

# SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN LA ARGENTINA

*Marta Sammarchi\**

Universidad del Salvador. Buenos Aires. Argentina

BIBLID [1139-7861 (2001); 8; 129-144]

## RESUMEN

El turismo, fenómeno esencialmente geográfico corresponde tal vez a una de las expresiones más acabadas de la sociedad de consumo. Es por eso que la Geografía del Turismo recobra hoy mayor vigor ya que ella se encarga del estudio del espacio donde se distingue un espacio emisor, un espacio receptor y el espacio de tránsito. Por sus componentes territoriales y ambientales, el aporte desde la Geografía contribuye, sin duda en forma fructífera para comprender las actividades del tiempo libre, del ocio y el turismo. En este artículo se analiza el incremento del Turismo receptivo e interno en la Argentina, como así también la oferta hotelera, el número de plazas y los recursos humanos empleados en esta actividad como así también el nivel de educación alcanzados por ellos pues el turismo en la Argentina ha representado un aumento en el período 1990-98 de un 116,8%.

**Palabras claves:** Argentina, turismo receptivo, turismo interno, oferta hotelera, plazas hoteleras, centros receptores de turismo, recursos humanos.

## SUMMARY

The tourism, geographic phenomenon corresponds more perhaps to one of the finished expressions of the present society. The Geography of the Tourism recovers greater vigor today since it is in charge of the study space where an emitting space is distinguished, a receiving space and a space of transit. By its territorial and environmental components, the contribution from Geography contributes, without a doubt in fruitful form to include/understand the activities of the free time, the leisure and the tourism. In this paper analyzes the increase of the receptive and internal Tourism in Argentina, like also the hotel supply, the human resources used in this activity like also the level of education reached about them, because the tourism in Argentina has represented an increase in period 1990-98 of 116.8%.

**Key words:** Argentina, receptive tourisms, internal tourism, hotel supply, receiving centers of tourism, human resources.

Fecha de recepción: 2 de mayo de 2001. Fecha de aceptación: 10 de septiembre de 2001.

\* Instituto del Medio Ambiente de la Universidad del Salvador. Rodríguez Peña, 764. BUENOS AIRES (Argentina). E-mail: sanmarch@gov.ar

## INTRODUCCIÓN

La fluidez de bienes y personas es el reflejo de mecanismos socioeconómicos generados por la globalización creciente de los fenómenos de intercambio a escala mundial. Este «sistema-mundo» que se ha basado en la introducción de las tecnologías de punta en los ámbitos más diversos, ha provocado una profunda transformación de las relaciones de intercambio, ha reforzado considerablemente el control de los mercados por parte de los países desarrollados y ha acentuado las diferencias con los países menos desarrollados.

Paralelamente a la movilidad de los intercambios comerciales, el tiempo de ocio ha otorgado al turismo un papel de primer orden en el desplazamiento de las personas, hasta tal punto que el sector recreativo se ha convertido en un agente de pleno derecho del desarrollo económico.

La terciarización cada vez más acusadas de las actividades productivas en los países desarrollados desde el decenio de los 80 ha acelerado la movilidad de los bienes y de las personas.

El turismo, fenómeno esencialmente geográfico corresponde tal vez a una de las expresiones más acabadas de la sociedad de consumo. Considerado durante largo tiempo como «fenómeno marginal» asume progresivamente una dimensión nada prevista y que se refleja en la mayoría de los diversos dominios. Es por eso que la geografía del Turismo recobra hoy mayor vigor ya que ella se encarga del estudio del espacio donde se distinguen un espacio emisor (centro emisor), un espacio receptor (centro receptor) y el espacio de tránsito (canal de comunicación entre ambos). A todos ellos, que son percibidos y vividos por el turista los analiza, interrelacionando los diferentes fenómenos físicos, humanos, económicos, culturales, etc. Como asimismo, rescatando y valorizando todos aquellos elementos, fenómenos y /o recursos que muestran un interés real o potencial para la «industria sin chimeneas».

Se debe agregar que por sus componentes territoriales y ambientales, el aporte desde la geografía contribuye, sin duda en forma fructífera, para comprender las actividades del tiempo libre, del ocio y el turismo.

Esto es así, pues los aspectos fundamentales de esta actividad se explican y están condicionados por razones territoriales, temas estos estrechamente vinculados a la geografía como: la disposición de los recursos turísticos, la transformación espacial producto de la planta turística (equipamiento e instalación); el lugar geográfico como destino, como oferta y producto consumido por la demanda y el impacto en el medio ambiente y la cultura local.

La producción científica dedicada al estudio de la actividad turística ha ido creciendo en cantidad como en calidad durante los últimos veinte años. Los estudios geográficos dedicados al turismo se han desarrollado con gran rapidez, ocupando espacios cada vez mayores en la producción académica en países europeos en especial España, Francia, Alemania y en América del Norte: Canadá y Estados Unidos.

La ocupación turística tiene un efecto multiplicador muy importante sobre otras actividades comerciales, de servicios o industriales ya que induce al consumo de bienes y servicios fuera de la propia operación turística, provocando, por lo tanto, la entrada de ingresos y el desarrollo de la ocupación.

Por lo tanto, el objetivo de este trabajo es realizar un diagnóstico actual del turismo en la Argentina y detectar las fortalezas y debilidades que este sector en crecimiento tiene, pues ha representado un aumento en el período 1990-98 de un 116.8%.

