



UNSAM
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

CiDeTur-EEyN
centro de Investigación y Desarrollo del Turismo
Escuela de Economía y Negocios



CENCAP
ESCUELA INTERNACIONAL DE HOTELERÍA Y TURISMO

PARTICIPACION Y COMPORTAMIENTO DE LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES DE TURISTAS HACIA ARGENTINA



Mirador Turístico No. **2**
Febrero 2007





AUTORIDADES UNSAM

Rector

Carlos Rafael Ruta

Vicerrector

Carlos Gerónimo Gianella

Secretario General

Guillermo Schweinheim

Secretario Administrativo

Marcelo Roitbarg

Secretario de Investigación

Diego Hurtado de Mendoza

**Secretario de Extensión Universitaria y
Bienestar Estudiantil**

Carlos Almeida

Director de la Escuela de Ciencia y Tecnología

Daniel Di Gregorio

Director de la Escuela de Humanidades

José Villella

Director de la Escuela de Política y Gobierno

Marcelo Cavarozzi

Instituto de Altos Estudios Sociales (IDAES)

Alejandro Grimson

**Instituto de Ciencias de la Rehabilitación y el
Movimiento**

Hugo Rodríguez Isarn

Instituto de Tecnología "Prof. Jorge A. Sabato"

José Rodolfo Galvele

Polo Tecnológico Constituyentes

Presidente: Enrique Martínez

Dir. Gerente: Eduardo Lanzilotta

Secretario del Consejo Superior

Agustín Pieroni

Secretario Académico

Norberto Ferré

**Secretario de Innovación y Transferencia
Tecnológica**

Esteban Cassin

Secretario de Gestión Institucional

Hugo Nielson

Director de la Escuela de Economía y Negocios

Horacio Val

Director de la Escuela de Posgrado

Alberto Pochettino

Instituto de Calidad Industrial (INCALIN)

Joaquín Valdés

Instituto de Investigaciones Biotecnológicas

Alberto Frasch



CONSEJO DE LA ESCUELA DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

Director
Horacio Val

Claustro Docente

Consejeros Titulares

Víctor Pérez Barcia
Antonio Jarazo Sanjurjo
Alan Walter Lynch
Daniel Delia

Consejeros Suplentes

Carlos Franco Arrua
Lucía Marina Villaverde
Gustavo Núñez Palacios
Osvaldo Pandolfi

Claustro Estudiantil

Graciela Beatriz Spiazzi
Raimundo Roque Ruesja

Sergio Gustavo Barres
Mario Miguel Pereyra

Claustro No Docente

Karina Bujan

Lorena Penna

ESCUELA DE ECONOMIA Y NEGOCIOS

Director
Horacio Val

Dirección de Asuntos Académicos

Lorena Penna

Biblioteca

Laura Favale

Comunicación y Prensa

Susana Rubio

Secretaría

Alba Mejail

Dirección de Administración

Karina Bujan

Pasantías

Guillermo Suárez Piuma

Diseño

Mariela Vita - Alba Mejail

Centros

CIME

Víctor Pérez Barcia
Horacio Fuster
Enrique Dentice

CAYDE

Mariela Balbo
Telma Alú

ENRE

Leopoldo Mayer
Rogelio García Llano

CIDETUR

Daniela Thiel Ellul
Celeste Patriarca
Juana Carrizo

Observatorio PyME

Mario Bruzzesi
Adrián Gutiérrez Cabello

CEID

Daniel Ruby Hernández

Dirección de Escuela de Economía y Negocios

Tel: 4580-7250

eeyn@unsam.edu.ar

www.unsam.edu.ar



El presente trabajo ha sido realizado por el **Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo (CIDeTur-EEyN)** de la Escuela de Economía y Negocios de la Universidad Nacional de San Martín, contando con el apoyo de CENCAP “Escuela Internacional de Hotelería y Turismo”.

CIDeTur-EEyN fue creado en mayo de 2005 como respuesta al protagonismo que la actividad turística comenzó a adquirir en nuestro país y a nivel mundial. El mismo se propone investigar y difundir la evolución del Sector Turismo así como también contribuir a su mejor desarrollo.

