 2007, el 93% (20,7 millones) corresponden a viajes dentro de la Argentina y el 7% restante (1,5 millones) a viajes en el exterior.

En cuanto a las pernoctaciones totales, en Argentina suman 114 millones (86,5%), mientras que en el exterior suman 17,9 millones (13,5%). Otro dato interesante es el promedio de gasto por pernocte en pesos, donde el valor correspondiente a Argentina alcanza los \$47,80 y el valor en el exterior asciende a \$133,30 (ambos a pesos de abril de 2007). Lo anterior se refleja en la tabla siguiente:

TABLA 3: Comparación de turismo interno y emisor en Argentina, año 2007

Variables	Argentina (turismo interno)		Exterior (turismo emisor)	
Total de viajes	20,7 millones	93%	1,5 millones	7%
Total de pernoctes	114 millones	86,5%	17,9 millones	13,5%
Promedio de gasto por pernocte	\$47,80		\$133,30	

Fuente: elaboración propia en base a datos de CAT

TURISMO RECEPTIVO

En este caso, el turismo se mide a través del número de llegadas de turistas internacionales y de los ingresos generados por dichos turistas, así el resultado se asimila a las exportaciones de turismo. En este caso, “la principal variable explicativa del turismo receptivo no es el ingreso nacional sino el ingreso mundial: se trata de la demanda por turismo en Argentina, pero por parte de residentes extranjeros” (Sturzenegger et al., 2008, pág. 57). Es por lo anterior que las variables explicativas son el nivel de arribos turísticos mundiales y el precio relativo de viajar a Argentina con relación al precio de viajar a otros países competidores en términos turísticos. A la vez, el precio relativo se determina por el tipo de cambio real de la economía nacional.

Anteriormente se explicó la relación entre el turismo interno y el emisivo. Dado su estrecho vínculo, ambos tipos de turismo son explicados por el PBI y el tipo de cambio multilateral. “Dado el valor del tipo de cambio real, si el ingreso aumenta, aumentarán tanto el turismo interno como el emisivo, porque las dos formas de turismo son bienes superiores. Sin embargo, debería haber una diferencia entre los dos: la elasticidad-ingreso del turismo emisivo debería ser mayor que la del turismo interno, porque para nuestros residentes el turismo en el exterior responde en mayor medida a variaciones en el ingreso que el turismo interno” (Sturzenegger et al., 2008, pág. 59).

FACTORES QUE COMPONEN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

“El turismo es un complejo sistema de elementos que se interrelacionan entre sí retroalimentándose en forma permanente” (INDEC, 2006, pág. 5). En *¿qué es el turismo?*, informe elaborado por el INDEC, se presentan cuatro elementos básicos o "factores" que integran este complejo sistema:

- *La demanda turística:* formada por el conjunto de consumidores de bienes y servicios turísticos.
- *La oferta turística:* compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en el turismo.
- *El espacio geográfico:* lugar donde se produce la interacción entre la oferta y la demanda.
- *Los operadores turísticos:* aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda como agencias de viajes, compañías de transporte, organismos públicos y privados dedicados a la regulación y/o a la promoción del turismo.

Existen ciertas variables que pueden incidir sobre la demanda turística, independientemente del nivel de ingresos y del precio relativo del turismo, “por ejemplo, una adecuada acción de marketing a favor del turismo puede, para los mismos ingresos o precios relativos, aumentar esa demanda” (Sturzenegger et al., 2008, pág. 27). Sin embargo, hay además factores que inciden desfavorablemente como la inestabilidad política, social o militar, el aumento de la inseguridad y las catástrofes naturales. Casos como el tsunami en Indonesia, las movilizaciones en Egipto, entre otros.

PERSPECTIVA DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Cuando se trabaja con la perspectiva de la demanda tradicionalmente se emplean en la mayoría de los casos, indicadores no monetarios, es decir se analizan las características de los

turistas desde lo que podría denominarse variables socio-demográficas a través de la descripción de las mismas. Este tipo de indicadores brinda información acerca del sexo, la edad, la actividad económica, la ocupación, la educación y, en algunos casos, los ingresos anuales del hogar, familiar o individual. Todo lo anterior forma parte del estudio de las características del viajero y son de relevancia a la hora de analizar si hubo un cambio en el perfil del turista en el correr de los años, que podría traer aparejado un cambio en el comportamiento del viajero a la hora de gastar.

De acuerdo a las RIET-08, el *gasto turístico* hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos incurridos por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros. Este concepto excluye la adquisición de ciertas partidas, como las transferencias sociales en especie que benefician a los visitantes, la imputación de servicios de alojamiento en viviendas de vacaciones que pertenecen a los visitantes, y servicios de intermediación financiera medidos indirectamente. Éstos están contemplados en el concepto más amplio de consumo turístico, en la Cuenta Satélite de Turismo, la cual no se ha podido implementar en la Argentina. Es así, que surge la necesidad de buscar una alternativa para su incorporación en la estimación del gasto turístico y su participación en el Producto Bruto Geográfico.

Se considera parte del gasto turístico a todos los bienes y servicios individuales de consumo como el transporte, el alojamiento, los alimentos y bebidas, etc. Pero también deben tenerse en cuenta artículos que puedan ser adquiridos en el lugar de destino como objetos valiosos (obras de arte, pinturas, joyas), bienes de consumo duraderos (computadoras, autos), los servicios personales y los productos manufacturados (sean de origen nacional o importados), entre otros.

Es importante tener en cuenta que el gasto turístico no incluye pagos que no corresponden a la adquisición de bienes y servicios de consumo. Las RIET-08¹ enumeran como pagos excluidos del gasto turístico los siguientes conceptos:

- pago de tasas e impuestos que no forman parte del precio de compra de los productos
- pago de intereses, incluidos aquellos sobre los gastos realizados durante los viajes y para los mismos

¹(Naciones Unidas, Organización Mundial del Turismo, 2010, pág. 36).

- adquisición de activos financieros y no financieros, incluidos terrenos y bienes inmuebles, pero excluyendo objetos valiosos
- adquisición de bienes con fines de reventa, ya sea en nombre de terceros (*productores u otros*) o por cuenta propia
- transferencias en efectivo, como donaciones a organizaciones benéficas o a otras personas (en particular a la familia y a parientes), ya que no corresponden a la adquisición de bienes o servicios de consumo

Del comportamiento procíclico de la demanda turística se desprende que la elasticidad-ingreso definitivamente es mayor a uno, es decir que cuando la actividad económica general sube el turismo sube a una tasa más alta, mientras que cuando aquella baja el turismo baja a una tasa mayor.

MEDICIÓN DEL GASTO TURÍSTICO

En las RIET-08, se recomienda que los países incluyan un módulo sobre el gasto en las encuestas que se les realizan a los visitantes. Dicha recomendación ha sido tomada en cuenta por el EMTur, quien terceriza la toma de datos, pero la elaboración del análisis y estudios de demanda son realizados por ellos mismos. Es así que los informes elaborados por dicho Ente provienen del análisis de datos obtenidos a través de distintas técnicas de recolección: encuesta coincidental, encuesta de ocupación hotelera, encuesta de perfil y comportamiento y cálculo de arribo de turistas. En la sección *Unidades de análisis y tamaño o criterio de validez de la muestra* se expone cada una de ellas en mayor profundidad.

Tal como explica Sastre Albertí², la Organización Mundial del Turismo considera que cualquier zona turística debe disponer al menos de cuatro datos importantes acerca de los turistas: el número (recuento de turistas que pasan por la frontera), la nacionalidad, los días de estancia y el gasto que efectúan. Dichos datos son captados por las encuestas realizadas por el EMTur.

PERSPECTIVA DE LA OFERTA TURÍSTICA

Cuando hablamos de Oferta Turística nos referimos a la provisión de bienes y servicios que constituyen el gasto turístico, de manera *directa* a los visitantes. Según las RIET-08, “el análisis de la oferta turística consiste, en primer lugar, en mostrar cómo se crean las condiciones que permiten a los productores proporcionar bienes y servicios a los visitantes y, en segundo lugar, en describir los procesos, los costos de producción y los resultados económicos de los productores en las industrias turísticas” (UN, OMT, RIET-08, 2010, pág. 53).

² (El cálculo del gasto turístico: El caso de Baleares, 1996).

En las estadísticas elaboradas desde la perspectiva de la oferta, los establecimientos se clasifican con arreglo a su actividad principal, que es determinada a su vez por la actividad que genera el mayor valor añadido. Desde la perspectiva de la oferta es posible recabar y analizar los datos acerca del alojamiento para visitantes, actividades de provisión de alimentos y bebidas, transporte de pasajeros, actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reserva, etc.

La producción de las industrias turísticas podría no consistir exclusivamente en productos característicos del turismo, y la producción de otras industrias no turísticas puede incluir algunos productos característicos al mismo. La principal producción de las industrias turísticas está integrada, por definición, por productos característicos del turismo, pero éstas también pueden generar productos conexos a él, así como otro tipo de productos. Sin embargo, la principal producción de otras industrias podría ser totalmente diferente de los productos característicos del turismo. La producción total de un producto es la suma de la producción de dicho producto por todas las industrias de la economía.

La oferta de turismo requiere de trabajadores en cada una de las áreas mencionadas anteriormente. Es así que “para el año 2007, la Actividad Económica de Turismo y Viajes generó 1.198.366 puestos de trabajo en Argentina, lo cual representó el 7,2% del empleo total de ese año” (Sturzenegger et al., 2008, pág. 16). Además, la recaudación generada por la actividad económica del turismo representa el 6,9% de los impuestos nacionales, el 7% de los aportes y contribuciones a la seguridad social y el 6,2% de los impuestos provinciales (inmobiliario e ingresos brutos).

Cañada Martínez³ plantea la existencia de una serie de problemas estadísticos en la estimación de la oferta turística y aclara que si bien son presentados para la actividad turística, no difieren de cualquier otro ámbito de actividad económica. Entre los inconvenientes principales se destacan: falta de información sobre actividades reguladas, diferentes criterios de valoración y definición de las variables investigadas, falta de detalle en la información por conceptos contables, incumplimiento de los reglamentos internacionales sobre los mejores métodos que han de seguirse para llevar a cabo las encuestas, continuidad en la disponibilidad de los datos y existencia de indicadores significativos sobre las variables estudiadas.

³Una nota sobre los elementos de oferta en una Cuenta Satélite del Turismo, 2003, pág. 13.

A la lista de problemas anteriores debería sumarse el inconveniente que genera en las estimaciones la economía no registrada o “en negro” en nuestro país, fundamentalmente en cuanto al empleo.

EFFECTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO

Una de las principales actividades que generan crecimiento económico, empleo y divisas es sin duda la actividad turística. Los efectos económicos del turismo abarcan una gran variedad de áreas, ya que el aporte económico que genera el turismo se observa en la producción, el empleo, la recaudación fiscal y la Balanza de Pagos. Sin embargo, el turismo también produce otros efectos que no son estrictamente económicos como el crecimiento regional, el desarrollo rural, el medio sociocultural, cambios demográficos o de hábitat local, cuestiones sobre el medio ambiente, cuestiones culturales y costumbres de los destinos turísticos. Debido a lo anterior se puede afirmar que el turismo es una actividad que genera un fuerte crecimiento en las economías y es un motor importante de desarrollo.

Balanza de pagos

Es el registro sistemático de las transacciones económicas ocurridas durante un tiempo determinado entre los residentes de un país y los residentes del resto del mundo

Gran parte de la trascendencia que cobra el turismo en términos socioeconómicos está relacionada con la capacidad que tiene esta actividad de crear puestos de trabajo, absorbiendo en algunos casos, mano de obra que es expulsada de otros sectores de la economía. Son realmente pocos los sectores o las ramas de la actividad económica que no se ven beneficiadas por el turismo y por el incremento transitorio del número de consumidores, aunque sea en una pequeña cuantía.

Uno de los efectos más importantes del turismo es su capacidad de generar divisas dado que el mismo es una actividad transable, es así que el turismo receptivo aporta divisas a la economía y que, de esta manera, se constituye en un sector exportador, aunque de carácter no tradicional ya que posee la característica de ser inmune a la aplicación de restricciones proteccionistas de otros países. Lo anterior significa que no es necesario contar con permisos especiales para que los bienes y servicios turísticos que se exportan puedan entrar en otros países.

“Además de su contribución a la producción y a la generación de empleo, la diversificación de la base económica y el potencial para utilizar la capacidad ociosa y reducir el desempleo, entre otros, son los principales efectos del turismo que lo plantean como una alternativa económica

de importancia para algunas regiones” (Sturzenegger et al., 2008, pág. 33). Se suman a lo anteriormente mencionado, su potencialidad para incrementar los ingresos públicos, sus efectos dinamizadores sobre la inversión que lo convierten en un factor de atracción de nuevos emprendimientos y su capacidad para redistribuir ingresos.

EL PRODUCTO BRUTO

El indicador más conocido y frecuentemente utilizado para evaluar el funcionamiento y la evolución de una economía es el Producto Bruto, que se define como el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por una economía durante un período, generalmente, de un año. Esta información facilita la toma de decisiones de los agentes, permite la definición de políticas públicas que respondan a problemáticas reales y relevantes para el partido, contribuyendo además al seguimiento y a la evaluación de los efectos de las políticas aplicadas.

En principio es necesario aclarar, que la medición de la actividad económica, es posible gracias a la Contabilidad Nacional. La misma tiene como objetivo describir el proceso de producción, distribución y uso de los bienes y servicios dentro de una sociedad determinada, en un período determinado. Para ello, la Contabilidad Nacional se vale de diversos elementos, entre ellos el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) que intenta reflejar las vinculaciones que se establecen entre distintos entes representativos de la actividad económica de un país a través de una metodología de cálculo para cada sector. Dicha metodología proporciona conceptos y pautas homogéneas que permiten la comparabilidad de las series en términos espaciales y temporales.

El SCN conforma el registro sistemático de todos los flujos y stocks de la economía en un esquema integrado, coherente e interrelacionado de cuentas, transacciones y unidades institucionales. Dentro de las cuentas corrientes del SCN, se encuentran las cuentas de producción, cuyo objetivo es determinar el Valor Agregado (VA) generado por cada sector económico, como diferencia entre el Valor Bruto de la Producción (VBP) y el Consumo Intermedio (CI), determinando a nivel consolidado para la economía total el PBI.

El Producto Bruto recibe la denominación de Producto Bruto Interno (PBI) si refiere a la cuantificación de todas las actividades desarrolladas dentro de las fronteras de un país. En cambio, si está referido a una jurisdicción política de menor nivel -provincia o municipio- recibe el nombre de Producto Bruto Geográfico (PBG). Estos dos indicadores, PBI y PBG, se elaboran dentro del marco del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) de nuestro país.

El Producto Bruto se presenta en función de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CnaE), que se basa en las recomendaciones internacionales. La misma permite clasificar las actividades económicas con un grado de apertura o detalle que se incrementa a medida que se agregan dígitos.

La CnaE contiene los códigos de las distintas ramas de actividad económica aplicables en la República Argentina. Es por ello que, varios rubros están asociados en forma directa con el gasto turístico en el sector de comercio y servicios, como los servicios de hotelería y restaurantes (5,5% del VA del sector terciario), los servicios de transporte y telecomunicaciones (11% del VA del sector terciario), alquiler de transporte, entre otros. Pero además, el turismo es una fuente de ingreso de dinero indirecto en otros sectores, por ejemplo, durante la temporada estival el consumo de alimentos aumenta con respecto al resto del año. Estimar el impacto del gasto turístico en la economía no es sencillo, ya que el mismo impacta a la economía de forma transversal.

En el Partido de Gral. Pueyrredon, el PBG se obtuvo mediante el método de la producción, el cual consiste en la sumatoria de las estimaciones, para todos los establecimientos localizados en la región, del Valor Agregado (VA) que generan, por diferencia entre el VBP y los CI utilizados. Debido a que el último Censo Nacional Económico se realizó en el 2004 (CNE04), es este año el que se utiliza como año base para las estimaciones.