## 1. EL CONCEPTO DE TURISMO

El origen del vocablo turismo parece relacionarse en la expresión inglesa «the tour» que se usara en Francia como «le tour» y que designaba a fines del siglo XVIII y a principio del siglo XIX los viajes de ida y vuelta que los jóvenes aristócratas británicos realizaban a Francia, a Italia, a Grecia como un intento de completar su educación.

Para las Naciones Unidas (1937) **«un turista es toda persona que viaja para su diversión, se aleja más de 24 horas y menos de un año de su domicilio».**

Schwik define turismo como **«un movimiento de personas que abandonan temporariamente o localmente su residencia permanente por cualquier motivo psíquico; físico o profesional».**

Para Morgenthau el turismo es considerado como **«un tráfico de personas que se alejan por un determinado tiempo de su lugar de residencia fijo por otro, con un objetivo de satisfacer sus necesidades personales apareciendo únicamente como consumidor de bienes económicos y culturales».**

Río afirma que hacer turismo es **«un sinónimo de descanso»**, es el hecho de la utilización del hombre de los atractivos de la naturaleza para su placer y recreación.

Para Joffre Dumazechier el ocio es **«una necesidad del ser humano»**. «La necesidad del descanso crece con el urbanismo y con la industrialización».

El mismo autor señala que el ocio presenta tres funciones básicas, siendo dos ellas las que están más ligadas al turismo y son: la función de descanso, la función de diversión, recreación y entretenimiento y la función de desarrollo.

Según Ethel de Medeiros, la recreación constituye una forma universal de aprovechar el ocio. Lo que realmente caracteriza a ella es la libertad que tiene un individuo en aprovechar sus horas libres con actividades que le agradan disponer.

Krupp destaca que el turismo es **«una actividad humana caracterizada por el abandono temporario y provisorio de su propio domicilio, dedicado al descanso, a la recreación y al mismo conocimiento de otras áreas (recursos naturales y/o culturales) o su reencuentro con lugares ya conocidos».**

Muñoz de Escalona define al turismo como **«todo desplazamiento de ida y vuelta cualquiera sea la motivación, la distancia recorrida y la duración temporal»**. La aspiración al desarrollo y la práctica del turismo son de la misma época, dice este autor, siendo el segundo una consecuencia indisoluble del primero. Así lo demuestra los habitantes de los países más ricos y desarrollados, ya que son los primeros en practicar esta actividad, Por el desarrollo se llega al turismo.

De La Torre Padilla define al turismo como un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

El turista es un sujeto que se desplaza voluntariamente, que lo hace motivado por algo, que genera consecuencias con su desplazamiento y que debe excluir de plano ciertas posibilidades como la de la inmigración.

## 2. EVOLUCIÓN DEL FENÓMENO TURÍSTICO MUNDIAL

Es un hecho que el hombre se ha dedicado al turismo desde la antigüedad. Los ejemplos que llegan de viajes realizados con intención de ocio y de mudanzas temporarias de la residencia habitual muestran que algunos griegos, algunos romanos procuraban una parte del año una fuga a su cotidianidad.

En los siglos XVII y XVIII las ciudades como Roma, Avignon, Sevilla o Innsbruck constituyen los principales centros que la burguesía, los artistas y los intelectuales elegían para sus preocupaciones educativas. Es más tarde, que los viajes comienzan a adquirir una función lúdica.

A mediados del siglo XVIII, hay un reencuentro con las actividades turísticas condicionadas por la naturaleza. Chamonix en Francia, Bad Gastein en Austria entran en una importante fase de desarrollo asociado al termalismo y a los deportes de invierno.

A partir de finales del siglo XVIII e inicio del siglo XIX nuevos espacios aparecen como el litoral mediterráneo. La rivera franco-italiana se transforma en un espacio turístico invernal de la burguesía y la aristocracia.

La mudanza que al final del siglo pasado se opera relativamente en los baños de mar va ser decisiva para que el litoral pase a ser principal punto de llegada de los flujos turísticos. Los efectos terapéuticos de las aguas saladas son largamente difundidos y las ventajas de un clima homotérmico se va progresivamente perdiendo a favor de disfrutar a plena la « estación caliente». Las costas de Florida, California, de Cuba, las de México comenzaron a ser visitadas por los norteamericanos desde fines del siglo XIX.

En Europa, el proceso fue más lento y los primeros pasos se iniciaron en el siglo XX. Es a partir del final de la Primera Guerra Mundial que los espacios litorales comienzan a crecer a un ritmo que no paran de aumentar.

Pero es a partir de la Segunda Guerra Mundial donde comienza el verdadero fenómeno turístico, y principalmente su producción masiva comienza recién en el decenio de los 50, desde que la posguerra trajo consigo un desarrollo casi vertiginoso de la movilidad de bienes y personas.

El turismo fue impulsado por el fenómeno de las vacaciones pagadas y la legislación social afín y en los círculos acomodados fue potenciado por el aumento relativamente rápido de los recursos en la época de los «gloriosos 30». El movimiento turístico, con un componente terciario dominante, se enriqueció rápidamente gracias a los numerosos servicios afines.

Una vez transformado en un sector económico complejo, gracias a la gestión informática de las reservas, las estancias, los desplazamientos y los procesos publicitarios, se dotó muy rápidamente, teniendo en cuenta la coyuntura de instrumentos de diversificación estacional y clientilista, de especulación de tierras e inmobiliarias, de políticas y estrategias patrimoniales; de prácticas sistemáticas y refinadas de búsqueda de emplazamiento turístico. En poco tiempo, esta apertura terciaria en apoyo sobre el diseño de una industria

turística lucrativa y de diversas facetas de bienes materiales turísticos acabaron por constituir redes de alto rendimiento, conectadas directamente con otras ramas de la economía. El sector terciario y la industria del turismo y, más tarde, del esparcimiento, en todo el sentido de la palabra se insertaron, estrechamente en la organización económica mundial, y reflejaron una internacionalización del trabajo. Esta tendencia fue sostenida a pesar de la crisis económica mundial, el turismo continuo siendo un sector en expansión durante casi quince años.