Entre sus principales acciones se pueden mencionar:

- Elaborar indicadores que den cuenta de la evolución del turismo en sus distintos aspectos (demanda turística; oferta de servicios; repercusión en la actividad económica)
- Formular proyectos de investigación y desarrollo acordes con el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable que impulsa la Secretaría de Turismo de la Nación y en consonancia con las actividades de Desarrollo Local que impulsa nuestra Universidad
- Proponer acciones que favorezcan el desarrollo de la actividad turística

El equipo profesional del Centro está integrado por:

Daniela Thiel Ellul, Lic. en Administración y Gestión Empresarial (UNSAM-EEyN)

María Celeste Patriarca, Lic. en Administración y Gestión Empresarial (UNSAM-EEyN)

Juana R. Carrizo, Lic. en Estadística Demográfica (UADE), experta en la producción y análisis de datos estadísticos.

Los trabajos de investigación que realiza el Centro pueden ser consultados a través de la página web de la Universidad: www.unsam.edu.ar y del CENCAP: www.cencap.edu.ar

Caseros 2241 –San Martín

Provincia de Buenos Aires. CP: 1650

Tel: 4580-7250 Int. 130

E-mail: cidetur@unsam.edu.ar

Nota: El diseño de la tapa y contratapa de la presente publicación reproduce imágenes de la iconografía indígena de nuestro país, junto con una descripción de los principales rasgos culturales de los grupos humanos vinculados con dicha iconografía.

De esta manera las publicaciones de nuestra escuela buscan contribuir a la difusión del conocimiento de los primeros habitantes del territorio nacional, la raza vieja...a quien el General José de San Martín se refiriera como “nuestros paisanos, los indios”.



PRESENTACIÓN

El Documento “Mirador Turístico N° 2” es el segundo de la línea de publicaciones iniciada en el año 2005, en el marco de los trabajos que el CIDEtur-EEyN elabora y difunde.

En concordancia con la importancia que el turismo internacional está adquiriendo en el país, al igual que en el mundo, el presente Estudio hace referencia al turismo receptivo en el año 2005, con enfoque hacia los principales mercados emisores de turistas hacia Argentina.

En primer término se analizan las llegadas de turistas extranjeros al país - a través de los distintos puestos migratorios- según el país de procedencia de los mismos, el gasto total realizado y el gasto medio por turista.

Luego, sobre los turistas arribados por el Aeropuerto Internacional de Ezeiza, se amplía el análisis con otras variables que caracterizan el viaje (tipo de alojamiento utilizado; modalidad de organización del viaje; estadía en el país; motivo del viaje, gasto medio; gasto medio por pernoctación y destinos elegidos). Se brindan datos para el total de los turistas y para cada mercado en particular.

Esto es posible gracias a la disponibilidad de información de la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR) y del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), a quienes agradecemos la colaboración brindada.

Asimismo, para contextualizar la situación futura de nuestro país, se introduce un panorama sobre el turismo internacional en el mundo con proyecciones efectuadas para el largo plazo (año 2010 y 2020), por la Organización Mundial de Turismo (OMT).



INDICE

INTRODUCCIÓN	6
- Los principales mercados de turismo en el mundo	
- Mercados receptores	
- Mercados emisores	
TURISMO EXTRANJERO ARRIBADO AL PAÍS A TRAVÉS DE LOS DISTINTOS PUESTOS MIGRATORIOS	8
- Llegadas	8
- Gasto total de turistas extranjeros en el país	10
- Gasto medio por turista llegado al país	12
TURISMO EXTRANJERO ARRIBADO AL PAÍS POR EL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE EZEIZA	14
- País de origen y características del viaje	14
• Tipo de alojamiento más frecuente	
• Modalidad de organización del viaje	
• Permanencia promedio	
• Motivo del viaje	
• Gasto medio	
• Gasto por pernoctación	
• Destinos	
- Principales mercados según características del viaje de los turistas arribados a Ezeiza	19
• Europa	
• América del Norte (EE. UU. y Canadá)	
• Resto de América	
• Brasil	
• Chile	
- Comparación entre países de las principales características del viaje	22
PROYECCIONES DEL TURISMO RECEPTIVO PARA EL LARGO PLAZO	25
GLOSARIO DE TÉRMINOS	26



INTRODUCCIÓN

En los últimos años el turismo internacional ha tenido en la mayoría de los países del mundo un crecimiento superior al de otras actividades económicas y un peso preponderante en la economía de los mismos.