Estas variables macroeconómicas, VBP, CI y VA, se valorizan a precios básicos. Esta magnitud mide el monto que efectivamente retiene el productor, por lo que resulta ser la medida más relevante para tomar sus decisiones de asignación de recursos. La valorización a precios básicos no incluye los impuestos a los productos pero contiene los subsidios a la producción.

“El Producto Bruto de un año particular expresa la numerosa cantidad de operaciones que llevan a cabo diariamente las unidades económicas que operan en la jurisdicción. Una de las principales fuentes de información que permiten su estimación son los censos económicos, que constituyen una fuente de datos única e indispensable por el detalle de la información que recopila y por la amplitud de su cobertura geográfica y de actividades”(Atucha et al., 2012, pág. 7).

La Tabla 4 presenta los resultados del PBG y VA en su totalidad del año 2004, para los grandes sectores y abierto por categorías de tabulación de acuerdo a la CnaE 04. En este momento se cuenta además con una estimación provisoria del PBG del Partido para el año 2012, la cual será tomada en cuenta al momento de analizar los resultados obtenidos en la presente

investigación y se presenta en las últimas dos columnas de la tabla siguiente. Cada variable está representada en millones de pesos.

TABLA 4: Estimación del PBG del Partido de General Pueyrredon años 2004 y 2012
(en millones de pesos)

ACTIVIDAD ECONÓMICA	VA 2004	% VA x sector 2004	VA 2012	% VA x sector 2012
PBG	6.037,0	100,0%	23.758,7	100,0%
SECTOR PRIMARIO	592,3	9,8%	2.055,7	8,7%
Agricultura	128,7	2,1%	841,5	3,5%
Ganadería	41,0	0,7%	118,8	0,5%
Pesca	411,3	6,8%	1.083,9	4,6%
Minería	11,3	0,2%	11,6	0,0%
SECTOR SECUNDARIO	1.585,8	26,3%	7.033,8	29,6%
Industria	1.138,7	18,9%	4.395,0	18,5%
Electricidad, gas y agua	96,4	1,6%	345,2	1,5%
Construcción	350,7	5,8%	2.293,6	9,7%
SECTOR TERCIARIO	3.858,9	63,9%	14.669,2	61,7%
Comercio	1.116,0	18,5%	4.575,6	19,3%
Hoteles y restaurantes	214,0	3,5%	853,5	3,6%
Transporte	424,8	7,0%	1.034,5	4,4%
Servicios financieros	132,9	2,2%	440,4	1,9%
Servicios inmobiliarios, empresariales	969,8	16,1%	1.795,9	7,6%
Sector público	242,1	4,0%	1.318,4	5,5%
Enseñanza	279,0	4,6%	2.148,3	9,0%
Salud	267,9	4,4%	1.689,7	7,1%
Otras act. de servicios comunitarios sociales y personales	175,5	2,9%	712,7	3,0%
Servicio doméstico	36,8	0,6%	100,2	0,4%

Fuente: PBG del Partido de General Pueyrredon, 2012.

“Según las Cuentas Nacionales no existe una desagregación específica que englobe a todo el producto bruto interno que genera la AETV, y por lo tanto, medir ese producto no es una tarea sencilla”. En los informes de la CAT, “se han estimado coeficientes de participación de la AETV en cada una de las 14 actividades en que se desagregan las Cuentas Nacionales. Multiplicando estos coeficientes por los niveles de producto bruto interno que alcanza cada una de estas

actividades, se obtiene el producto bruto interno de la AETV” (Sturzenegger et al, 2008, pág. 15).

LA CUENTA SATÉLITE DE TURISMO

La metodología de la Cuenta Satélite de Turismo ha tomado relevancia en el último cuarto del siglo XX, el impulso de dicha metodología radica en el desarrollo masivo del turismo y su importancia como actividad económica mundial, lo que ha generado asimismo la necesidad de unificar definiciones y criterios, para poder realizar comparaciones internacionales sobre una base común.

Las denominadas cuentas satélites encuentran su sustento en la necesidad de ampliar las capacidades analíticas de la Contabilidad Nacional a determinadas áreas de interés social de una manera flexible y sin distorsionar el Sistema Central. Ejemplos de estas áreas son: el turismo, la cultura, la enseñanza, la salud, el medio ambiente, el transporte y la investigación y desarrollo. Las cuentas satélites permiten, entre otras cuestiones, proporcionar información de carácter funcional o de entrecruzamientos sectoriales (sobre indicadores sociales), ampliar la cobertura de costos y beneficios de las actividades humanas (como externalidades), vincular datos económicos y no económicos y brindar información básica para el desarrollo de modelos de impacto económico del área de interés y para la preparación de análisis de mercado.

El nombre cuenta “satélite” se debe a que se trata de una extensión del cálculo realizado en el SCN, pero manteniendo la estructura y principios utilizados en el mismo. Para ponderar el aporte del turismo a la economía nacional se requiere de una Cuenta Satélite de Turismo (CST) que presente un sistema de estadísticas integradas y comparables con CST de otros países.

Si bien es difícil enmarcar teóricamente al turismo, la importancia de la definición y delimitación de lo que se entiende por producto turístico es fundamental para la correcta medición de su impacto económico. A pesar de que el turismo es considerado una actividad de carácter transversal sobre el resto de las actividades de la economía y que abarca varios sectores, uniendo un conjunto de bienes y servicios distintos, las fuentes de información disponibles en Argentina todavía no constituyen un instrumento adecuado para su medición.

Cuenta Satélite de Turismo

Las cuentas satélites son subsistemas derivados de las cuentas nacionales. Lo que se intenta con ellas es resaltar un determinado aspecto de la realidad económica o un determinado sector de la economía, en este caso el sector turístico. Para ello se utilizan datos de la Contabilidad Nacional y de fuentes adicionales de información mediante los cuales se puede estimar con mayor precisión el PBI turístico.

Es por lo anterior que muchos países han optado por implementar la denominada Cuenta Satélite de Turismo (CST). Ésta consiste en un instrumento estadístico que, si bien se basa en el SCN, permite una mirada más amplia y una mejor cuantificación de la incidencia del turismo en la economía del país. Pero, como aclaran Sturzenegger y Porto, implementar la metodología de la CST requiere no sólo de un gran esfuerzo de coordinación de distintas fuentes de información y del aprovechamiento de las existentes, sino también de la elaboración de nuevas y variadas encuestas.

Argentina

El gobierno nacional declaró al turismo como "un sector económico, estratégico y social de interés nacional" con la consecuente sanción de la Ley Nacional de Turismo Nº 25.997. La misma fue promulgada en enero del 2005. A partir de entonces se empezaron a implementar políticas estatales por parte del actual gobierno para apuntalar y acompañar el crecimiento de esta actividad.

Una de las posibilidades que brinda la implementación de la CST es la de analizar la relación entre demanda y oferta de bienes y servicios turísticos. Además la CST diferencia entre las variables monetarias y no monetarias que se mencionaron con anterioridad, lo que permite un profundo análisis no sólo de tipo cuantitativo sino además cualitativo. La implementación de una CST se propone como un proceso de desarrollo gradual y adaptado al nivel de desarrollo estadístico de cada país.

“En Argentina se está trabajando hace un tiempo en esta dirección y, una vez que la Cuenta Satélite de Turismo esté disponible, el país contará con una valiosa herramienta empírica. Sin embargo, esta metodología no está totalmente desarrollada en nuestro país (...)” (Sturzenegger et al., 2008, pág. 31). “Para hacer posible el cálculo de una CST utilizando la metodología de las cuentas nacionales, el INDEC y la Secretaría de Turismo de la Nación realizan las Encuestas de Turismo Internacional y de Ocupación Hotelera, así como la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares, que brindan la información básica requerida” (INDEC, 2006, pág. 18). Debido a lo anterior, la CAT propone utilizar información proveniente de las Cuentas Nacionales, en base a sectores identificados dentro de la Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas.

Las estimaciones incluidas en la Balanza de Pagos (BP) constituyen un subconjunto de la información necesaria para medir el turismo o el consumo turístico elaborado en la CST. Casi la totalidad de los conceptos necesarios para la elaboración de los cuadros de consumo turístico receptor y emisor sugeridos por la CST, son estimados dentro de la cuenta corriente de la BP en distintos rubros, principalmente las cuentas de Viajes y de Transporte. Estas transacciones, sin embargo no se presentan agrupadas bajo el concepto de “turismo”, ya que la intención no

es medirlo de modo específico; por lo tanto, las transacciones que pueden relacionarse con el turismo se encuentran distribuidas entre diferentes cuentas de la BP. La principal limitación en la utilización de la BP es el nivel de desagregación de la información que requiere la elaboración de la CST.

Varios países han implementado la CST. Francia, en 1980, fue uno de los países pioneros en aplicar la metodología de la CST desde la perspectiva de la demanda. En la década de los '90 la han implementado Canadá (1994), España (1996), República Dominicana (1997), Estados Unidos (1998), México (1998), entre otros. En América del Sur se destacan Chile, que comenzó a utilizar la CST a fines de 1999 y la Países de la Comunidad Andina (Bolivia, Colombia Ecuador y Perú). En el último caso, se realizó un proyecto especial, financiado por la AECID⁴, denominado "Cuenta Satélite de Turismo para los Países de la Comunidad Andina", que concluyó con una publicación realizada en el año 2011.

Para la implementación de la CST en Argentina hay una serie de actores públicos y privados involucrados, con roles e intereses definidos sobre esta herramienta. El papel que desempeña cada actor en la CST es muy importante porque la irresponsabilidad o incapacidad de alguno de ellos implica un alejamiento del resultado óptimo. Cuanta más negligencia y desinterés exista en ellos, más lejos se estará de lograr la meta deseada.

Los sectores públicos actualmente involucrados en la tarea de implementarla forman una plataforma interinstitucional de la CST, conformada por: la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR), que es la institución que lidera el proyecto por su vinculación directa con la actividad turística, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), encargado de realizar la parte operativa de las estadísticas y análisis de las mismas, la Dirección Nacional de Migraciones (DNM), cuya participación está dada por encontrarse en los puestos migratorios por los que circulan los turistas, en el caso de turismo internacional y la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, encargada (junto a la SECTUR) del manual de implementación de la Cuenta Satélite de Turismo de la Argentina.

Por la parte privada se encuentran la Cámara Argentina de Turismo (CAT) y la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA) con sus respectivas filiales.

⁴Agencia Española para la Cooperación Internacional y el Desarrollo.

La clasificación de las actividades productivas para el turismo incluye, además de los productos de consumo, todos aquellos productos que circulan en la economía de referencia en relación con el turismo. Por lo tanto, se definen dos subgrupos principales: productos de consumo y productos no destinados al consumo.

“La Cuenta Satélite de Turismo es el marco conceptual para una conciliación global de los datos turísticos con la oferta y la demanda y tiene en cuenta un ámbito más amplio de la demanda turística que no sólo incluye el consumo turístico, sino también el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo. Por este motivo, la clasificación presentada atiende dos tipos diferentes de necesidades: las relacionadas con la medición del consumo turístico y las relacionadas con la medición de un concepto más amplio de demanda turística” (UN, OMT, RIET-08, 2010, pág. 43).

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

Uno de los objetivos principales de los informes anuales de la CAT ha sido medir la participación de la AETV en el producto nacional del país. Para ello se utiliza el enfoque del barrido transversal por todas las actividades económicas. El aporte al turismo de las distintas actividades puede ser muy alto, muy pequeño e incluso nulo.

Este tipo de valoraciones que realiza la CAT demuestra cuán importante es la actividad turística para el país, ya que permite estimar cuál es la participación de dicha actividad en la economía nacional. Sin embargo, la metodología sólo presenta un análisis desde la perspectiva de la oferta turística. Sería interesante realizar una estimación de la demanda turística, para así observar si el mercado turístico se encuentra en equilibrio o si existen desequilibrios en el mismo. En caso de que, efectivamente, el mercado presente desequilibrios habría que analizar si se debe a problemas metodológicos o estructurales.

Es importante observar las actividades económicas tanto del lado de la demanda como del lado de la oferta, ya que “al fin y al cabo, ningún sistema de indicadores económicos con vocación de calidad y fiabilidad podría dejar de lado la evaluación del grado de coherencia entre las estimaciones de los agregados macroeconómicos por el lado de la demanda y aquellas realizadas desde el lado de la oferta, y ello pese a la complejidad que caracteriza a una actividad como el turismo, cuyos impactos se materializan a lo largo y ancho del sistema productivo con diferentes grados de intensidad” (Guerreiro Bremón, 1999, pág. 10).

En la Tabla 5 se presenta el conjunto de coeficientes utilizados para las doce actividades anteriormente mencionadas. Los coeficientes presentados a continuación han sido utilizados

en los distintos informes de la CAT. “Si bien esto permite una comparación interanual directa -a lo largo del tiempo- pueden estar experimentando cambios. Al mantener constante los coeficientes, la evolución de la participación de la AETV depende de cuánto crezca cada actividad económica. De esta manera, esa participación aumentará cuando las actividades donde el turismo hace un mayor aporte crezcan a un ritmo más alto que el del PBI” (Sturzenegger et al., 2008, pág. 90).

TABLA 5: participación de actividades económicas en la estimación del producto de la AETV

Actividad económica	Participación
Primarias y extractivas	2%
Industria	5%
Construcción	4%
Comercio	12%
Hoteles	98%
Restaurantes, bares y confiterías	10%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	20%
Intermediación financiera	3%
Acts. Inmobiliarias, empresariales y de alquiler	10%
Adm. Pública	4%
Enseñanza	2%
Otras acts. de servicios comunitarios, sociales y personales	10%

Fuente: Elaboración propia en base a informes de CAT

La estimación de la participación de la actividad turística en la economía elaborada por la CAT se realiza de manera sectorizada, para ello se utiliza la Metodología de los Coeficientes Fijos (MCF) para cada rama de actividad según la participación estimada del turismo en cada una de ellas. De esta manera se realizan estimaciones similares a las empleadas en el cálculo de las Cuentas Satélites de Turismo pero de manera más simplificada.

Busquets y O'Connor plantean diferentes supuestos para la estimación de la participación sectorial del turismo en cada rama de actividad, los que se detallan a continuación:

- *Hoteles*: no toda la actividad hotelero-gastronómica debe considerarse dentro de la actividad económica de turismo. Por definición toda la actividad hotelera forma parte de la actividad de viajes y turismo, en la medida que un viaje de cierta distancia implica

un pernocte fuera del lugar de residencia habitual, aunque también es cierto que hay viajes de corta distancia, de ida y vuelta en el día. Por ende el porcentaje de participación de este sector ha sido asignado a un 98% en función de la excepción señalada.

- *Gastronomía:* con respecto a la actividad gastronómica, atiende las necesidades alimentarias tanto de viajeros como de la población residente. En lugares especialmente turísticos la gastronomía funciona a la medida de los viajeros, aunque no puede ignorarse que también en alguna medida es utilizada por la población local. En cambio, en las grandes ciudades la gastronomía funciona a la medida de la población residente, aún cuando los viajeros sean de un volumen significativo. Por estos motivos el sector participa con apenas un 10% del total del rubro.
- *Comercio:* se ha asignado un 10% de participación en las ventas mayoristas y minoristas a la industria de viajes y turismo en sintonía con los parámetros de la estimación referida a gastronomía. Se asume que la participación en el gasto en gastronomía es una proxy tanto territorial como segmentada entre visitantes y residentes para aproximar la participación de las ventas del comercio.
- *Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones:* el 80% de esta cuenta corresponde al rubro Transportes, la mitad se debe a viajes de pasajeros. De estos últimos, a su vez, la mitad se refiere a viajes de larga y media distancia. De esta manera, para la cuenta agregada señalada se ha supuesto que el 20% es atribuible a la industria de viajes y turismo.
- *Servicios Comunitarios, Sociales y Personales:* involucran toda una serie de actividades íntimamente vinculadas con la industria de viajes y turismo, donde la participación del esparcimiento y del juego son centrales (casinos, actividades deportivas, teatrales, musicales, etc.) su participación se ha estimado en un 10% en línea con la hipótesis de Gastronomía y Comercio, lo mismo que servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler.
- *Resto de los sectores de la oferta agregada:* se ha supuesto una participación en ningún caso superior al 5% de su propio VA y todas ellas de alto peso en la industria de Viajes. Son las Actividades Primarias y Extractivas, que incluyen agroturismo o turismo rural, como ser estancias turísticas o sin alojamiento las “rutas productivas”.