Asimismo, la separación cada vez mayor entre tiempo de trabajo y tiempo libre y simultáneamente la institucionalización de semanas pagas hacen que un número mayor de individuos viajan unido a una mayoría generalizado en los medios de transporte y la disminución relativa de costos constituyen factores de importancia decisiva en la expansión del turismo.

La creciente industrialización asociado a índices de urbanización cada vez más altos han generado una degradación progresiva de calidad de vida en los grandes centros urbanos provocando en las poblaciones, nuevas necesidades en relación a la ocupación de su tiempo libre.

Por otro lado, el aumento generalizado de la esperanza de vida asociado a la institucionalización de la seguridad social permiten que cada vez más un número mayor de personas mayores viajen, hecho particularmente importante que permite en parte asegurar en épocas bajas el funcionamiento de establecimientos turísticos.

### **3. EVOLUCIÓN DEL FENÓMENO TURÍSTICO EN AMÉRICA**

Sin perjuicio de los riesgos que supone la necesidad de efectuar generalizaciones a lo largo del presente artículo puede establecerse una secuencia temporal del desarrollo turístico en América. Con este propósito pueden delimitarse tres períodos a saber: 1) etapa inicial y utópica, 2) la fase de instalación de una actividad empresarial significativa y especializada y 3) el momento de consolidación y desarrollo que corresponde a los tiempos actuales. Las etapas descritas se suceden, aproximada y respectivamente, la primera en un período que finaliza en la mitad de los años 60, en los siguientes veinte años para la segunda y desde entonces y hasta la actualidad para la última.

### **4. EL TURISMO RECEPTIVO EN LA ARGENTINA**

Según la Secretaría de Programación Económica y Regional dependiente del Ministerio de Economía entre 1990 y 1998, el turismo receptivo en la Argentina creció en un 54%.

En 1990, se registraron 2.160.832 individuos en calidad de turistas, en cuanto a 1998 el total en cifras se incrementó a 4.686.603 que representa un aumento del 116,8%. En su mayoría estos turistas provenían de Uruguay, Chile y Brasil que representaban un 68,4%. También en el cuadro se puede observar que el resto arribaban de países no limítrofes.

**Cuadro 1**  
**TURISTAS LLEGADOS A LA ARGENTINA ENTRE 1990 Y 1998**

<b>País de origen</b>	<b>1990</b>	<b>1994</b>	<b>1998</b>
<b>Brasil</b>	285.141	512.222	732.396
<b>Chile</b>	44.944	579.902	727.478
<b>Paraguay</b>	240.969	316.394	380.218
<b>Uruguay</b>	978.267	1.260.017	1.377.288
<b>USA</b>	110.050	230.936	386.861
<b>Resto de América</b>	134.100	161.392	254.824
<b>Europa</b>	260.848	480.218	591.834
<b>Resto del mundo</b>	106.513	158.120	235.704

Fuente: Elaboración propia en base a información del INDEC. Anuarios Estadísticos 1994-1998.

**Cuadro 2:**  
**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE TURISTAS LLEGADOS**  
**A LA ARGENTINA ENTRE 1990 Y 1998**

<b>País de origen</b>	<b>1990</b>	<b>1998</b>
<b>Brasil</b>	13.2	15.6
<b>Chile</b>	2.1	15.5
<b>Paraguay</b>	11.2	8.1
<b>Uruguay</b>	45.3	29.4
<b>USA</b>	5.1	8.2
<b>Resto de América</b>	6.2	5.4
<b>Europa</b>	12.1	12.6
<b>Resto del mundo</b>	4.8	5.2

Fuente: Elaboración propia en base a información del INDEC. Anuarios Estadísticos 1994-1998.

Como se puede observar en este cuadro los turistas uruguayos representaban en 1990 el 45,3%, en segundo término aparecían los brasileños con el 13,2% y en último término eran los chilenos. Ahora bien, para 1998 si bien hubo una baja dentro de los turistas uruguayos en cuanto a su distribución porcentual dentro del total de los turistas (29,4%), aumentaron los provenientes de Brasil, y Chile (15,6 y 15,5% respectivamente). Para el caso de los europeos que visitaban el país el comportamiento porcentual entre los dos años considerados la tendencia se mantuvo estable (12,1 y 12,6 % respectivamente).

En cuanto a la estancia de los turistas extranjeros en el país varía según su procedencia, así los que arribaban de los países limítrofes permanecían cinco días, que era la más breve, los norteamericanos diez días y la de otra parte del mundo doce días.

Una característica importante de este turismo receptivo, que lo diferencia del de origen interno, es su poca estacionalidad o sea que las llegadas se producen de manera más o menos uniforme en los distintos meses del año.