A pesar de las situaciones desfavorables que se presentaron para el turismo internacional en el último tiempo (terrorismo, desastres naturales, incremento de los precios del petróleo; entre otros.), las personas siguieron manifestando sus deseos de viajar.

El turismo internacional receptivo posee una destacada importancia como fuente de divisas extranjeras aunque su relevancia va más allá de la incidencia en la balanza de pagos de un país. Impacta también en muchas otras actividades económicas y en la sociedad en su conjunto.

Es por eso que actualmente, la actividad turística tiende a hacerse más competitiva además de más compleja.

Para incrementar la llegada de turistas extranjeros, ya sean procedentes de mercados tradicionales como también de nuevos mercados, los países tratan de mejorar, ampliar y difundir su oferta de productos turísticos.

Argentina también se propone metas superadoras en cuanto a cantidad de llegadas a registrar. Para alcanzar el objetivo deseado, el conocimiento de las características de los mercados emisores, resulta entonces fundamental. Atento a ello es que el presente estudio pretende orientar el análisis del turismo receptivo en el país, durante el año 2005, al conocimiento de los mercados emisores hacia Argentina.

Los datos disponibles para nuestro país permiten acceder, de manera parcial, al conocimiento del volumen y gasto de los turistas arribados al país por los distintos puestos migratorios y, para los que llegan por el Aeropuerto Internacional de Ezeiza, se dispone además de información sobre el comportamiento de las variables que caracterizan al viaje, de acuerdo con el país de origen de los turistas.

Los mismos fueron provistos, para el total del país, por la Dirección de Cuentas Internacionales del INDEC (tomando como base los datos de la DN de Migraciones) y, para el Aeropuerto Internacional de Ezeiza, por la Encuesta de Turismo Internacional (ETI) implementada por SECTUR/INDEC.



Los principales mercados de turismo en el Mundo

Según la OMT, durante el año 2005 se produjeron en el mundo 808 millones de Llegadas de turistas internacionales. El incremento del 5,6% con respecto al año anterior, significó 43 millones más de llegadas, de las cuales 7,7 millones se registraron en las Américas y casi medio millón de ellas se dirigieron a Argentina. Para el año 2006 se espera que continúe en aumento el número de llegadas internacionales, con tasas de incremento algo más moderadas que en los años anteriores.

Asimismo, los ingresos generados por turismo internacional, en el año 2005, alcanzaron los 681.500 millones de dólares, reflejando un incremento de U\$S 48.800 millones con respecto a lo ocurrido en el año 2004. En moneda local, a precios constantes (es decir, neutralizando el efecto de las variaciones del tipo de cambio y de la inflación) los ingresos por turismo internacional crecieron un 3,4%.

- Mercados receptores

La Región de Europa es la que concentró en el 2005, la mayor parte de las 808 millones de llegadas registradas en el Mundo (54,6%). Con una importancia menor le sigue la Región de Asia y el Pacífico (19,4%), las Américas (16,5%) y, con valores cercanos al 5%, Oriente Medio y África.

Esto se evidencia en el ranking de los diez primeros países receptores de turistas en el 2005: siete se encuentran en Europa; uno en Asia y el Pacífico y dos en la Región de las Américas.

Ellos son:

- | | |
|--|--------------------------------|
| 1) Francia (76,0 millones de llegadas) | 6) Reino Unido (30,0 millones) |
| 2) España (55,6 millones) | 7) México (21,9 millones) |
| 3) EEUU (49,4 millones) | 8) Alemania (21,5 millones) |
| 4) China (46,8 millones) | 9) Turquía (20,3 millones) |
| 5) Italia (36,5 millones) | 10) Austria (20,0 millones) |

- Mercados emisores

Entre los mercados emisores es también la Región de Europa la que registra más de la mitad de las salidas de turistas internacionales (55,7%). Le sigue luego el mercado Asiático y del Pacífico (19,1%), el de las Américas con el 17% y el de Oriente Medio y África con valores inferiores al 3% cada uno.

La coincidencia de la participación de las regiones en el mercado receptor y en el emisor, tal vez se explique porque una proporción alta de los viajes internacionales (78,6%) se producen dentro de la misma región. Sin embargo en los últimos años la tasa de crecimiento de los viajes a países lejanos (interregión) está siendo mayor que la de los viajes intrarregión, 6,3% contra 4,7%, de tal modo que puede esperarse un cambio en ambos mercados, que modifique la situación actual.