Sin embargo, a pesar de lo anteriormente explicado no queda del todo claro cuales fueron los criterios de asignación de los coeficientes, por lo que no sería desacertado afirmar que los mismos son valores más bien subjetivos que realmente estimados mediante el procesamiento de datos.

La tabla siguiente muestra, en valores absolutos y relativos, el PBI que genera la AETV en cada actividad económica para los años 2006 y 2007, los mismos se obtuvieron aplicando cada uno de los coeficientes anteriormente mencionados al Valor Agregado de cada actividad. Luego se estima la participación porcentual sobre el total. Finalmente, esta sumatoria indica la participación en el PBI de la Actividad Económica de Turismo y Viajes.

TABLA 6: PBI de la AETV que se genera en cada actividad económica años 2006 y 2007

Actividad económica	PBI AETV		Part. en PBI AETV	
	2006	2007	2006	2007
Primarias y extractivas	1.740	2.119	4,14%	4,13%
Industria	6.735	7.944	16,04%	15,47%
Construcción	1.396	1.853	3,33%	3,61%
Comercio	8.295	10.358	19,76%	20,18%
Hoteles	4.834	5.906	11,51%	11,50%
Restaurantes, bares y confiterías	1.141	1.394	2,72%	2,72%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	10.713	12.797	25,52%	24,93%
Intermediación financiera	841	1.090	2,00%	2,12%
Acts. Inmobiliarias, empresariales y de alquiler	2.691	3.341	6,41%	6,51%
Adm. Pública	1.345	1.740	3,20%	3,39%
Enseñanza	517	674	1,23%	1,31%
Otras acts. de servicios comunitarios, sociales y personales	1.735	2.124	4,13%	4,14%
Total	41.984	51.340	100%	100%
Participación en el PBI	6,99%	6,94%	-	-

Fuente: Elaboración propia en base a informes de CAT

Es importante tener en cuenta que estos coeficientes son sólo una primera aproximación al verdadero aporte de la AETV, la misma podrá perfeccionarse recién cuando se concluya la elaboración de la Cuenta Satélite de Turismo.

En la Figura 5 se muestra el comportamiento de la participación de la AETV durante el período 1993-2007, tanto a precios corrientes como a precios constantes del año 1993. A lo largo de los años noventa, la participación a precios corrientes supera a la de precios constantes debido a que el efecto del cambio de los precios relativos favorece a los sectores no transables (por la apreciación de peso). Años después, esta situación se revierte y se observa, a partir del año 2002, una acentuada preponderancia de los precios constantes sobre los corrientes originalmente ocasionada por la política económica de un tipo de cambio alto.

Tal como explican Sturzenegger y Porto, “la brecha (entre los precios constantes y corrientes) debería cerrarse paulatinamente cuando los precios de los bienes no transables se ajustan llegando al tipo de cambio real a equilibrio. Esto es lo que sucede en los años 2002-2004. Sin

embargo, a partir del 2005, la brecha que decía tender a cerrarse se amplía, lo cual no es el resultado esperado. Esto se debe a que el incremento en los precios internos de los sectores más característicos del turismo se ve superado por el incremento del precio de transables argentinos (actividades primarias y extractivas), y el de servicios que no son característicos del turismo (educación, administración pública). Los precios, durante el período 2004-2007, subieron 14,6 puntos porcentuales más en las actividades no características del turismo” (Sturzenegger et al., 2008, pág. 94).

En economías con presencia inflacionaria como la Argentina, es fundamental realizar análisis a precios constantes donde se evita cometer errores de tipo analíticos que modifican los niveles generales de precios, aumentándolos y llevando a posibles conclusiones erróneas acerca del nivel de ingreso. Sin embargo presentar series a precios corrientes también puede resultar útil y más aun a la hora de comparar las variaciones de los mismos con respecto a las variaciones de los precios constantes.

FIGURA5: Comportamiento de la participación de la AETV, período 1993-2007, a precios corrientes y precios constantes



Fuente: *La importancia de la actividad económica de turismo y viajes en Argentina, 2008.*

En la presente investigación se realizan estimaciones del gasto turístico a precios corrientes y a precios constantes, con año base 2004. La comparación de los mismos permite realizar un análisis deflactado del comportamiento del gasto turístico en el período de análisis 2004-2012.

III. METODOLOGÍA

FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

CONVENIENCIA DE FORMULAR HIPÓTESIS

En relación a la necesidad de formular una o más hipótesis, Hernández Sampieri explica que “las hipótesis nos indican lo que estamos buscando o tratando de probar y pueden definirse como explicaciones tentativas del fenómeno investigado formuladas a manera de proposiciones” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1991, pág. 76).

Considerando que las hipótesis proponen respuestas tentativas a las preguntas de investigación, las mismas surgen por lo general, de los objetivos y preguntas de investigación. “Existe una relación muy estrecha entre el planteamiento del problema, la revisión de la literatura y las hipótesis” (Hernández Sampieri et al, 1991, pág. 78). El autor también plantea que las hipótesis tienen cuatro funciones principales: son las guías de una investigación, son descriptivas y explicativas, prueban teorías y sugieren teorías.

La formulación de la hipótesis depende del enfoque y del alcance de la investigación. En este trabajo el alcance del estudio es descriptivo y con enfoque cuantitativo, por lo que corresponde formular hipótesis para pronosticar un hecho.

FORMULACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

Por tratarse el presente trabajo de una investigación de tipo descriptiva, se consideran preferentemente las hipótesis que Hernández Sampieri denomina “hipótesis de investigación” y se descartan las hipótesis nulas, alternativas y estadísticas.

En relación a la definición conceptual se utilizan definiciones de diccionarios o de libros especializados. Cuando describen la esencia o las características reales de un objeto o fenómeno se las denomina “definiciones reales”. Estas últimas constituyen la adecuación de la definición conceptual a los requerimientos prácticos de la investigación.

En contraste la definición operacional constituye el conjunto de procedimientos que describe las actividades que un observador debe realizar para recibir las impresiones sensoriales, que indican la existencia de un concepto teórico en mayor o menor grado. En otras palabras, especifica qué actividades u operaciones deben realizarse para medir una variable. Una definición operacional nos dice que para medir una variable hay que seguir una serie de pasos.

A continuación se presentan las hipótesis para la presente investigación con sus correspondientes variables explicadas.

Hipótesis 1: La estimación y el análisis de la cuantía y de la composición del gasto turístico en Mar del Plata genera información suficiente para evaluar la importancia del “turismo” en la economía del Partido de General Pueyrredon.

- *Gasto turístico:* suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos.
- *Importancia del “turismo” en la economía:* el centro de atención actual es la perspectiva económica, y desde esta perspectiva el turismo se define como las actividades realizadas por las personas, identificadas como visitantes y en especial, turistas.

Hipótesis 2: El gasto turístico ha evolucionado positivamente en el período analizado.

- *Evolución del gasto turístico:* valores que toma la variable gasto turístico en un período de análisis específico.
- *Período de análisis:* tiempo que duran ciertos fenómenos o procesos que se observan en un espacio de tiempo.

Hipótesis 3: Se ha producido un cambio significativo en el perfil socio-demográfico del turista que vacaciona en la ciudad de Mar del Plata.

- *Perfil socio-demográfico del turista:* presenta las características de la muestra de una población de interés, son indicadores no monetarios.

MUESTRA DE DATOS

UNIDADES DE ANÁLISIS Y TAMAÑO O CRITERIO DE VALIDEZ DE LA MUESTRA

El análisis de los datos se lleva a cabo en función de los Estudios de Demanda proporcionados por el Ente Municipal de Turismo (EMTur), por lo que no es necesario realizar encuestas propias. Las técnicas empleadas por dicho Ente para la recolección de datos, se presentan en todos los Estudios de Demanda analizados, es decir del Verano de 2003-2004 al Verano de 2012-2013. Las mismas se dividen en tres: encuesta coincidental, encuesta de perfil y comportamiento y encuesta de ocupación hotelera.

La toma de datos de la encuesta coincidental se realiza al momento de la partida de los turistas, en puntos fijos de la ciudad como las estaciones de servicio, la terminal de ómnibus, la estación de trenes y el aeropuerto. Se trata de un muestreo probabilístico con un ajuste al

peso relativo de los medios de transporte utilizados por los turistas para ingresos a la ciudad. La muestra asciende a trescientos casos semanales.

La encuesta de perfil y comportamiento se realiza en los balnearios de la ciudad, para lo que se realiza un muestreo probabilístico por conglomerados en base a la concurrencia de los turistas a los distintos sectores de playa. Se encuesta tanto en el sector privado como en el público y se toman alrededor de mil casos.

En el caso de la encuesta de ocupación hotelera, se tiene en cuenta un promedio de 150 hoteles los cuales se encuentran estratificados por categorías y por zonas. El medio de recolección de datos en este caso es a través de consultas telefónicas y se recolectan de forma bisemanal.

La investigación se complementa con el análisis del valor agregado presentado en las estimaciones del Producto Bruto Geográfico (PBG), lo que permite estimar la oferta turística y el impacto cuantitativo del mismo en la actividad económica del Partido de General Pueyrredon. Los datos del PBG para el año 2004 se obtienen de la publicación realizada por el Grupo de Indicadores Socio-económicos de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, mientras que las estimaciones del 2012 son provisionales y fueron concedidas por dicho grupo previamente a su publicación. Por tratarse de datos provisionales, podrían existir diferencias entre los datos presentados en la presente investigación y la publicación efectiva de los mismos.

ERRORES DE MEDICIÓN

Las encuestas del gasto son en general de difícil confección y toma de muestra, ya que precisan de la recopilación, por parte del encuestado, de múltiples datos acerca de operaciones en diferentes monedas y lugares, de los que probablemente no han conservado registros y además, el efecto olvido es importante en este tipo de encuestas. A esto se suma, a veces, el rechazo directo del encuestado a responder las preguntas referidas al gasto o la distorsión del mismo por temor al uso que pueda hacerse de dicha información. Asimismo, existen casos en los que el viajero no puede dar una respuesta por no ser él quien se hace cargo de los gastos (invitado o ganador de un premio). Debido a estos factores la cantidad y calidad de las respuestas referidas al gasto del viajero son menores a las referidas a los aspectos cualitativos del mismo (como tipo de alojamiento, estadía, etc.).

ANÁLISIS DE DATOS

MÉTODO DE ANÁLISIS MÁS ADECUADO PARA LOS DATOS SEGÚN LOS OBJETIVOS

Para la presente investigación se utilizaron diversas metodologías de acuerdo al estudio específico de cada variable analizada. En el caso de la demanda turística se utiliza una metodología propia, que empalma variables claves como el arribo de turistas a la ciudad, la estadía promedio y el gasto turístico, obtenidos a través de los Estudios de Demanda del EMTur. El producto de dichas variables referidas a un mismo espacio temporal permite realizar una aproximación a la demanda turística del período en cuestión.

En cuanto a la oferta turística se emplean dos metodologías. Por un lado, se utilizan los coeficientes fijos publicados por la Cámara Argentina de Turismo para la estimación de la participación de la actividad turística en la economía nacional, por rama de actividad económica. Por otro lado, se emplea el concepto de las Cuentas Nacionales donde la Oferta Global equivale cuantitativamente a la Demanda Global.

Finalmente, para el análisis socio-demográfico se emplean datos, tablas y gráficos que permitan la correcta visualización de la información obtenida para así poder observar la evolución de cada una de las variables tenidas en cuenta y su comparación.

Las herramientas estadísticas principalmente utilizadas son los números índices y las medidas de tendencia central (media, mediana y moda). Para el manejo de datos se utilizan las herramientas de Microsoft Office las que se complementan con herramientas econométricas como GRETL y PASW (SPSS) para cruces de información socio-demográfica y económica.

IV. RESULTADOS

ANÁLISIS ECONÓMICO: INDICADORES MONETARIOS

DEMANDA TURÍSTICA

Para realizar el análisis de la demanda turística se trabaja con la información mensual de tres variables: Arribo de turistas, Estadía promedio y Gasto promedio diario por persona. La variable arribo de turistas se obtiene mediante información recibida diariamente de los peajes de la Ruta 2, la Ruta 226 y la Ruta 11 Norte, así como de la Terminal de Ómnibus y Trenes y el Aeroparque. Para discernir turistas de residentes y cantidad de turistas por auto o micro, se utilizan coeficientes que varían en determinados momentos del año y de peaje a peaje, tal como lo explica Laffan, Jefe de Departamento de Investigación y Desarrollo en el EMTur.

A partir de la conjunción de las tres variables mencionadas se obtiene la demanda turística para cada año, es decir el gasto total que realizan los turistas mes a mes por todo concepto. A modo de ejemplo se presenta la estimación para el año 2004. En el Apéndice se pueden observar las tablas de las variables empleadas en la elaboración de las estimaciones de la demanda turística para los años 2004 a 2012, las mismas se presentan de manera bimestral. Además se exhibe el gasto diario promedio por persona bimestral tanto a pesos corrientes como a pesos constantes en base al año 2004.

Así se obtiene la Demanda Turística, que para el año 2004 asciende a \$ 1.688.697 (en miles de pesos), tal como se muestra en la tabla siguiente. En la sección *Análisis del Gasto Turístico* se discrimina el total del gasto realizado por los turistas por tipo de actividad durante las temporadas estivales de 2003-2004 a 2011-2012.

TABLA 7: Estimaciones correspondientes a la demanda turística, año 2004

Meses	Arribo de turistas	Estadía promedio	Gasto promedio (Precios corrientes)	Demanda en miles de \$
Enero	1.257.749	7,94	\$51,22	\$511.510
Febrero	1.008.362	7,01	\$50,02	\$353.572
Marzo	514.902	4,44	\$56,09	\$128.231
Abril	579.910	3,29	\$68,19	\$130.108
Mayo	295.810	1,74	\$81,71	\$42.057
Junio	297.574	1,18	\$74,96	\$26.321
Julio	466.825	2,16	\$61,45	\$61.963
Agosto	383.469	1,90	\$79,35	\$57.814
Septiembre	366.723	1,22	\$78,22	\$34.996
Octubre	473.640	1,99	\$78,63	\$74.112
Noviembre	451.027	2,29	\$78,21	\$80.779
Diciembre	651.248	4,21	\$68,29	\$187.234
Total	6.747.239	39,37	\$826,34	\$1.688.697

Fuente: Elaboración propia en base a datos del EMTur.

El EMTur denomina a esta variable giro estimado de dinero, concepto asimilable al concepto de demanda turística. Se presenta a continuación la demanda turística (o giro estimado de dinero) en miles de pesos a valores corrientes de forma bimestral.

TABLA 8: Demanda bimestral en miles de pesos corrientes

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1er bimestre	865.242	1.080.147	1.228.846	1.540.773	1.672.091	1.714.564	2.267.323	2.834.916	3.731.731
2do bimestre	258.465	269.620	348.230	441.082	466.576	496.330	617.726	976.440	1.047.927
3er bimestre	68.317	76.278	111.859	144.915	153.011	252.937	329.843	318.659	488.702
4to bimestre	119.949	133.470	165.755	196.336	270.747	259.386	414.355	555.534	711.835
5to bimestre	109.198	153.060	196.680	211.267	266.297	333.648	502.602	670.990	720.927
6to bimestre	267.955	291.452	373.879	475.967	533.965	598.297	778.990	1.160.486	1.512.965
TOTAL	1.689.126	2.004.026	2.425.248	3.010.340	3.362.686	3.655.163	4.910.840	6.517.025	8.214.086

Fuente: Elaboración propia en base a datos del EMTur.

Debido a que realizar un análisis de una serie a pesos corrientes en una economía como la argentina con un alto componente inflacionario, podría ser poco representativo de la realidad y conducir a errores de interpretación, resulta necesario realizar estimaciones a precios contantes de un año determinado. Para la confección de la tabla que sigue se utilizó un índice

de corrección por inflación aplicado a la Provincia de Buenos Aires a nivel general, es decir que es apto para las distintas actividades económicas del PBG en el Partido de General Pueyrredon.