**Cuadro 3**  
**REPÚBLICA ARGENTINA. NÚMERO DE VIAJEROS POR MOTIVOS Y**  
**PROCEDENCIA**

<b>País</b>	<b>Por negocio</b>	<b>Otros motivos</b>
<b>Bolivia</b>	5.936	139.232
<b>Brasil</b>	127.913	338.197
<b>Chile</b>	126.672	400.656
<b>Paraguay</b>	126.672	351.604
<b>Uruguay</b>	—	442.834
<b>América del Norte</b>	114.549	149.210
<b>Resto de América</b>	41.457	84.950
<b>Europa</b>	102.099	226.853
<b>Resto del Mundo</b>	17.511	58.396

Fuente: Elaboración propia en base a información del diario La Nación. Agosto 2000. Sección 2. Economía y Negocios.

Este cuadro muestra que los viajeros que venían por otros motivos superaban a los que arribaban por negocio y dentro de ellos los procedentes de países limítrofes ocupaban los primeros puestos.

## **5. TURISMO INTERNO Y CENTRO TURÍSTICO**

Es en el espacio turístico receptor en donde se genera el centro turístico y es allí donde se ubican los recursos puestos en valor turístico. Además, como es sabido en la Argentina el turismo interno tiene una marcada estacionalidad.

Según la Secretaría de Turismo de la Nación en la temporada estival 1998/99, 18.346.418 turistas llegaron a los principales destinos del interior de la Argentina y como se puede observar en el mapa siguiente donde se ha graficado el volumen de turistas por cada uno de los 23 destinos se observa que Mar del Plata concentraba el mayor volumen con 3.040.861 turistas siguiendo en importancia el Partido Urbano de la Costa con 2.250.232 y Córdoba con 2.044.919. Interesa señalar que a la provincia de Buenos Aires llegaban para esta temporada estival 7.154.162, distribuidos como también se observa en el cartograma en cinco destinos (Mar del Plata con el 42,5%, Municipio Urbano de la Costa el 31,5%, Villa Gesell con el 14%, Pinamar con el 7,3% y Necochea con el 3,8%). Es decir, que el 42% de este turismo interno había elegido en esta temporada la costa atlántica para pasar sus vacaciones.

Es interesante observar que los mayores porcentajes de turistas a estos destinos atlánticos se dieron en el mes de diciembre (con un 54,9%), el mes de febrero con un 41,2%. La menor afluencia se dio en enero.

Por otra parte, en la información estadística brindada por este organismo también se puede observar que la mayor afluencia turística se da en el mes de enero aunque algunos destinos como es el caso de Mendoza y Salta, llegaban el mayor número en diciembre y

Guaileguaychu y Puerto Madryn en febrero. Cabe advertir que esta información no se encuentra desagregada por procedencia de los turistas.

En síntesis, la ciudad de Mar del Plata es una de las tres ciudades de la provincia de Buenos Aires con mayores potencialidades y perspectivas de futuro y se inscriben en el turismo de Sol y Playa, característico del litoral costero ligado al disfrute de un turismo urbano de cara al mar.

## **6. LOS CENTROS TURÍSTICOS RECEPTORES Y SUS FACILIDADES**

Las facilidades turísticas son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor. Sin ellas, el recurso turístico rara vez constituye un producto turístico y son el equipamiento de alojamiento, los servicios de gastronomía, amenidades turísticas, infraestructura y /o servicios necesarios para el turista y para la accesibilidad y de transporte. Para este artículo solamente se hará mención a la primera.

Actualmente, el alojamiento con la alimentación son componentes básicos de la oferta turística dentro del sistema turístico nacional e interesan fundamentalmente porque expresan la medida y la calidad de la capacidad receptiva del territorio.

### **6.1. Equipamiento del alojamiento**

La industria turística se caracteriza por tener estructura muy específica que condicionan fuertemente la oferta de alojamiento. El sector de la hotelería, particularmente, responde tanto a las características de la industria pesada como a la de la industria artesanal. Se la asocia a la industria pesada por la magnitud de las inversiones a efectuar y por el capital a movilizar en el mediano y largo plazo, es decir durante la fase de construcción de inmuebles.

Por otra parte, tiene las características de la industria artesanal por la actividad de servicios propia del funcionamiento de los hoteles y por el elevado nivel de empleo por habitación, en particular en aquellos establecimientos de categoría alta.

Para la Asociación Internacional de Hotelería (1953) «un hotel de turismo es una empresa de alojamiento destinada a recibir huéspedes que se proponen hacer allí una permanencia temporaria, y a la cual se agrega generalmente una empresa de restaurante».

Los hoteles se han convertido en una actividad económica importante. Además, crea empleos directos e indirectos, son una fuente significativa de entrada de divisas. Puede ser explotado durante todo el año o solo en temporada.