TABLA 9: Demanda bimestral en miles de pesos constantes del 2004

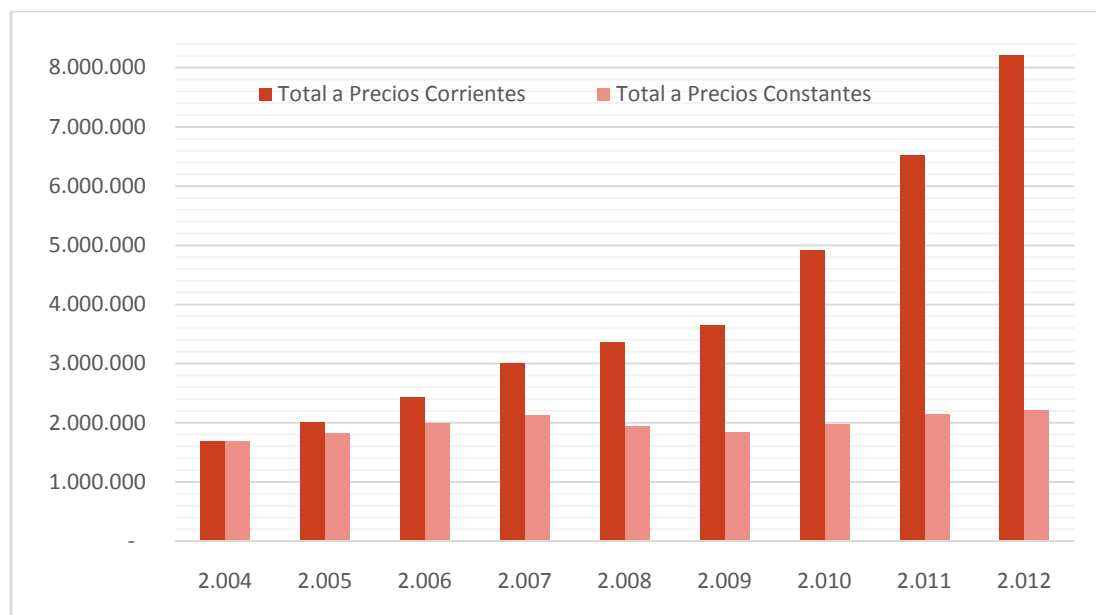
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1er bimestre	865.242	985.161	1.010.645	1.089.345	963.353	861.093	916.157	933.053	1.006.017
2do bimestre	258.465	245.910	286.396	311.850	268.812	249.268	249.605	321.375	282.505
3er bimestre	68.317	69.570	91.996	102.456	88.155	127.031	133.280	104.880	131.746
4to bimestre	119.949	121.733	136.323	138.812	155.987	130.270	167.428	182.842	191.900
5to bimestre	109.198	139.600	161.757	149.369	153.423	167.566	203.086	220.842	194.351
6to bimestre	267.955	265.822	307.491	336.515	307.637	300.478	314.766	381.950	407.872
TOTAL	1.689.126	1.827.796	1.994.608	2.128.346	1.937.367	1.835.706	1.984.322	2.144.943	2.214.390

Fuente: Elaboración propia en base a datos del EMTur

A lo largo de la serie analizada el menor gasto (demanda) se presenta en el tercer bimestre que correspondería a los meses de mayo y junio. El sexto bimestre que al inicio del período 2004 parecía muy similar al observado en el segundo bimestre toma mayor relevancia en los dos últimos años, lo que indicaría un cambio en las preferencias vacacionales de los turistas.

Entre el año 2004 y el año 2007 se observa un crecimiento leve pero constante, alcanzando el pico más alto del período analizado en el año 2007, con 2.128 millones de pesos. A partir de dicho año, la demanda anual se reduce hasta el 2009. En el 2010 comienza un nuevo crecimiento llegando en el 2012 a los 2.214 millones de pesos. Lo anterior se puede observar en el siguiente gráfico.

GRÁFICO 1: Total del gasto turístico en miles de pesos a pesos corrientes y constantes



Fuente: Elaboración propia en base a datos del EMTur

Uno de los motivos principales del importante crecimiento de la actividad turística en los últimos años, proviene de la devaluación del peso iniciado en el 2002, que implica un abaratamiento del turismo argentino para el resto del mundo a la vez que un encarecimiento del turismo exterior para los argentinos. El cambio producido en las políticas económicas del país a partir de la salida del "uno a uno" con el consiguiente abaratamiento de los costos para los turistas extranjeros provocaron el renacer del turismo receptivo. Hoy el turismo es una actividad en plena expansión, tal como se observa en el presente análisis económico.

OFERTA TURÍSTICA MEDIANTE EL MÉTODO DE LA CÁMARA ARGENTINA DE TURISMO

Al aplicar la metodología propuesta por la CAT de coeficientes fijos, se obtiene la estimación de la participación del turismo en el PBG del 2004, que asciende a 567.817 miles de pesos, lo que representa el 10,08% del PBG del Municipio de General Pueyrredon, considerando sólo las actividades mencionadas por la CAT como relacionadas con el turismo.

La Tabla 10 permite analizar el aporte de la actividad turística en la economía del Municipio de General Pueyrredon (MGP) mediante la aplicación del método de coeficientes fijos planteado por la CAT. El motivo de tomar el año 2004 para el análisis se debe a dos cuestiones, por un lado es el año en que se realizó el censo nacional económico y, por el otro, para dicho año se cuenta con los valores de PBG del PGP y de Nación, lo que favorece la comparación de los mismos.

TABLA 10: PBG turístico para el Partido de General Pueyrredon en el año 2004

ACTIVIDAD ECONÓMICA	PBG Turístico (en miles de \$)	% Act. s/ total de VA turístico	
		MGP 2004	ARG 2004
Actividades primarias y extractivas	11.845	2,09%	4,60%
Industria manufacturera	56.936	10,03%	17,30%
Construcción	14.029	2,47%	2,40%
Comercio mayorista y minorista y reparaciones	133.915	23,58%	20,10%
Hoteles	123.554	21,76%	11,20%
Restaurantes, bares y confiterías	8.795	1,55%	2,30%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	84.957	14,96%	25,90%
Intermediación financiera	3.988	0,70%	1,80%
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	96.985	17,08%	6,50%
Administración pública, defensa y organizaciones extraterritoriales	9.686	1,71%	3,00%
Enseñanza	5.580	0,98%	1,00%
Otras actividades de servicios comunitarios sociales y personales	17.547	3,09%	3,90%
TOTAL	567.817	100%	100%

Fuente: elaboración propia en base al PBG año base 2004 y a informes de CAT 2006 y 2008.

Del análisis de esta tabla se pueden extraer conclusiones que permiten comparar el aporte de AETV a nivel municipal y nacional para el mismo año de análisis, 2004. Dos ramas de actividad resaltan por la importante diferencia en las proporciones entre nación y municipio, las cuales ascienden a más de diez puntos porcentuales a favor del último. La primera es en la *actividad hotelera*, donde podría deberse a que Mar del Plata es uno de los destinos turísticos con mayor capacidad hotelera. En la temporada estival de 2003-2004 se contaba con 556 establecimientos para albergar turistas, de los cuales 546 fueron hoteles de una a cinco estrellas y hostels, representando 51.769 plazas disponibles.

La segunda se refiere a las *actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler*, donde se destaca que Mar del Plata cuenta con una gran cantidad de plazas extra-hoteleras, es decir de viviendas destinadas al alquiler por períodos cortos a lo largo del año. En general el alquiler de dichas viviendas se efectúa a través de inmobiliarias. Mediante el análisis de la información provista por el EMTur, es posible aseverar que en la temporada de verano 2003-2004, el 70,6% de los turistas que alquilaron por este método lo hicieron en inmobiliarias de la ciudad de Mar

del Plata, mientras que el restante 29,4% prefirió alquilar a través de inmobiliarias de su ciudad de origen. Tal como se muestra en los Estudios de Demanda, con el transcurso de los años esta diferencia se acentuó aún más.

El análisis anterior se puede realizar también para el año 2012, a partir de las estimaciones preliminares del PBG de dicho año. Sin embargo no se cuenta con el porcentaje que representa la actividad turística en el valor agregado a nivel nacional, por lo que la comparación de dicha variable con la equivalente de a nivel municipal no resulta posible hasta el momento.

TABLA 11: PBG turístico para el Partido de General Pueyrredon en el año 2012

ACTIVIDAD ECONÓMICA	VA (en miles de \$)	% turismo s/total de actividad	PBG Turístico (en miles de \$)	% Act. s/ total de VA turístico 2012
Actividades primarias y extractivas	2.055.695	2%	41.114	2,07%
Industria manufacturera	4.395.044	5%	219.752	11,04%
Construcción	2.293.552	4%	91.742	4,61%
Comercio mayorista y minorista y reparaciones	4.575.567	12%	549.068	27,60%
Hoteles	495.375	98%	485.468	24,40%
Restaurantes, bares y confiterías	358.164	10%	35.816	1,80%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	1.034.547	20%	206.909	10,40%
Intermediación financiera	440.368	3%	13.211	0,66%
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	1.795.874	10%	179.587	9,03%
Administración pública, defensa y organizaciones extraterritoriales	1.318.430	4%	52.737	2,65%
Enseñanza	2.148.299	2%	42.966	2,16%
Otras actividades de servicios comunitarios sociales y personales	712.740	10%	71.274	3,58%
TOTAL	21.623.656	***	1.989.645	100%

Fuente: elaboración propia en base al PBG año base 2012 y a informes de la CAT.

Mediante la comparación del porcentaje de las actividades económicas sobre el total del valor agregado turístico del año 2004 y del 2012 se observa que la mayor diferencia radica en las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, la que se redujo en más de ocho puntos porcentuales. Esto podría deberse al aumento de la proporción de la actividad hotelera cercano a tres puntos en el mismo período.

A través de la aplicación de la metodología propuesta por la CAT de coeficientes fijos, se obtiene la estimación de la participación del turismo en el PBG, que asciende a 1.989 millones de pesos, lo que representa el 9,20% del PBG del Municipio de General Pueyrredon, considerando sólo las actividades mencionadas por la CAT como relacionadas con el turismo. Esto indicaría una reducción en la participación de la actividad turística con respecto al año 2004.

COMPARACIÓN DE DEMANDA TURÍSTICA Y OFERTA TURÍSTICA

En Contabilidad Nacional la Demanda Global comprende el consumo privado (de las familias y de las instituciones privadas sin fines de lucro) y el consumo del gobierno. También incluye el valor de las exportaciones y de la formación bruta de Capital. Por otro lado, la Oferta Global es el conjunto de bienes y servicios, producidos internamente o en el exterior, de los cuales dispone un país para satisfacer sus necesidades de consumo, formación de Capital y exportaciones. Para fines de las Cuentas Nacionales la Oferta Global equivale cuantitativamente a la Demanda Global. Así se procede a igualar la demanda y la oferta de bienes y servicios turísticos finales de acuerdo a los resultados obtenidos anteriormente para los años 2004 y 2012. La oferta presentada es la estimada con los coeficientes de CAT y se presenta en la tabla siguiente.

TABLA 12: Igualación de Demanda y Oferta turísticas a pesos corrientes

AÑO	Demanda (en miles de pesos)	=	Oferta (en miles de pesos)
2004	\$1.688.697 (en miles de pesos)	≠	\$ 567.817 (en miles de pesos)
2012	\$ 8.256.100 (en miles de pesos)	≠	\$ 1.989.645 (en miles de pesos)

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar los valores obtenidos no sólo no coinciden, sino que además sus magnitudes son muy diferentes. La captación de los datos utilizados en las estimaciones fue corroborada. Por lo tanto, las diferencias se deberían a la metodología empleada en la estimación desde el lado de la oferta, tales como:

- la omisión de algunas actividades que podrían resultar relevantes en el análisis como salud, provisión de electricidad, gas y agua, servicio doméstico, entre otras.
- la definición de los coeficientes para algunas actividades, no están debidamente fundamentadas.

- los coeficientes estimados fueron elaborados para el año 1993 y no han sido modificados hasta el momento, por lo que podrían estar desactualizados.
- la aplicación de dichos coeficientes para el Partido de General Pueyrredon podría no ser adecuada, ya que los mismos fueron desarrollados para estimar la participación a nivel nacional.

Dado que tanto en demanda como en oferta se trata de bienes y servicios finales, y que el equilibrio debe darse en la igualdad de ambos, no sería desacertado afirmar que las actividades económicas directa e indirectamente relacionadas con el turismo generaron, en el Partido de General Pueyrredon, 1.689 millones de pesos en el año 2004 y 8.256 millones de pesos en el año 2012, ambos a pesos corrientes.

TABLA 13: Estimación de la participación de la actividad turística en el PBG a pesos corrientes

Año	Variable	Cantidad
2004	PBG turístico	\$ 1.688.697 (miles de \$)
	PBG total 2004	\$ 6.035.743 (en miles de \$)
	Proporción (PBG turístico/PBG total)	28,0 %
2012	PBG turístico	\$ 8.256.100 (miles de \$)
	PBG total 2012	\$ 23.758.717 (en miles de \$)
	Proporción (PBG turístico/PBG total)	34,7%

Fuente: elaboración propia

Teniendo en cuenta que el PBG del 2004 asciende a 6.037 millones de pesos, se podría aseverar que la Actividad de Turismo y Viajes en Mar del Plata representa el **28%** del PBG de ese año. Realizando el mismo análisis para el año 2012, se estima que el **34,7%** del PBG se debe a la actividad económica del turismo, lo que puede observarse en la tabla anterior. De esta manera se presenta un importante aumento en la participación de la actividad turista en el PBG, comportamiento opuesto al obtenido mediante la aplicación de los coeficientes de la CAT. A través de las estimaciones anteriores es que se confirma la importancia del turismo en el municipio.

Esto indicaría que el turismo es fundamental en la economía del PGP, prevaleciendo su importancia por sobre todas las demás ramas de la actividad económica. Es de interés, por lo tanto, realizar políticas públicas (económicas y sociales) que refieran al fomento de dicha actividad no sólo durante la temporada estival, sino para todo el año. Transformando así a Mar del Plata en una ciudad eminentemente turística dispuesta y capaz de recibir turistas en todos los meses del año.

ANÁLISIS DEL GASTO TURÍSTICO

Para elaborar el análisis del gasto turístico se ha tenido en cuenta el arribo de turistas, el gasto turístico promedio individual a pesos corrientes y constantes del año 2004 y la distribución del gasto turístico por actividad. Además se presenta un cruce de información de la distribución del gasto turístico por lugar de procedencia.

GASTO TURÍSTICO ANUAL

A continuación se presentan dos tablas que muestran información relevante acerca de la magnitud del gasto turístico per cápita en la ciudad de Mar del Plata. Es interesante observar que en los meses de mayor concurrencia a la ciudad, es decir diciembre, enero, febrero y marzo es donde se realiza el menor gasto per cápita, especialmente en el mes de febrero.

TABLA 14: Gasto turístico diario promedio, mes a mes en pesos corrientes PGP 2004-2012

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Enero	51,22	63,71	71,55	88,15	96,92	117,53	138,41	170,93	225,81
Febrero	50,02	60,38	68,03	82,31	97,60	110,68	136,20	170,40	226,50
Marzo	56,09	67,22	79,04	88,49	113,68	126,26	159,56	205,74	260,88
Abril	68,19	71,91	80,54	91,08	122,67	158,62	208,42	260,98	316,25
Mayo	81,71	87,54	94,41	123,79	150,12	174,45	218,03	276,90	358,61
Junio	74,96	82,41	96,44	122,34	147,47	179,19	221,62	293,87	392,72
Julio	61,45	69,23	87,51	112,98	149,31	156,65	211,84	260,89	351,51
Agosto	79,35	86,03	87,02	110,48	157,50	186,71	239,25	336,36	392,72
Septiembre	78,22	87,88	96,82	118,28	163,32	186,12	265,64	323,77	372,38
Octubre	78,63	85,24	94,85	108,76	149,23	179,61	233,08	309,12	404,99
Noviembre	78,21	78,48	84,77	121,78	159,82	185,66	236,39	304,09	400,99
Diciembre	68,29	69,19	84,22	107,75	134,29	150,03	196,19	266,09	362,15
PROMEDIO	68,86	75,77	85,43	106,35	136,83	159,29	205,39	264,93	338,79

Fuente: EMTur.