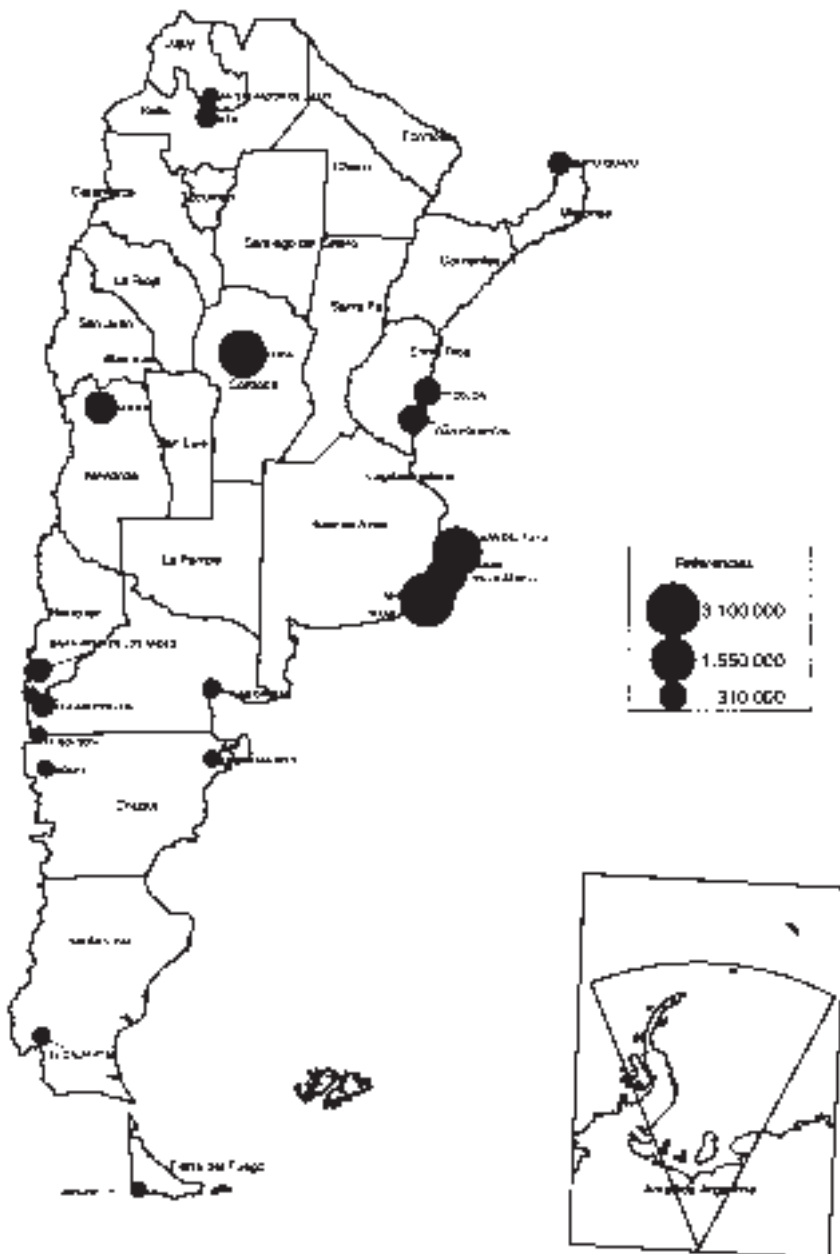
El concepto de hospedaje fue evolucionando a través del tiempo. Los cambios en las formas de vivir, viajar y de hacer turismo han provocado modificaciones y diversificaciones en las modalidades de alojamiento que hoy son numerosas.

Las empresas hoteleras se dividen en dos grupos: las grandes y las pequeñas.

Las grandes y medianas son hoteles, moteles y appart hotel. Todos ellos pueden pertenecer a cadenas hoteleras internacionales o nacionales, o no. Su clasificación más usual y adoptada en la Argentina, es la taxonomía de 1 a 5 estrellas de acuerdo al tamaño y cantidad de servicios que ofrece, hecho que se encuentra en estrecha relación con los recursos físicos, tecnológicos y humanos. Fue tomada o adoptada de la francesa, más el



**Mapa 1**  
**REPÚBLICA ARGENTINA. CENTROS TURÍSTICOS POR NÚMERO DE**  
**TURISTAS LLEGADOS EN EL PERÍODO ESTIVAL 1998/99**



Fuente: Datos elaborados en base a estadísticas brindadas por Secretaría de Turismo de la Nación.

problema radica que no todo los países toman los mismos parámetros para asignar estrellas pues dependen de circunstancias nacionales aunque existen normas fijadas por la Organización Mundial del Turismo (OMT).

En la Argentina, como en la mayoría de los países, cada provincia posee reglamentos propios que rigen la clasificación y categorización hotelera.

El organismo internacional antes mencionada, es el que fija los requisitos técnicos que se extiende a la superficie de los espacios comunes, infraestructura técnica, servicios principales e instalaciones adicionales. También recomienda que el control se debe realizar mediante el otorgamiento de la clasificación en el registro y en la patente municipal. Las reglamentaciones más recientes contienen, además normas relacionadas con la preservación del medio ambiente en aspectos como la eliminación de residuos y la protección de playas colindantes.

Las pequeñas empresas están compuestas por residenciales, pensiones, hostales, hosterías, posadas, cabañas o bungalow. En la Argentina son más comunes los residenciales y hosterías tanto en espacios turísticos urbano como rurales.

## 6.2. La oferta hotelera

Para 1998, se encontraban registrados 7.738 establecimientos hoteleros de los cuales 2.483 correspondían a hoteles de 1 a 5 estrellas, aparthotel y el resto pertenecían a otras formas de alojamiento. Según la Secretaría de Turismo esta última incluían a residenciales, hosterías, hospedajes, moteles, hostales, pensiones, refugios, posadas, estancias, cabañas, bungalow y hoteles sin categorizar, corresponden a nuestra clasificación al grupo de pequeñas empresas.

**Cuadro 4**  
**REPÚBLICA ARGENTINA. INCREMENTO PORCENTUAL**  
**DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE 1 A 5, APARTHOTEL Y**  
**OTRAS FORMAS DE ALOJAMIENTO. AÑO 1994-1998.**  
**VALORES ABSOLUTOS E INCREMENTO**

Año	Total	1 estrella	2 estrella	3 estrella	4 estrella	5 estrella	Appart	Otras
<b>1994</b>	4585	807	534	314	136	25	136	2633
<b>1998</b>	7738	949	674	444	165	31	220	5255
<b>%</b>	40,7	14,9	20,8	29,3	17,5	19,3	38,2	49,9

**Fuente:** Elaboración propia en base al INDEC. Anuarios estadísticos.

Como se puede observar en este cuadro, entre 1994-98 hubo un aumento del 40.7% de los establecimientos hoteleros. Las otras formas, los aparthotel y los hoteles de 3 estrellas son los que tuvieron el mayor aumento.

Sí del total se consideran solamente aptos para atender a los turistas internacionales, los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas, la oferta se reduce a 640 establecimientos, es decir el 83% del total de la oferta.

Es interesante observar la distribución de la oferta hotelera en la Argentina en 1998, en donde la provincia de Buenos Aires concentraba el 27,5% de los establecimientos, la ciudad de Buenos Aires el 21,1%, Córdoba el 12,1%, Río Negro el 5,1%, Entre Ríos el 4,5%, Chaco tenía el menor porcentaje, solamente el 0,4%

La hotelería de 5 estrellas totalizaba 31 en números absolutos en todo el país, la mayor concentración se localizaba en la ciudad de Buenos Aires con 12, siguiendo en importancia la provincia de Río Negro con 5, Misiones con 4, Buenos Aires, Córdoba, Entre Ríos con 2 hoteles, Neuquén, San Juan, Tierra del Fuego y Tucumán con un establecimiento cada una de las provincias. El resto de las jurisdicciones no tenían oferta hotelera con esta taxonomía.

La provincia de Chaco no posee hoteles de 1 estrella y por el contrario la provincia de Buenos Aires concentraba el 45,8% de ellos.

Todas las provincias argentinas tenían en mayor o menor medida establecimientos de 2 y 3 estrellas, siendo Buenos Aires la que concentraba la mayor cuantía.

En cuanto a la pequeña empresa o denominada también otras formas de alojamiento, la mayor concentración se daba en la ciudad de Buenos Aires y la provincia de Buenos Aires (27,3 y 21,9% respectivamente). Por el contrario, la provincia de Tucumán agrupaba el menor monto, solamente 15 hoteles pequeños.

También es interesante destacar cuando se analiza la oferta hotelera, el promedio de plazas. Es así que este promedio llegaba a 55,4 plazas cada hotel. Evidentemente que si se considera la hotelería de 5 estrellas este promedio llegaba a 344 plazas, en las de 4 estrellas a 202, en las de 3 a 117, los *appart hotel* 82, los de 2 estrellas 77, los de 1 a 60 y por último las de otras formas con 39.

### **6.3. La oferta hotelera y sus recursos humanos**

En el mundo de cada 16 empleos, uno es generado por el turismo. Según la Encuesta Nacional sobre Recursos Humanos en turismo realizada en 1994 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), los establecimientos hoteleros de 3, 4 y 5 estrellas empleaban 14.401 personas.

El cuadro 5 muestra que el promedio de personal ocupado por plazas en hoteles de 3, 4 y 5 estrellas era de 7. Es interesante señalar que este promedio no es igual para todo el territorio nacional y como se observa en el mismo cuadro en donde 11 provincias se encontraban por encima de la media nacional, en seis provincias este promedio era casi igual a la media nacional y en ocho por debajo de la media.

Es digno de destacar que las provincias en donde tenían oferta hotelera de 5 estrellas este promedio era más bajo.

Este personal ocupado desarrolla sus actividades dentro de los distintos sectores de la hotelería. Así se puede observar que de las 14.401 personas que trabajaban en hoteles de 3, 4 y 5 estrellas, el 10,5% se dedicaba a la administración, el 23,6% a la recepción, el 30,6% a las llaves, el 15,3% en restaurantes, el 6,8% al mantenimiento y el 4,3% restantes a otras actividades.

Las provincias de Catamarca, Chaco, Chubut, Formosa, Jujuy, La Pampa, La Rioja, Salta y Santa Cruz no tenían personal ocupado en el sector económico.

**Cuadro 5**  
**REPÚBLICA ARGENTINA. PROMEDIO DE PERSONAL OCUPADO POR**  
**PLAZAS HOTELERAS EN HOTELES DE 3, 4 Y 5 ESTRELLAS**

PROVINCIA	PERSONAL OCUPADO*	CANTIDAD PLAZAS**	PROMEDIO PERS. OCUP.
Total país	14401	96136	6,7
Ciudad Bs. As	6201	22032	3,6
Buenos Aires	1063	26117	24,6
Catamarca	88	976	11,1
Córdoba	906	7146	7,9
Corrientes	218	2009	9,2
Chaco	38	471	12,4
Chubut	370	2299	6,2
Entre Ríos	473	2685	5,7
Formosa	50	376	7,5
Jujuy	120	1005	8,4
La Pampa	55	541	9,8
La rioja	125	728	5,8
Mendoza	424	2877	6,8
Misiones	533	2570	4,8
Neuquen	356	1499	4,2
Río Negro	914	4744	5,2
Salta	187	2318	12,4
San Juan	242	504	2,1
San Luis	206	1705	8,3
Santa Cruz	126	786	6,2
Santa Fe	668	6427	9,6
Santiago del Estero	460	2932	6,4
Tierra del Fuego	263	1344	5,1
Tucuman	311	2065	6,6

\* Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación. Encuesta Nacional sobre Recursos humanos en turismo. Año 1994.

\*\* Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación. Dirección Competitividad Turística. Año 1998.

### 6.3.1. Los recursos humanos y el nivel educativo alcanzado

Según la Encuesta Nacional anteriormente citada, solamente el 6,8% del personal ocupado en establecimientos hoteleros de 3, 4 y 5 estrellas tenían estudios terciarios o universitarios completos, el 9,4% con estudios incompletos y el resto no tenían este tipo de nivel educativo.