Se observa que entre el año 2004 y el 2007, el mes de mayo presenta el mayor gasto, mientras que a partir del 2008 ese mes pierde preponderancia ya que los meses de mayor gasto pasan a ser agosto y septiembre. En el año 2012, el mayor gasto se presenta en octubre. Este cambio en el comportamiento del turista podría deberse a múltiples factores, algunos de ellos podrían ser que con la implementación del corrimiento de feriados, también denominados feriados puente, se tiene una mayor cantidad de fines de semana largos. Lo que impacta especialmente

en Semana Santa, 12 de octubre (Día de Respeto a la Diversidad Cultural) y 20 de noviembre (Día de la Soberanía Nacional). Quienes más aprovechan esta prolongación de feriados son los turistas provenientes de Capital Federal y Gran Buenos Aires, dada la cercanía con Mar del Plata. Otro factor podría deberse a que en los últimos años el turismo de verano en Córdoba se ha expandido, por lo que se podría haber producido una migración del turista que solía vacacionar en Mar del Plata hacia Córdoba.

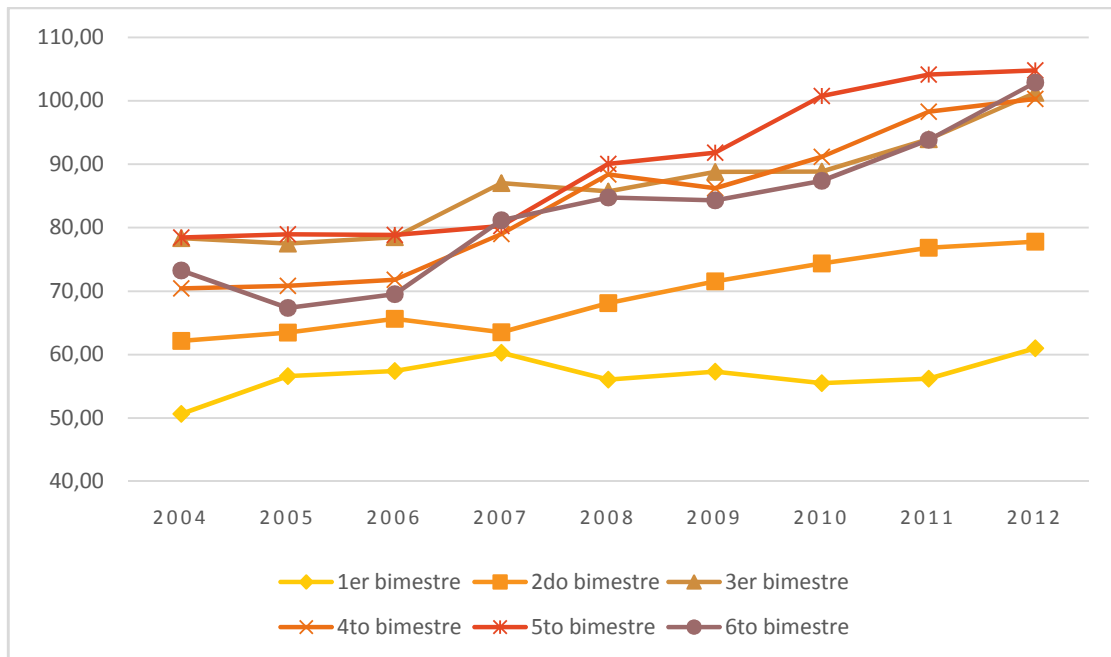
TABLA 15: Gasto turístico diario promedio en el PGP en pesos constantes del 2004

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Enero	51,22	58,11	58,85	62,33	55,84	59,03	55,93	56,26	60,87
Febrero	50,02	55,07	55,95	58,19	56,23	55,59	55,03	56,08	61,06
Marzo	56,09	61,31	65,01	62,56	65,50	63,41	64,47	67,72	70,33
Abril	68,19	65,58	66,24	64,39	70,67	79,66	84,22	85,90	85,26
Mayo	81,71	79,84	77,65	87,52	86,49	87,61	88,10	91,14	96,68
Junio	74,96	75,17	79,32	86,50	84,96	89,99	89,55	96,72	105,87
Julio	61,45	63,14	71,97	79,88	86,02	78,67	85,60	85,87	94,76
Agosto	79,35	78,47	71,57	78,11	90,74	93,77	96,67	110,71	105,87
Septiembre	78,22	80,15	79,63	83,63	94,09	93,47	107,34	106,56	100,39
Octubre	78,63	77,74	78,01	76,89	85,98	90,20	94,18	101,74	109,18
Noviembre	78,21	71,58	69,72	86,10	92,08	93,24	95,52	100,08	108,10
Diciembre	68,29	63,11	69,27	76,18	77,37	75,35	79,27	87,58	97,63
PROMEDIO	68,86	69,11	70,26	75,19	78,83	80,00	82,99	87,20	91,33

Fuente: Elaboración propia en base a datos del EMTur

Lo anteriormente expuesto en las tablas, puede ser observado con mayor facilidad en el gráfico siguiente, donde se presenta de manera bimestral el gasto diario promedio por persona entre el 2004 y el 2012.

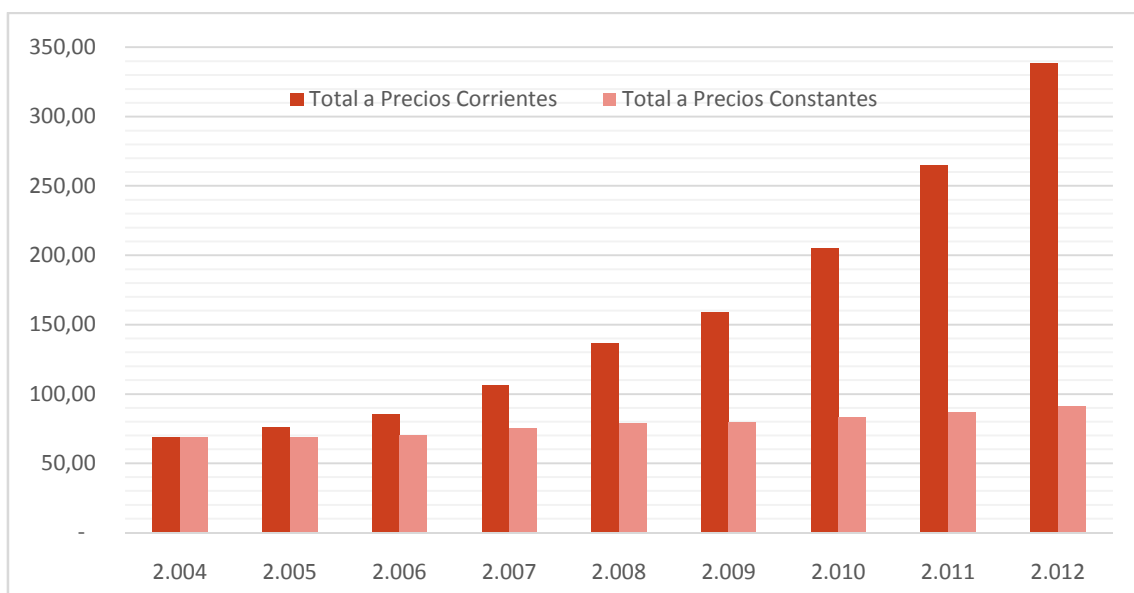
GRÁFICO 2: Gasto diario per cápita promedio bimestral en pesos constantes



Fuente: Elaboración propia en base a datos del EMTur

De manera bimestral se puede observar como el quinto bimestre, meses de septiembre y octubre, ha ido tomando importancia en el transcurso de los años y en especial a partir del año 2008. Se destaca también el crecimiento del gasto turístico en el sexto bimestre, impulsado fundamentalmente por el mes de noviembre. Por otro lado, el primer bimestre es el que presenta el menor gasto individual a pesar de tratarse de los meses de enero y febrero que es donde más turistas ingresan a la ciudad.

GRÁFICO 3: Gasto diario per cápita promedio a pesos corrientes y constantes



Fuente: Elaboración propia en base a datos del EMTur

En el gráfico anterior se presenta el promedio de gasto turístico anual donde se aprecia un comportamiento muy similar al presentado en el Gráfico 1. El gasto diario per cápita promedio a pesos corrientes presenta un crecimiento exponencial, mientras que analizando la misma serie a pesos constantes del 2004, se observa un suave crecimiento lineal. De esta manera se advierte el impacto del componente inflacionario en la economía del país.

Considerando que el arribo de turistas a la ciudad ha crecido del 2004 al 2012, al igual que lo ha hecho el gasto per cápita en el mismo período de análisis, se puede afirmar que el aumento en cantidad y precios generó un incremento de la demanda turística en el Partido de General Pueyrredon.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO TURÍSTICO EN TEMPORADA DE VERANO

El gasto se distribuye en distintas actividades, las cuales a su vez comprenden un conjunto detallado de sub-actividades. En la siguiente tabla se detalla cada una de ellas.

TABLA 16: Actividades relacionadas con el gasto turístico

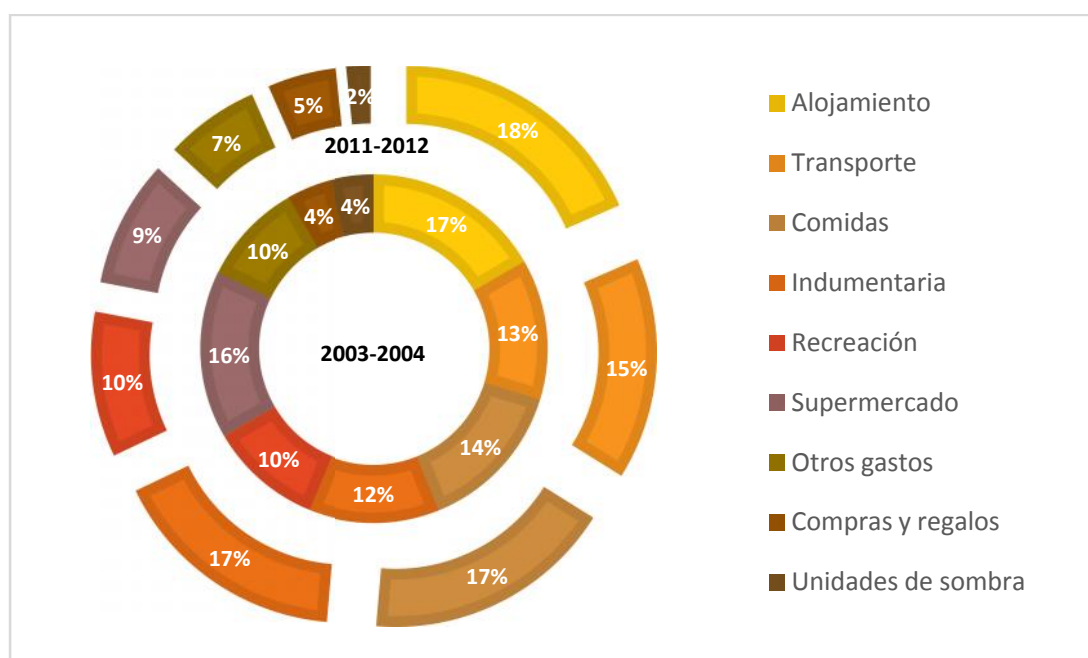
Actividades	Detalle
Alojamiento	Vivienda alquilada, Camping, Hotel Gremial, Apart hotel y Hoteles de 1 a 5 estrellas.
Gastronomía	Confitería, Desayuno, Almuerzo, Merienda y Cena.
Recreación	Cine, Teatro, Musicales, Infantiles, Parques Temáticos, Casino, Bingo, etc.
Transporte	Avión, Tren, Ómnibus, Automóvil y otros.
Supermercado	Gasto en alimentos y Otros gastos que no son alimentos.
Compras y regalos	Productos tradicionales comestibles, Productos tradicionales no comestibles y otros.
Indumentaria	Calzados, Ropa y otros.
Unidades de sombra	Carpas y Sombrillas.
Otros gastos	Telefónicos e internet, Viáticos, Quiosco/cigarrillos, Farmacia y perfumería, Tintorería, Médicos, Diarios y revistas, Otros gastos.

Fuente: Elaboración propia.

La distribución del gasto en las distintas actividades se analiza únicamente para la temporada de verano ya que es donde se realiza la encuesta en playa, y por lo tanto, de donde se extraen los datos para su posterior análisis. Debido a que en el verano del 2007-2008 no se realizó la encuesta en playa, no se cuenta con datos para dicho período y por lo tanto será omitido del análisis de temporada de verano.

En el Gráfico4, se presenta la distribución del gasto en la temporada de verano del 2003-2004 (círculo interno) y del 2011-2012 (círculo externo). Como se observa, las actividades principales a las que se destina el gasto turístico son el alojamiento, la comida y el transporte, mientras que las compras y regalos junto a las unidades de sombra representan el menor porcentaje de gasto de los turistas.

GRÁFICO 4: Distribución del gasto promedio en el PGP temporadas 2003-2004 y 2011-2012



Fuente: Elaboración propia en base a datos del EMTur

Para la confección de la Tabla 17 se ha utilizado nuevamente el concepto de giro estimado de dinero como sinónimo de demanda turística. Dicha tabla presenta la distribución de la demanda por actividad en los meses de verano del período analizado, a pesos constantes. Se ha optado por el análisis de la demanda en lugar del gasto personal para analizar cómo se distribuye la misma en las distintas actividades y extraer conclusiones acerca del comportamiento e importancia de cada una en la actividad turística.

Dado que el análisis se realiza únicamente en temporada de verano, es importante recordar que se toma en cuenta el período que abarca de la segunda quincena de diciembre a la primera quincena de marzo. La última fila (Total) representa la demanda turística de cada mes de la temporada estival.

Para facilitar el análisis de la tabla, se presenta el conjunto de gráficos (Gráfico 5), que muestran la misma distribución considerando todos los meses de la temporada. Los cuatro gráficos están expresados en la misma escala, lo que permite observar las magnitudes de la

demanda de cada actividad. Se presentan las actividades de mayor importancia en el total de la demanda (gasto), por lo que se descartan las Unidades de sombra, las Compras y regalos y Otros gastos. En el mes de enero es donde se presenta el mayor gasto (demanda) en todas las actividades.

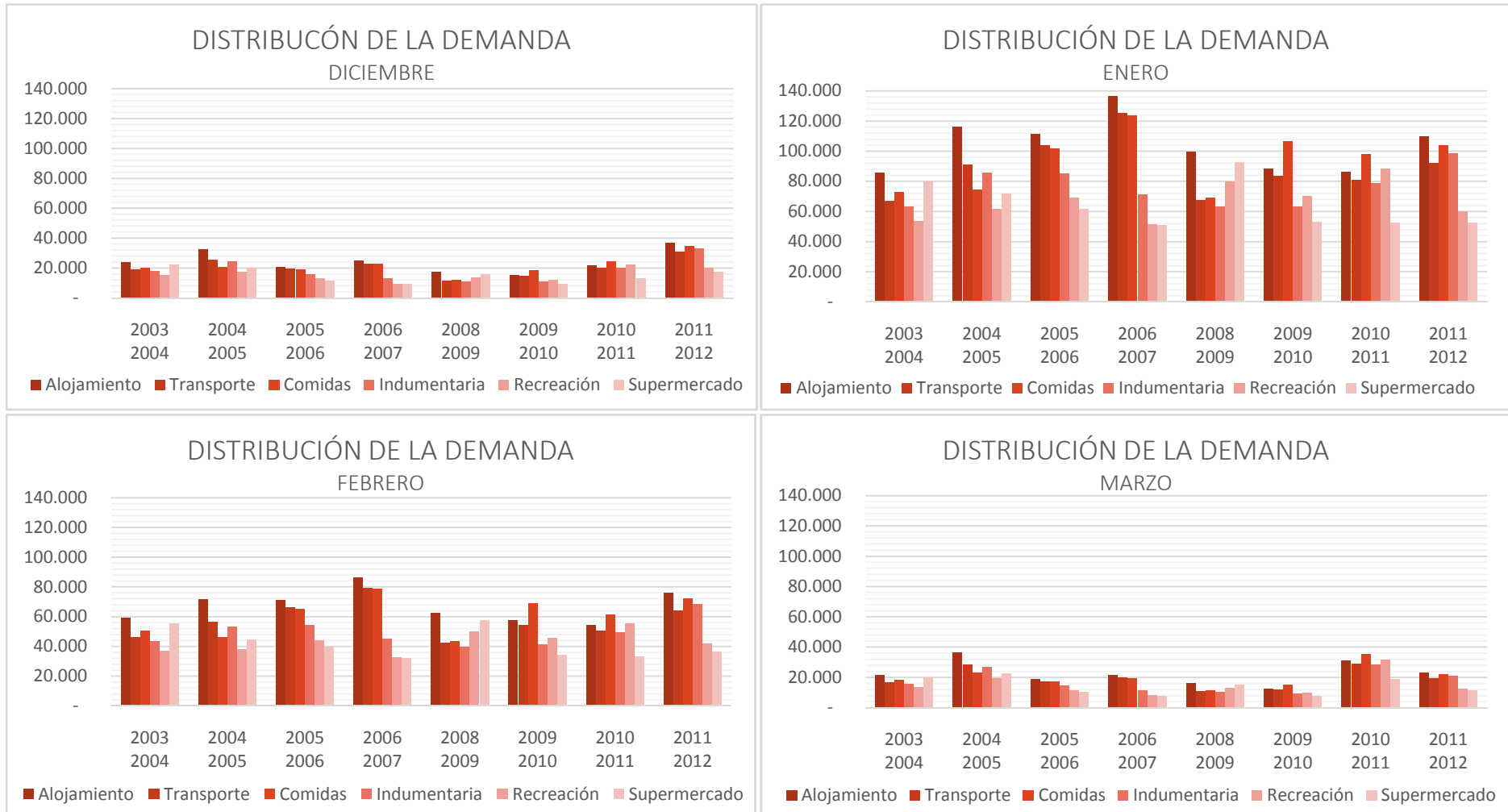
TABLA 17: Distribución de la demanda según actividad por temporada en miles de pesos del año 2004 en el PGP

	2003	2004	2005	2006	2008	2009	2010	2011
	2004	2005	2006	2007	2009	2010	2011	2012
Alojamiento	189,73	256,49	221,41	268,94	195,33	173,68	192,78	245,37
Transporte	148,55	201,44	206,65	246,85	131,95	163,96	180,07	205,58
Comidas	161,18	163,83	202,96	244,25	135,07	208,64	219,22	232,33
Indumentaria	139,68	189,35	169,75	140,31	123,64	124,31	176,22	219,95
Recreación	118,75	135,63	137,77	101,34	155,85	137,31	197,14	134,66
Supermercado	176,99	158,46	123,01	100,04	180,78	103,55	116,80	117,63
Otros gastos	108,29	124,89	88,57	89,65	58,18	53,85	99,60	87,29
Compras regalos	48,34	68,49	41,82	44,17	41,56	52,87	70,33	65,20
Un. de sombra	45,95	44,32	38,13	63,66	16,62	74,17	31,32	22,49
TOTAL	1137,45	1342,90	1230,08	1299,20	1038,99	1092,34	1283,48	1330,49

Fuente: Elaboración propia en base a datos del EMTur

En la temporada 2008-2009 se observa un importante aumento en el gasto en supermercados lo que podría explicar la caída del gasto destinado a la gastronomía en ese mismo año. Si bien las unidades de sombra, no representan un porcentaje muy elevado de gasto turístico, es destacable que el aumento que se presentaba en las temporadas iniciales cae en la temporada de verano 2008-2009. En ese mismo período, es donde se registran los menores gastos en indumentaria y en compras y regalos de la serie analizada. Estas cuestiones podrían estar relacionadas con la crisis financiera iniciada en el año 2008.

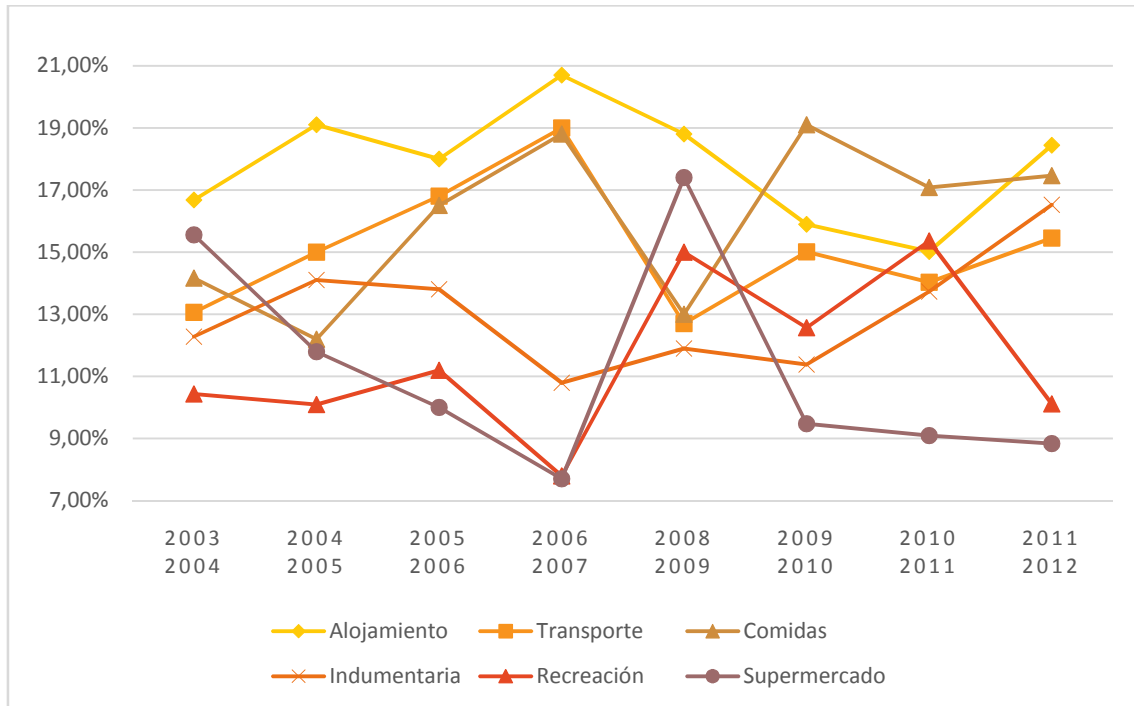
GRÁFICO 5: Distribución del giro estimado de dinero por año y mes en pesos constantes



Fuente: Elaboración propia en base a datos del EMTur

En general se presenta una mayor proporción de gasto en alojamiento que en las demás actividades, sin embargo, en las temporadas estivales 2009-2010 y 2010-2011, la actividad gastronómica toma mayor importancia. Los gráficos muestran una clara preponderancia del nivel de gasto en el mes de enero seguido del de febrero. En todo el período analizado, el mes de enero representa más del 45% del total gastado en temporada en cada una de las actividades.

GRÁFICO 6: Distribución del gasto de las principales actividades en temporada



Fuente: Elaboración propia en base a datos del EMTur.

Tal como se muestra en el gráfico anterior, la tendencia creciente que se observaba en el gasto en recreación hasta la temporada 2010-2011, mayor a un 15% del gasto total, presenta una importante caída en la última temporada llegando a apenas un 10%.

A continuación se analiza el cruce de la variable monetaria distribución del gasto con la variable no monetaria procedencia, en la temporada estival del año 2012.

TABLA 18: Distribución del gasto turístico por lugar de procedencia

Actividades	Global	Capital Federal	Gran Bs.As.	Resto de la Prov. Bs.As.	Resto del país
Alojamiento	18,4%	15,3%	16,5%	18,9%	20,0%
Transporte	15,5%	11,5%	13,4%	13,5%	21,2%
Comidas	17,5%	21,0%	19,5%	17,4%	13,8%
Indumentaria	16,5%	15,1%	12,5%	20,6%	20,1%
Recreación	10,1%	10,7%	11,7%	6,7%	9,2%
Supermercado	8,8%	10,3%	13,0%	6,4%	5,8%
Otros gastos	6,6%	7,0%	6,5%	10,6%	5,2%
Compras y regalos	4,9%	5,5%	5,5%	4,8%	4,0%
Unidades de sombra	1,7%	3,6%	1,6%	1,2%	0,8%

Fuente: EMTur

La tabla anterior muestra el cruce de las variables gasto turístico por actividad con procedencia del turista, el análisis de la misma permite extraer una serie de conclusiones interesantes. En el caso del transporte, gastan más en términos generales los turistas procedentes del resto del país (es decir, que no pertenecen a la provincia de Bs. As. ni a la Capital Federal), lo que parece razonable al considerar que, por tratarse de distancias más largas, los precios de los viajes son más elevados. En cuanto a la gastronomía, los turistas del resto del país gastan una menor proporción en comidas en comparación a los demás. Esto podría deberse a que por tener un porcentaje más alto de gasto en el rubro transportes, resignan parte del gasto diario del rubro comidas.

Debido a la cercanía de Mar del Plata con Capital Federal, los artículos de indumentaria ofrecidos podrían ser muy similares y estar a precios semejantes, por lo que el mayor gasto en este rubro se observa en turistas procedentes del resto de la Provincia de Buenos Aires y del resto del país, donde adquieren productos de indumentaria que podrían no conseguirse en su lugar de origen. Finalmente, los datos relevados en cuanto a las unidades de sombra revelan que quienes mayor parte del gasto diario utilizan en carpas y sombrillas son los de Capital Federal. No obstante, apenas alcanza un 3,6% lo que implicaría que el mayor gasto en este rubro es realizado por los ciudadanos locales del Partido de General Pueyrredon.

ANÁLISIS SOCIO-DEMOGRÁFICO: INDICADORES NO MONETARIOS

El análisis sociodemográfico de una población implica realizar un análisis de las características de la misma, en este caso se han analizado cuestiones como el arribo de turistas, la edad, el género, la procedencia, el nivel de estudios y el nivel socioeconómico. En todos los casos la información se presenta en forma porcentual para que sea comparable entre los distintos años. En el apéndice se presenta información adicional socio-demográfica en cuanto a la relación entre los turistas.

En el informe elaborado por Naciones Unidas y la Organización Mundial del Turismo, *Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo, 2008*, se presenta una serie de tablas necesarias para la confección de la Cuenta Satélite de Turismo. Si bien a nivel país no se ha podido recabar información para completar la totalidad de dichas tablas, a nivel municipal resulta posible completar la Tabla 10 correspondiente a Indicadores no monetarios, gracias a los datos recavados por el EMTur. La Tabla 10 presenta cuatro secciones:

- Número de viajes y pernoctaciones, por formas de turismo y categorías de visitantes.
- Turismo receptor: número de llegadas y pernoctaciones, por medios de transporte.
- Número de establecimientos y capacidad por tipos de alojamiento.
- Número de establecimientos en las industrias turísticas, clasificados según el número promedio de empleos.

ARRIBO DE TURISTAS ANUAL

El arribo de turistas mes a mes del año 2004 al 2012 se presenta en la tabla siguiente, donde se observa que, en general, la cantidad de turistas ha ido aumentando con el correr de los años. El arribo de turistas presenta una alta estacionalidad en la temporada de verano, a pesar de ello, Mar del Plata recibe una gran cantidad de turistas todo el año. En el mes de junio es donde ingresa la menor cantidad de turistas a la ciudad, sin embargo dicha cuantía no es despreciable ya que en el año 2012 supera los 358.000 turistas.

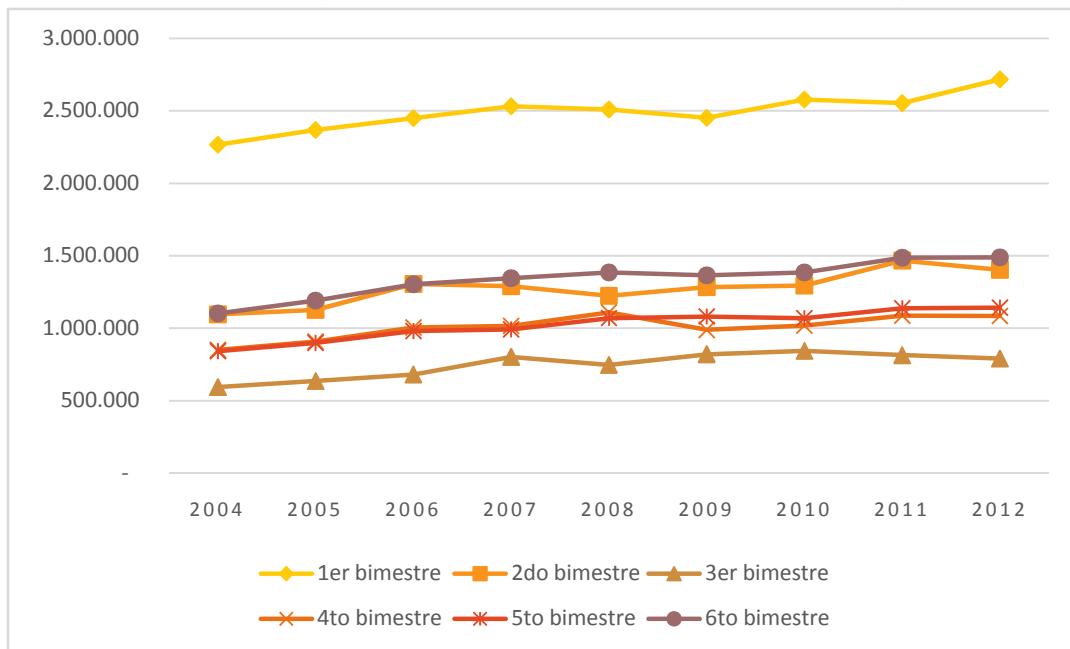
TABLA 19: Arribo de turistas a PGP por año según mes en miles de personas

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1er bimestre	2.266	2.368	2.450	2.532	2.510	2.451	2.577	2.553	2.717
2do bimestre	1.095	1.126	1.305	1.288	1.224	1.284	1.294	1.466	1.402
3er bimestre	593	635	680	802	746	819	843	813	790
4to bimestre	850	908	1.003	1.015	1.108	988	1.018	1.086	1.083
5to bimestre	840	898	979	992	1.070	1.081	1.069	1.138	1.142
6to bimestre	1.102	1.191	1.304	1.345	1.385	1.366	1.386	1.487	1.489
TOTAL	6.747	7.125	7.722	7.974	8.042	7.989	8.187	8.543	8.622

Fuente: EMTur.

En el Gráfico 7 se presenta la distribución del arribo de turistas bimestral a la ciudad de Mar del Plata por años de análisis. Se observa una evidente diferencia en el período vacacional de verano, primer bimestre, con respecto a los demás meses analizados. Esto refuerza la afirmación de que la ciudad de Mar del Plata es una ciudad balnearia cuyo principal afluente de turistas se da en el periodo estival. El primer bimestre es el que presenta el mayor afluente de turistas, siendo en particular el mes de enero en el que más turistas vacacionan en la ciudad. Es interesante observar el impacto de la Semana Santa las series presentan picos según caiga en marzo o abril, es decir que marzo y abril tienen comportamientos opuestos, cuando en un año una aumenta la cantidad de turistas, en la otra se reduce. En Gráfico 7, Semana Santa se ve reflejada en el segundo bimestre. También resulta de interés el sexto bimestre que presenta valores apenas inferiores a los del segundo.