Como se puede observar en el cuadro 6 se advierte que existe una disparidad de condiciones entre cada una de las provincias. Así por ejemplo, en la provincia de Catamarca la totalidad del personal ocupado no había completado este nivel, por el contrario la provincia de La Rioja poseía el más alto porcentaje con estudios terciarios completos. En

**Cuadro 6****REPÚBLICA ARGENTINA. PERSONAL OCUPADO EN HOTELES DE 3, 4 Y 5 ESTRELLAS POR NIVEL ALCANZADO DE LOS ESTUDIOS TERCARIOS Y/O UNIVERSITARIOS. VALORES ABSOLUTOS Y PORCENTAJES**

PROVINCIA	Nivel alcanzado Incompleto	Completo	Total	Nivel alcanzado Incompleto	Completo
Total país	1355	978	2333	41,9	58,1
Ciudad Bs. As	663	567	1230	46,1	53,9
Buenos Aires	110	43	153	28,0	72,0
Catamarca	8	0	8	0,0	100,0
Córdoba	87	68	155	43,8	56,2
Corrientes	7	15	22	68,2	31,8
Chaco	1	1	2	50,0	50,0
Chubut	18	7	25	28,0	72,2
Entre Ríos	53	26	79	32,9	67,1
Formosa	1	1	2	50,0	50,0
Jujuy	10	4	14	28,6	71,4
La Pampa	2	2	4	50,0	50,0
La rioja	1	13	14	92,8	7,2
Mendoza	39	9	48	18,7	81,3
Misiones	16	12	28	42,8	57,2
Neuquen	21	31	52	59,6	40,4
Río Negro	67	61	128	47,7	52,3
Salta	20	8	28	28,6	71,4
San Juan	29	10	39	25,6	74,4
San Luis	22	6	28	21,4	78,6
Santa Cruz	15	18	33	54,5	45,5
Santa Fe	100	27	127	21,3	78,7
Santiago del Estero	33	20	53	37,7	62,3
Tierra del Fuego	13	19	32	59,4	40,6
Tucuman	19	10	29	34,5	65,5

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta Nacional sobre Recursos Humanos del Turismo. Año 1994.

tanto que las provincias de Chaco, Formosa y La Pampa su distribución era igual para estas dos condiciones.

En el cuadro siguiente se puede apreciar el promedio por hotel de 3, 4, y 5 estrellas de personal ocupado que habla al menos un idioma.

Como se observa en este cuadro casi 6 personas que trabajaban en estos hoteles hablaba al menos un idioma, cifra que aumenta en los hoteles de cuatro estrellas y casi nueve veces mayor en la hotelería de 5 estrellas. Si este promedio se desagrega por provincia es dable advertir y como lo demuestra en cuadro 8 que solamente cuatro jurisdicciones (ciudad de Buenos Aires, Misiones, Río Negro y Tierra del Fuego) superaban el promedio nacional en el total de esta clase de hoteles. En el resto de las provincias, este promedio era inferior al del total del territorio nacional.

**Cuadro 7**  
**REPÚBLICA ARGENTINA. PROMEDIO DE PERSONAL OCUPADO QUE**  
**HABLA AL MENOS UN IDIOMA POR ESTABLECIMIENTO HOTELERO DE**  
**3, 4 Y 5 ESTRELLAS. AÑO 1994**

Establec. Hotelero	Personal ocupado	Hoteles	Promedio
<b>Total</b>	3571	640	5,6
<b>3 estrellas</b>	837	444	1,9
<b>4 estrellas</b>	1285	165	7,8
<b>5 estrellas</b>	1480	31	47,7

Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta Nacional sobre Recursos humanos de Turismo. 1994.

**Cuadro 8**  
**PROMEDIO DE PERSONAL OCUPADO QUE HABLA AL MENOS UN**  
**IDIOMA EN EL TOTAL DE HOTELES DE 3, 4, Y 5 ESTRELLAS**

PROVINCIA	Personal ocupado que habla 1 idioma	Cantidad Hoteles	Promedio
Total país	3571	640	5,6
Ciudad Bs. As	2018	94	22,1
Buenos Aires	215	190	1,1
Catamarca	6	9	0,7
Córdoba	151	66	2,3
Corrientes	15	14	1,1
Chaco	3	4	0,7
Chubut	61	16	3,8
Entre Ríos	40	21	1,9
Formosa	5	5	1,0
Jujuy	21	6	3,5
La Pampa	8	6	1,3
La rioja	5	6	0,8
Mendoza	69	20	3,4
Misiones	243	14	17,3
Neuquen	65	15	4,3
Río Negro	268	32	8,4
Salta	23	18	1,3
San Juan	7	3	2,3
San Luis	6	10	0,6
Santa Cruz	30	8	3,8
Santa Fe	120	39	3,1
Santiago del Estero	17	19	0,9
Tierra del Fuego	77	11	7,0
Tucuman	37	14	2,6

Fuente: Elaboración propia en base a las fuentes de los cuadros 5 y 6

Si esta información se desagrega por clasificación hotelera y si se toma en cuenta los de 5 estrellas ya que se supone que ellos llegan el mayor número de turistas de habla no hispana se observa en el cuadro 9 lo siguiente.