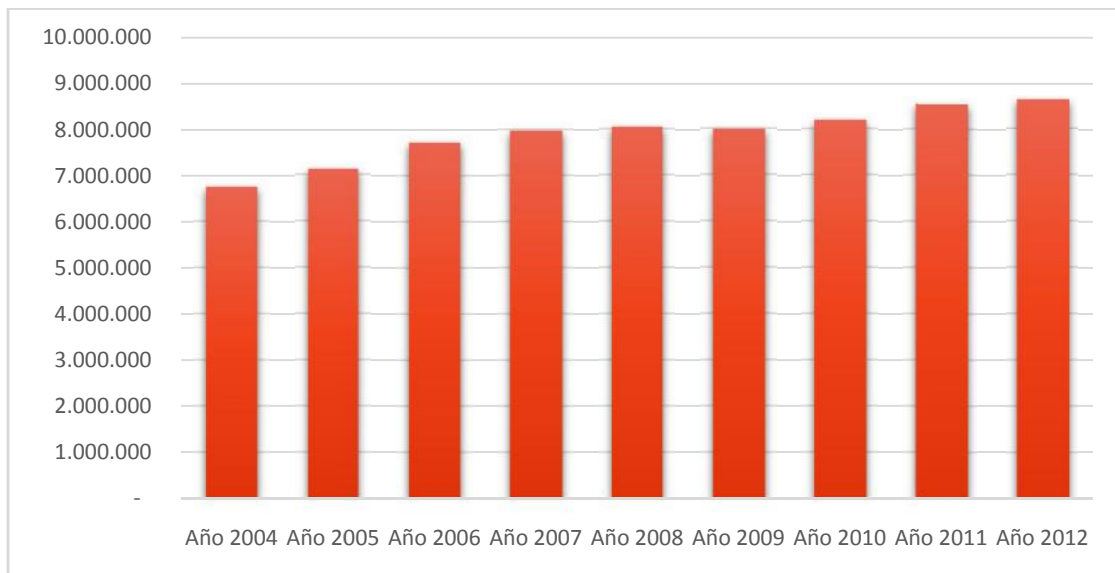
GRÁFICO 7: Arribo de turistas bimestral en el período de análisis



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por EMTur.

El Gráfico 8 presenta el total de arribos a la ciudad por año de análisis. El gráfico muestra una tendencia creciente, con un amesetamiento entre los años 2007 y 2009, seguido de un crecimiento leve hasta el año 2012, donde la cantidad de arribos supera los 8.600.000 turistas.

GRÁFICO 8: Arribo de turistas anual



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por EMTur.

EDAD

Las edades de los turistas fueron agrupadas convenientemente en cuatro grupos: hasta 18 años, entre 19 y 24 años, de 25 a 65 años y finalmente mayor de 65 años. Se realizan los correspondientes análisis teniendo en cuenta la temporada estival y la de invierno.

Realizando un análisis comparativo entre el verano y el invierno se observa que en éste último hay un mayor porcentaje de niños entre 0 y 17 años de edad, sin embargo en el caso de los jóvenes de entre 18 y 24 años parece darse el efecto contrario. Analizando el último grupo etario mencionado, se observa una merma importante del mismo entre los años 2004 y 2012, tanto en temporada de verano como de invierno.

El intervalo de mayor amplitud está dado por las personas entre 25 y 65 años y corresponde al grupo que generalmente se encuentra en la Población Económicamente Activa (PEA). Los mayores de 65 años se corresponden con el grupo poblacional que generalmente está jubilado y se observa un mayor porcentaje de turistas de este grupo etario en verano que en invierno.

TABLA 20: Edad en temporada de verano

Rango	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
0 a 17	17,7%	24,6%	25,9%	23,0%	(2)	21,5%	19,3%	21,8%	20,2%
18 a 24	20,3%	15,1%	12,9%	14,8%	(2)	9,1%	9,4%	10,7%	7,8%
25 a 65	56,6%	55,8%	56,9%	55,7%	(2)	59,4%	58,1%	58,1%	59,3%
más de 65	5,4%	4,5%	4,3%	6,5%	(2)	10,0%	13,1%	9,5%	12,7%
Total	100%	100%	100%	100%	(2)	100%	100%	100%	100%

Fuente: ⁽¹⁾ Elaboración propia en base a datos proporcionados por EMTur. ⁽²⁾ No se cuenta con datos para el verano 07-08.

TABLA 21: Edad en temporada de invierno

Rango	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
0 a 17	29,4%	34,6%	29,5%	27,4%	25,7%	40,9%	30,6%	28,8%	31,2%
18 a 24	7,6%	6,5%	10,3%	11,1%	13,0%	13,4%	6,9%	4,4%	6,1%
25 a 65	59,0%	55,8%	57,2%	57,4%	51,3%	33,3%	53,8%	57,9%	56,0%
más de 65	4,0%	3,0%	3,0%	4,2%	10,0%	12,5%	8,7%	8,9%	6,6%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

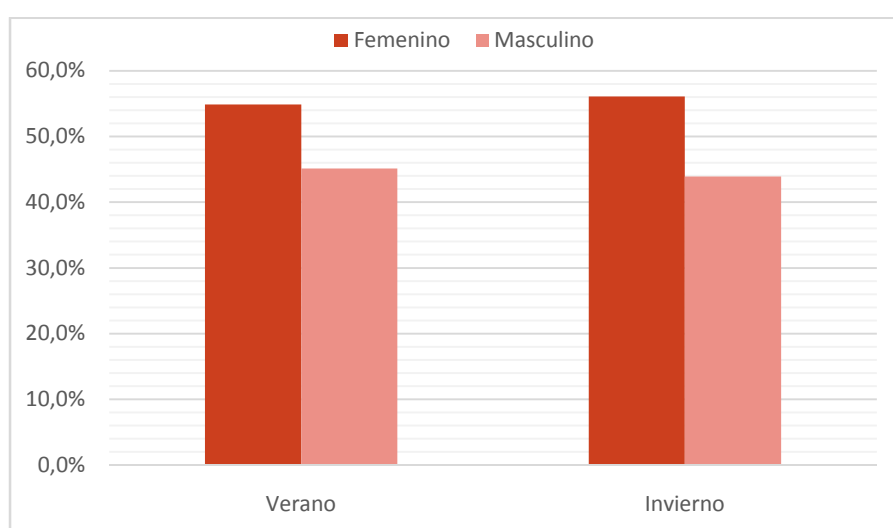
Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por EMTur.

GÉNERO

En cuanto a la distribución por géneros se observa una mayor proporción de mujeres que de hombres. En el siguiente gráfico se presenta el promedio de hombres y mujeres que visitaron la ciudad de Mar del Plata entre el año 2004 y el 2012, tanto en temporada de verano como de invierno.

En ambas temporadas (verano e invierno) se observa un porcentaje superior de mujeres que de hombres. La proporción entre géneros se mantiene aunque con una reducción casi imperceptible de hombres en temporada invernal.

GRÁFICO 9: Género



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por EMTur.

PROCEDENCIA

Para la confección de la siguiente tabla se realizó un promedio de los porcentajes de procedencia de los turistas. Al analizar dichos promedios se observa que en todos los períodos relevados la mayoría de los turistas provienen de Gran Buenos Aires o de Capital Federal. El turismo proveniente de resto del país es muy inferior, sin embargo es superior al porcentaje de turistas provenientes del exterior del país, que en general no supera el 1%.

Se observa que en el verano hay un mayor afluente de turistas provenientes del resto del país que en el resto de los períodos analizados. En cuanto a los turistas provenientes del resto de la Provincia de Buenos Aires se observan porcentajes similares en invierno y semana santa que superan al resto de los períodos examinados. La proporción de turistas estables provenientes de Gran Buenos Aires se mantiene muy similar a lo largo del año, mientras que los de Capital Federal presentan una leve reducción en el verano en comparación a los demás períodos

observados. Si bien el porcentaje de turistas extranjeros se duplica en el verano con respecto al resto del año, el valor no es representativo en función del total.

TABLA 22: Procedencia

Lugar	Verano	Semana Santa	20 de julio	Invierno	17 de agosto	12 de octubre
Capital Federal	29,3%	37,4%	40,4%	35,5%	40,1%	40,5%
Gran Buenos Aires	35,4%	37,0%	38,9%	36,6%	41,9%	38,9%
Resto de la Prov. de Bs. As.	15,7%	20,2%	16,9%	21,6%	15,5%	15,9%
Resto del país	18,1%	4,8%	3,4%	5,5%	1,8%	4,4%
Exterior	1,4%	0,7%	0,4%	0,7%	0,7%	0,6%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por EMTur.

NIVEL DE ESTUDIOS

Al analizar el nivel de estudios es necesario tener en cuenta que los datos corresponden al principal sostén del hogar y no a la totalidad del grupo encuestado. En los primeros años de análisis se observa un reducido porcentaje de turistas con estudios de posgrado, que a partir del año 2007 parece desaparecer. Durante las temporadas de verano la proporción de turistas con secundario completo o universitario incompleto es muy similar a la proporción de turistas con nivel universitario completo. Esto sin embargo no es así en temporada de invierno donde se observa un porcentaje superior de turistas con universitario completo en comparación al nivel secundario completo o universitario incompleto. Tanto en temporada de verano como de invierno se observa un porcentaje reducido de turistas sin estudios o de primario incompleto.

TABLA 23: Nivel de estudios en temporada de verano

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Universitario	57,0%	42,4%	41,9%	41,3%	⁽²⁾	44,9%	43,3%	37,9%	34,4%
Secundario	36,4%	43,4%	42,8%	42,8%	⁽²⁾	44,9%	39,2%	42,3%	47,6%
Primario	6,6%	12,9%	13,1%	13,5%	⁽²⁾	7,2%	15,6%	18,8%	17,7%
Sin estudios	0,0%	1,3%	2,2%	2,4%	⁽²⁾	3,0%	1,9%	1,0%	0,3%
Total	100%	100%	100%	100%	⁽²⁾	100%	100%	100%	100%

Fuente: ⁽¹⁾Elaboración propia en base a datos proporcionados por EMTur. ⁽²⁾No se cuenta con datos para el verano 07-08.

TABLA 24: Nivel de estudios temporada de invierno

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Universitario	58,2%	48,5%	55,3%	27,4%	54,0%	50,9%	49,9%	37,0%	48,7%
Secundario	32,9%	38,5%	39,4%	39,3%	34,4%	28,4%	39,0%	35,2%	38,4%
Primario	8,8%	11,9%	5,3%	29,3%	10,7%	17,3%	10,3%	22,9%	12,4%
Sin estudios	0,0%	1,1%	0,0%	4,0%	0,9%	3,4%	0,9%	4,9%	0,6%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por EMTur.

NIVEL SOCIOECONÓMICO

El análisis del nivel socioeconómico se realiza aplicando de la metodología elaborada por la Asociación Argentina de Marketing, la cual tiene en cuenta al principal sostén del hogar como sujeto de análisis, según calificación laboral y nivel de estudio. La tabla siguiente muestra una breve descripción de las características de ocupación y educación que incluye cada uno de los cuatro segmentos en los que se dividen los hogares (ABC1,C2,C3 y D)⁵.

TABLA 25: Nivel socioeconómico

Segmento	Ocupación Principal del PSH		Educación PSH
	Calificación	Descripción	
ABC1	Profesional	* Socio/dueño de empresas * Directivos de empresas * Profesionales * Rentistas	* Univ. completa * Postgrado
C2	Técnico Profesional	* Profesional dependiente * Profesionales independientes * Jefes en empresas * Docente universitario	* Univ. incompleta * Terciaria completa
C3	Técnico	* Empleado * Jefes de empresas chicas y medianas * Cuentapropista ocupado pleno * Docente primario/secundario ocupado pleno * Jubilados/pensionados c/educación terciaria completa	* Secundaria completa * Univ. Y terciaria incompleta
D	Sin calificación	* Empleado * Cuentapropista no calificado * Jubilados/pensionados	* Secundaria incompleta * Primaria completa e incompleta

Fuente: tabla extraída de los Estudios de Demanda provistos por el EMTur.

⁵ Hasta el año 2006 los niveles se presentan de forma sencilla en alto (1 y 2), medio (alto y típico), bajo (superior e inferior) y marginal, pero no incluían conceptos como el nivel educativo.

Debido al cambio en las metodologías empleadas, se realiza el análisis socioeconómico desde las vacaciones de invierno del 2007. En el verano 2007-2008 no se realizó la encuesta en la playa que es donde se preguntan muchas de las cuestiones socio-demográficas, por lo que no se cuenta con datos para dicho período. De esta manera, la tabla siguiente muestra, de manera porcentual, la segmentación de los turistas por nivel socio-demográfico entre la temporada del 2008-2009 y la del 2011-2012. Entre dicho período no se observan grandes variaciones en los segmentos socioeconómicos de los turistas del Partido de General Pueyrredon.

TABLA 26: Nivel socioeconómico en temporada de verano

	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
Nivel ABC1	22,00%	20,39%	20,02%	19,35%
Nivel C2	28,80%	29,56%	27,35%	33,33%
Nivel C3	35,50%	35,12%	35,01%	32,92%
Nivel D	13,70%	14,93%	17,61%	14,40%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por EMTur.

Realizando un análisis similar en las temporadas invernales de 2007 a 2012, se observa un comportamiento similar al de verano. Sin embargo, se destaca que el verano presenta una mayor proporción de técnicos del Nivel C3, mientras que en invierno son mayoritariamente técnicos profesionales pertenecientes al Nivel C2. En ambos casos, verano e invierno, se observa que la menor proporción de turistas pertenece al Nivel D, es decir a aquellas personas sin calificación.

TABLA 27: Nivel socioeconómico en temporada de invierno

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nivel ABC1	22,06%	21,40%	24,62%	20,53%	12,72%	16,82%
Nivel C2	31,5%	36,5%	34,7%	35,5%	35,5%	33,0%
Nivel C3	32,6%	27,0%	28,6%	32,3%	29,0%	35,2%
Nivel D	24,0%	15,2%	12,2%	11,7%	22,8%	15,0%
Total	110%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: ⁽¹⁾ Elaboración propia en base a datos proporcionados por EMTur. ⁽²⁾ No se cuenta con datos para el verano 07-08.

A continuación se presenta el cruce de información de la variable monetaria distribución del gasto turístico con la variable no monetaria nivel socioeconómico, en la temporada estival del año 2012.

TABLA 28: Distribución del gasto por Nivel Socioeconómico

Actividades	Global	ABC1	C2	C3	D
Alojamiento	18,44%	18,66%	17,32%	20,10%	21,17%
Transporte	15,45%	17,18%	13,89%	18,04%	16,47%
Comidas	17,46%	19,98%	17,09%	18,09%	16,59%
Indumentaria	16,53%	12,12%	18,75%	18,22%	12,10%
Recreación	10,12%	5,92%	11,53%	6,70%	5,52%
Supermercado	8,84%	13,14%	9,57%	7,58%	11,27%
Otros gastos	6,56%	6,91%	5,74%	4,91%	11,19%
Compras y regalos	4,90%	4,84%	4,31%	4,70%	5,13%
Unidades de sombra	1,69%	1,26%	1,79%	1,66%	0,58%

Fuente: EMTur

Lo más relevante que surge de la tabla anterior es que quienes más dinero gastan en alojamiento parecerían ser los de las clases más bajas. Esto podría deberse a que en general, muchas de los turistas de las clases altas tienen sus propios departamentos, lo que implica un ahorro en este rubro. Por otro lado, quienes más gastan en gastronomía son los estratos socioeconómicos ABC1, que representan a los profesionales. Los técnicos profesionales, representados por la categoría C2, parecen darle mayor importancia al gasto en recreación que el resto de los estratos socioeconómicos. Esto se justificaría fácilmente al compararlo con la categoría D, quienes en general cuidan más el nivel de gasto, pero resulta llamativo que el estrato más alto ABC1 también presenta un porcentaje muy inferior a C2. Finalmente, en cuanto al gasto en supermercado, resulta llamativo que quienes más gastan en este rubro sean los turistas del estrato ABC1, siendo que como son los que más gastan en gastronomía, se esperaría que el consumo en supermercado se vería reducido y que el mayor porcentaje se presentaría en el estrato D.

V. CONCLUSIONES

La actividad turística es indudablemente compleja, ya que está integrada por diversas actividades económicas. Aunque es una práctica que se realiza desde hace siglos, este fenómeno no se conocía como tal y no había despertado el interés económico y social que despertó en épocas recientes. Tal vez esa falta de interés se debía a que se desconocían los impactos reales en las economías de los diferentes países. En el pasado, la descripción del turismo se basaba principalmente en las características de los visitantes, el motivo de su visita y las condiciones en que los mismos llevaban a cabo sus viajes y estancias. Hoy el concepto ha cambiado, siendo ahora mucho más amplio e incluyendo conceptos directos e indirectos sobre una economía en términos de la creación de valor agregado, empleo y renta personal.