**Cuadro 9****REPÚBLICA ARGENTINA. PROVINCIAS CON HOTELES DE 5 ESTRELLAS Y PROMEDIO DE PERSONAL OCUPADO QUE HABLA AL MENOS UN IDIOMA**

Provincias	Hoteles de 5 estrellas	Personal que habla 1 idioma	Promedio
<b>Total país</b>	27	1479	55
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>	12	1050	88
<b>Entre Ríos</b>	2	16	8
<b>Misiones</b>	4	193	48
<b>Neuquén</b>	1	8	8
<b>Río Negro</b>	5	169	34
<b>San Juan</b>	1	6	6
<b>Tierra del Fuego</b>	1	25	25
<b>Tucumán</b>	1	12	12

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta Nacional de Recursos Humanos. 1994.

Si bien el promedio es de 55 personas ocupadas por hotel que habla al menos un idioma extranjero, la ciudad de Buenos Aires superaba esta media. El cuadro también muestra que le seguía en importancia las provincias de Misiones, Río Negro. El resto de las provincias citadas en el cuadro tenían solamente un hotel de 5 estrellas.

## 7. CONCLUSIONES

El turismo internacional es ampliamente reconocido como factor de desarrollo económico y social. Su expansión hace tanto al conocimiento e integración cultural y política de los pueblos, como a la creación de riqueza material.

El turismo receptivo en la Argentina, no obstante las condiciones óptimas que éste posee, tuvo un desarrollo insuficiente cuando se lo compara con la tendencia observada en el resto del mundo.

Este turismo en la Argentina no tiene una estacionalidad muy marcada, es decir que los viajeros internacionales llegan al país de manera más o menos uniforme en los distintos meses del año, y representó un incremento del 116,8% en el período 1990/98; con el mayor porcentaje de turistas provenientes de los países limítrofes.

Por el contrario, el turismo interno tiene una marcada estacionalidad, en el que la estación del verano concentra la mayor afluencia siguiendo en importancia aunque en menor porcentaje la del invierno. El corredor de la costa Atlántica y la provincia de Córdoba son los principales centros donde arribaron los turistas internos en la temporada estival 1998/99.

Por otra parte, si se toma en cuenta la oferta hotelera, la misma creció en un 40,7% en el período 1994-98 y el 83% de esta oferta sólo son aptos para recibir un turismo internacional. La mayor concentración de los hoteles de 5 estrellas se localizan en la ciudad de Buenos Aires y el 31,4% de las plazas hoteleras se reúnan en la provincia de Buenos Aires.

Si bien hoy en la Argentina han aparecido nuevos institutos, escuelas y facultades que encaran la enseñanza de carreras vinculadas con el turismo (hotelería, gastronomía, admi-

nistración hotelera, etc.) que también dan lugar a nuevos consumos y actividades que antes no parecían necesarias, las estadísticas oficiales muestran que el 83,8% del personal ocupado en los establecimientos hoteleros de 3, 4 y 5 estrellas no tenían nivel terciario o universitario, mostrando asimismo disparidades regionales.

Estas estadísticas muestran también que casi 6 personas que trabajaban en estos hoteles hablaban al menos un idioma, este promedio aumentaban en los hoteles con 5 estrellas.

Asimismo, es interesante señalar que el 30,6% del personal ocupado en estos hoteles trabajan como ama de llaves y que en nueve provincias la hotelería no tiene personal ocupado en el sector economato.

En resumen, la experiencia internacional muestra que aquellos países que lograron desarrollar un turismo receptivo importante también tuvieron políticas que permitieron la competencia.

## BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- ANDRADE SCHOFERNECKER, C. (1984). *O conceito de turismo em Veritas*. Revista trimestral de Río Grande do Sul, núm. 115.
- Argentina. Instituto de Estadísticas y Censos. 1998. Anuario estadístico.
- ARMENTANO DE HASSAN, C. (2000). *Oferta turística en la provincia de Tucumán. La infraestructura hotelera en Contribuciones Científicas*. GAEA. Mar del Plata.
- DELGADO CRAVIDEO, F. y otros (1991). Turismo, investimento e impacto ambiental en *Cuadernos de Geografía* núm. 10. Instituto de Estudios Geográficos. Universidad de Coimbra. Coimbra.
- GIANONA MARTÍNEZ, C. (1993). «El turismo: variable de crecimiento y desarrollo», en *Revista Signos*. Turismo. USAL. Año XII, núm. 24, julio a diciembre. Buenos Aires.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (1992). «Turismo y desarrollo», *Estudios Turísticos*, núm. 115. Madrid.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, COMISIÓN PARA LAS AMÉRICAS. (1995). *La legislación turística en la región de las Américas: estudio preliminar*. Buenos Aires.
- SÁNCHEZ SALGADO, O. (1999). «Argentina para frente», *Revista Negocios*, pág. 56-57, Año 9, núm. 93, noviembre. Buenos Aires.
- Vaquero, M<sup>a</sup> del Carmen. (2000). *Geografía y Turismo. Investigación, formación y extensión*. Experiencias y resultados en Contribuciones Científicas. GAEA. Mar del Plata.
- VASCONI, M. (1996). *Geografía del Turismo y la planificación Espacial en Argentina*. Centro de Investigación y Capacitación Empresaria. CICE. Cuaderno núm. 2. Buenos Aires.
- VERA REBOLLO, J.F. (1992). «La dimensión ambiental de la planificación turística. Una nueva cultura para el consumo turístico», *Papeles de Geografía*, núm. 18, págs. 195-204. Universidad de Murcia. Murcia.
- VILLAS, F. (1995). *El turismo*. Colección Tesis. Librería turísticas. Buenos Aires.