La Argentina es un país con una gran potencialidad turística debido a la gran variedad de climas, actividades, costumbres y paisajes. En las últimas décadas se ha producido un desarrollo importante de la actividad turística que obedece, entre otros elementos a dos factores principales. En primer lugar, al acceso a las vacaciones y al esparcimiento de un número creciente de personas. Por otro lado, a los progresos en transporte y comunicaciones indujeron a un abaratamiento de los costes y a la reducción en los tiempos de viaje.

Mar del Plata es uno de los principales destinos turísticos de verano y, debido a la importancia del turismo en el Partido de General Pueyrredon es que se realizan Estudios de Demanda desde hace ya muchos años a través del Ente Municipal de Turismo, lo que permite obtener información para el análisis y la toma de decisiones a corto y largo plazo. Mediante dichos estudios se obtienen los indicadores relacionados con la demanda y la oferta turística, el análisis de la distribución del gasto turístico en las distintas actividades y la evolución en el perfil socio-demográfico del turista que vacaciona en Mar del Plata.

En la presente investigación se han realizado estimaciones acerca de la demanda y oferta turísticas mediante la aplicación de dos metodologías, por un lado la propuesta por la CAT y por el otro, una propia. La obtención de datos confiables es difícil en cualquier ámbito en que se trabaje, pero lo es aún más en la actividad turística, por las características que posee como actividad económica. Es por eso que la instrumentación de la CST es una tarea sumamente compleja, que requiere del esfuerzo y compromiso de todos los actores implicados, pero que será fundamental para realizar estimaciones con un mayor grado de confianza.

Debido a que el EMTur publica los Estudios de Demanda pero no las bases de las encuestas realizadas, algunos cruces de información y estimaciones econométricas que hubiesen

resultado de interés no se han podido realizar. A pesar de ello, se han obtenido interesantes resultados de los datos con los que se cuenta, permitiendo cumplir con los objetivos planteados para la investigación así como dar respuesta a las hipótesis de la misma.

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

El **objetivo general** de estimar y analizar la evolución del gasto turístico en Mar del Plata en el período de 2004 a 2012, se ha logrado. Mediante la utilización de los datos provenientes de los Estudios de Demanda y de las estimaciones del Producto Bruto Geográfico se llega a estimar que la demanda turística asciende a \$ 1.688 millones de pesos en 2004 y a \$8.214 millones de pesos en 2012 a pesos corrientes o \$ 2.214 a pesos constantes del 2004.

Como se postuló en apartados anteriores, no sería desacertado afirmar que las actividades económicas directa e indirectamente relacionadas con el turismo generaron, en el Partido de General Pueyrredon unos 1.689 millones de pesos en el año 2004 y teniendo en cuenta que el PBG del 2004 asciende a 6.037 millones de pesos. De esta manera se demuestra la importancia de la actividad turística, la que representa el 28% del PBG en 2004 y el 34,7% en 2012.

En cuanto a los **objetivos particulares**, se concluye que el efecto del gasto turístico en los sectores de actividad directa e indirectamente relacionados al mismo es de gran importancia, ya que además de los sectores tradicionalmente ligados al turismo como el alojamiento o el transporte, también se produce un cambio en sectores indirectamente relacionados al mismo como las actividades financieras y comerciales.

El objetivo de la comparación de la conducta del turista a lo largo del período en términos de la estructura y composición del gasto, se ha satisfecho por dos caminos. Por un lado se analiza la demanda del turista en temporada estival por tipo de actividad y por el otro, se realizan dos cruces de información correspondientes a la distribución del gasto por procedencia y por nivel socioeconómico. Lo último contribuye además a cumplir con el último objetivo propuesto de analizar el perfil del turista en el período 2004-2012 y su posible cambio socio-demográfico.

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

La **primera hipótesis** planteaba que: la estimación y el análisis de la cuantía y de la composición del gasto turístico en Mar del Plata genera información suficiente para evaluar la importancia del “turismo” en la economía del Partido de General Pueyrredon.

Se ha demostrado que el análisis por el lado de la demanda ofrece la posibilidad de cuantificar el aporte de la actividad turística a la economía del Partido de General Pueyrredon. Para ello, la estimación del gasto turístico juega un rol fundamental ya que es la pieza clave a partir de la cual se pueden desarrollar análisis de todo tipo, incluso para realizar una estimación de la oferta turística.

Se ha intentado aplicar el método de los coeficientes fijos propuesto por la Cámara Argentina de Turismo, obteniendo resultados interesantes pero poco significativos en la estimación de la oferta turística. Hay que tener en cuenta que en las estimaciones realizadas por la Cámara Argentina de Turismo, las mismas son desarrolladas para la economía nacional, con lo cual podrían surgir distorsiones a la hora de aplicar los coeficientes a la economía provincial o municipal. Una posible manera de obtener un resultado más cercano a la realidad en cuanto a la estimación de la oferta turística sería utilizando una Matriz Insumo Producto, pero no se cuenta con la misma a nivel municipal. No obstante, mediante la estimación de la demanda turística a partir de los datos recabados por el Ente Municipal de Turismo, se ha logrado una interesante aproximación a la magnitud tanto de demanda como de oferta turística.

Por lo tanto, **la primera hipótesis se acepta**. Sin embargo, cuando se logre aplicar la metodología propuesta por la Organización Mundial del Turismo para elaborar la Cuenta Satélite de Turismo, se tendrá mayor información acerca de la participación de la actividad turística en la economía. Cuando ello suceda, se podrán cotejar los resultados presentados en el presente informe con la información obtenida a través de la Cuenta Satélite de Turismo.

En cuanto a la **segunda hipótesis**, se postulaba que: **el gasto turístico ha evolucionado positivamente en el período analizado**.

Efectivamente, el gasto turístico ha mostrado un importante crecimiento en el Partido de General Pueyrredon en el período 2004-2012. Dicho comportamiento se observa al analizar la evolución del gasto turístico tanto a pesos corrientes como a pesos constantes del 2004.

Resulta de interés destacar que el gasto turístico no sólo ha evolucionado en la temporada estival, sino que se observa un aumento del mismo en los distintos períodos del año. Este comportamiento podría ser producto de la importancia que a han tomado los fines de semana largos. De esta manera, podría verificarse que **la segunda hipótesis también se acepta**.

Finalmente la **tercera hipótesis** instaba que: **se ha producido un cambio significativo en el perfil socio-demográfico del turista que vacaciona en la ciudad de Mar del Plata**.

Esta ciudad se caracteriza por ser receptora, fundamentalmente, del turismo interno y, en general, el perfil del turista ha cambiado poco en el período analizado. En cuanto al género, sigue habiendo preponderancia femenina. Se observa aumento del turismo en familia y reducción del mismo con parientes, lo que podría explicar el aumento de turistas menores de 18 años y una reducción del turismo joven. Además toma importancia el turismo de parejas sin hijos y de adultos mayores.

Donde se ha producido un cambio interesante es en la procedencia. Si bien antes en verano había un mayor número de turistas de Capital Federal, en la temporada de 2011-2012 se observó que la mayoría provenía de Gran Buenos Aires. Sin embargo, en los fines de semana largos se observa un importante aumento de turistas procedentes de Capital Federal.

En cuanto al nivel de estudios, se ha reducido la proporción de turistas con estudios universitarios completos, aumentando el número de turistas con secundario completo y con nivel primario completo (sin secundario). A la vez se observa un cambio en el nivel socioeconómico con un aumento de C2 (técnicos profesionales) en verano y preponderancia de C3(técnicos) en invierno.

Debido a lo anterior se podría afirmar que **la tercera hipótesis no se acepta**, debido a que si bien se han producido cambios en el perfil socio-demográfico de los turistas, resultan poco significativos.

Nuestro país puede hacer del turismo una herramienta para el desarrollo económico debido a que ha sido prodigado con inmensidad de recursos naturales, lo cual es una condición importante, pero no suficiente para lograr el desenvolvimiento económico. Además, la Argentina tiene el potencial turístico suficiente para hacer que esta actividad se transforme en dinamizadora de la economía local. Las condiciones para explotar la potencialidad turística tanto de Mar del Plata como del resto de la Argentina, están dadas. Es necesario entonces introducirse en el mundo del turismo para conocer sus particularidades e importancia económica como herramientas para fomentar la participación pública y privada en una estrategia de crecimiento del sector turístico.

VI. BIBLIOGRAFÍA

Atucha, A. J., Lacaze, M. V., Errazti, E., Labrunée, M. E., López, M. T., & Volpato, G. (2012). *La estructura productiva del Partido de General Pueyrredon*. Mar del Plata.

Busquets, J. J., & O'Connor, E. A. (2006). *Importancia de la Industria de Viajes y Turismo como Actividad Económica*. Buenos Aires: CAT.

Calvino, M. d. (1999). La calidad en la ocupación hotelera de turistas procedentes de Capital Federal y Gran Buenos Aires en las distintas temporadas en Mar del Plata. Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.

Cañada Martínez, A. (2003). Una nota sobre los elementos de oferta en una Cuenta Satélite del Turismo. *INE, Boletín trimestral de coyuntura (BTC)*, 20. Recuperado el Abril de 2014, de <http://www.ine.es/daco/daco42/daco4214/cbtc42.pdf>

Ente Municipal de Turismo (EMTur). (2003-2013). *Estudio de Demanda*. Mar del Plata.

Gajardo, R. (2003). (Tesis de Grado). *Turismo, empresas y empleo. Una aproximación desde la Cuenta Satélite de Turismo*. Esquel, Chubut, Argentina.

Guerreiro Bremón, S. (1999). Estadísticas sobre gasto turístico. *Estudios Turísticos Nº 141*, 9-18.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1991). *Metodología de la Investigación*. México, México: McGRAW-HILL.

INDEC. (2006). *¿Qué es el Turismo?* Buenos Aires. Recuperado el 1 de Noviembre de 2013, de <http://www.indec.mecon.ar/>

Lamfre, L. (Julio de 2013). Contribución de la Actividad Económica de Viajes y Turismo en la Economía de la Provincia de Neuquén. Neuquén, Argentina.

Laveglia, F. H. (2012). *Contribuciones para la formulación de un Sistema de Cuentas Regionales*.

Mochón, F., & Becker, V. A. (2006). *Economía Principios y aplicaciones*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Mc Graw Hill.

Municipio de General Pueyrredon. (s.f.). Recuperado el 4 de Octubre de 2013, de <http://www.mardelplata.gob.ar/MardelPlata>

Naciones Unidas, Organización Mundial del Turismo. (2010). *Cuenta satélite de turismo: recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*. Luxemburgo/Madrid/Nueva York/París.

Naciones Unidas, Organización Mundial del Turismo. (2010). *Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo, 2008*. Madrid/Nueva York.

Pietroboni, M. C. (2005). (Monografía de graduación). *Flujos turísticos en la República Argentina*. Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.

Sastre Albertí, A. (1996). El cálculo del gasto turístico: El caso de Baleares. *Estudios Turísticos N° 131*, 69-79.

Sturzenegger, A., Porto, N., Bazán, F., & Jaume, D. (2008). *La importancia de la actividad económica de turismo y viajes en Argentina*. Camara Argentina de Turismo (CAT).

Varisco, C. (mayo/agosto de 2005). ¿Qué es una cuenta satélite de turismo? *FACES(23)*, 67-86.

Wierny, M., Atucha, A. J., Errazti, E., López, M. T., Volpato, G., Governatori, V., & Lacaze, M. V. (2012). *Producto Bruto Geografico del Partido de General Pueyrredon - Año base 2004*. Mar del Plata: Pincú impresiones.

VII. APÉNDICE

TABLAS PARA LA ELABORACIÓN DEL GIRO ESTIMADO DE DINERO BIMESTRAL

TABLA 29: Estadía promedio bimestral período 2004-2012

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1er bimestre	7,5	7,3	7,1	7,0	6,8	6,0	6,3	6,4	6,0
2do bimestre	3,9	3,2	3,3	3,8	3,0	2,8	2,6	2,9	2,6
3er bimestre	1,5	1,4	1,7	1,4	1,4	1,7	1,7	1,4	1,6
4to bimestre	2,0	1,9	1,9	1,7	1,6	1,5	1,8	1,7	1,8
5to bimestre	1,6	1,9	2,1	1,9	1,6	1,7	1,9	1,9	1,7
6to bimestre	3,3	3,3	3,2	3,0	2,6	2,6	2,6	2,7	2,7
PROMEDIO	3,3	3,2	3,2	3,1	2,8	2,7	2,8	2,8	2,7

Fuente: Emitir.

TABLA 30: Gasto promedio bimestral período 2004-2012 a pesos corrientes

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1er bimestre	50,62	62,04	69,79	85,23	97,26	114,11	137,31	170,67	226,16
2do bimestre	62,14	69,56	79,79	89,78	118,18	142,44	183,99	233,36	288,57
3er bimestre	78,34	84,98	95,43	123,06	148,79	176,82	219,83	285,39	375,67
4to bimestre	70,40	77,63	87,26	111,73	153,41	171,68	225,55	298,63	372,12
5to bimestre	78,43	86,56	95,84	113,52	156,27	182,87	249,36	316,45	388,69
6to bimestre	73,25	73,84	84,50	114,76	147,06	167,85	216,29	285,09	381,57
PROMEDIO	68,86	75,77	85,43	106,35	136,83	159,29	205,39	264,93	338,79

Fuente: EMTur.

TABLA 31: Gasto bimestral período 2004-2012 a pesos constantes (año base 2004)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1er bimestre	50,62	56,59	57,40	60,26	56,03	57,31	55,48	56,17	60,97
2do bimestre	62,14	63,45	65,62	63,48	68,09	71,54	74,34	76,81	77,79
3er bimestre	78,34	77,50	78,48	87,01	85,73	88,80	88,82	93,93	101,27
4to bimestre	70,40	70,81	71,77	79,00	88,38	86,22	91,14	98,29	100,32
5to bimestre	78,43	78,95	78,82	80,26	90,03	91,84	100,76	104,15	104,78
6to bimestre	73,25	67,34	69,49	81,14	84,73	84,30	87,40	93,83	102,87
PROMEDIO	68,86	69,11	70,26	75,19	78,83	80,00	82,99	87,20	91,33

Fuente: Elaboración propia en base a datos del EMTur.

RELACIÓN ENTRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO

En el análisis de esta variable se realizó una estimación anual promedio de los porcentajes en función de la relación entre los integrantes del grupo. En general se trata de familiares que deciden vacacionar en conjunto. Las tablas que se presentan a continuación muestran los datos de la temporada de verano 2003-2004 a la 2012-2013 y la de invierno de 2004 a 2013.

TABLA 32: Relación entre los integrantes del grupo

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Familia	65,8%	66,5%	62,8%	55,7%	60,4%	64,6%	67,6%	63,4%	70,2%
Parientes	8,0%	5,0%	8,1%	4,3%	1,7%	0,7%	2,9%	3,1%	3,2%
Matrimonios sin hijos	15,6%	13,4%	11,9%	11,6%	15,7%	19,7%	18,3%	18,3%	17,8%
Amigos	6,5%	8,9%	11,9%	18,4%	10,6%	8,4%	7,9%	10,5%	5,8%
Solo	2,7%	2,2%	1,6%	4,8%	8,7%	3,6%	2,5%	2,6%	1,9%
Novios	1,5%	4,0%	3,3%	5,1%	2,9%	3,0%	0,8%	2,2%	1,1%
Ns./Nc.	0,0%	0,0%	0,6%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por EMTur.

Se observa que en invierno acude más gente sola a la ciudad y, por lo general, se reduce la proporción de novios que deciden viajar a la ciudad. La proporción de amigos es superior en el verano. En cuanto al turismo entre parientes se observa una caída importante en los últimos años en comparación con los primeros en temporada de verano, sin embargo en el invierno las proporciones parecen ser más estables.