TURISMO EXTRANJERO ARRIBADO AL PAÍS A TRAVÉS DE LOS DISTINTOS PUESTOS MIGRATORIOS

Llegadas

Durante el año 2005, llegaron al país 3.895.396 turistas internacionales, un 12,7% más con respecto al año anterior.

El 59,6% de esas llegadas correspondieron a turistas provenientes de *países Limítrofes*, las cuales registraron un incremento del 9,2% con respecto al año 2004. Estos países incrementaron el número de arribos en 194.810, producto principalmente de la mayor afluencia de turistas chilenos (130.313 nuevas llegadas) y uruguayos (67.725) lo cual permitió incluso compensar la disminución de la cantidad de turistas paraguayos que visitaron nuestro país en el período considerado (44.092 turistas menos).

Las llegadas de *países No limítrofes*, 40,4% del total de las llegadas, han crecido en el 2005, un 18,4% con respecto al 2004, presentando de esta forma un incremento superior al de los países limítrofes señalado en el párrafo anterior. Este mayor número de llegadas (244.059) estuvo especialmente determinado por el arribo de turistas provenientes de Europa, mercado que aportó a dicho incremento el 35,8%, seguido luego por América del Norte (EE.UU. y Canadá) cuya contribución fue del 28,3 %; por el Resto de América, con el 27,1%; y por los países del Resto del mundo, con el 8,8%.

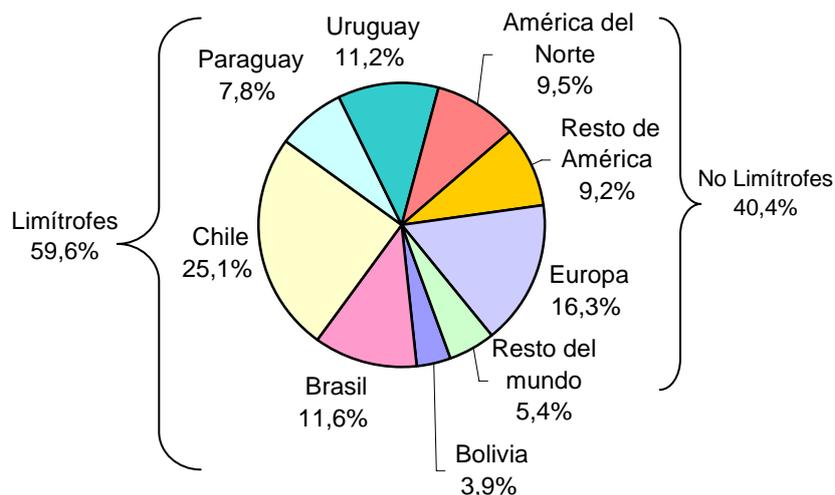
Llegadas de turistas extranjeros a la Argentina por país de origen

Origen	2005		2004		Variación porcentual
	Absolutos	%	Absolutos	%	
TOTAL	3.895.396	100,0	3.456.527	100,0	12,7
Limítrofes	2.323.776	59,6	2.128.966	61,6	9,2
BOLIVIA	151.628	3,9	145.244	4,2	4,4
BRASIL	453.346	11,6	418.866	12,1	8,2
CHILE	978.475	25,1	848.162	24,5	15,4
PARAGUAY	302.174	7,8	346.266	10,0	-12,7
URUGUAY	438.153	11,2	370.428	10,7	18,3
No Limítrofes	1.571.620	40,4	1.327.561	38,4	18,4
AMÉRICA DEL NORTE	371.407	9,5	302.255	8,7	22,9
RESTO de AMÉRICA	356.852	9,2	290.668	8,4	22,8
EUROPA	633.536	16,3	546.184	15,8	16,0
RESTO DEL MUNDO	209.825	5,4	188.454	5,5	11,3

Elaboración propia en base a cifras del INDEC -Dirección Nacional de Cuentas Internacionales- y SECTUR, estimaciones preliminares.

En el siguiente gráfico se puede visualizar, en términos relativos, la composición del mercado emisor hacia Argentina durante el año 2005.

Llegadas de turistas extranjeros por país de origen, 2005

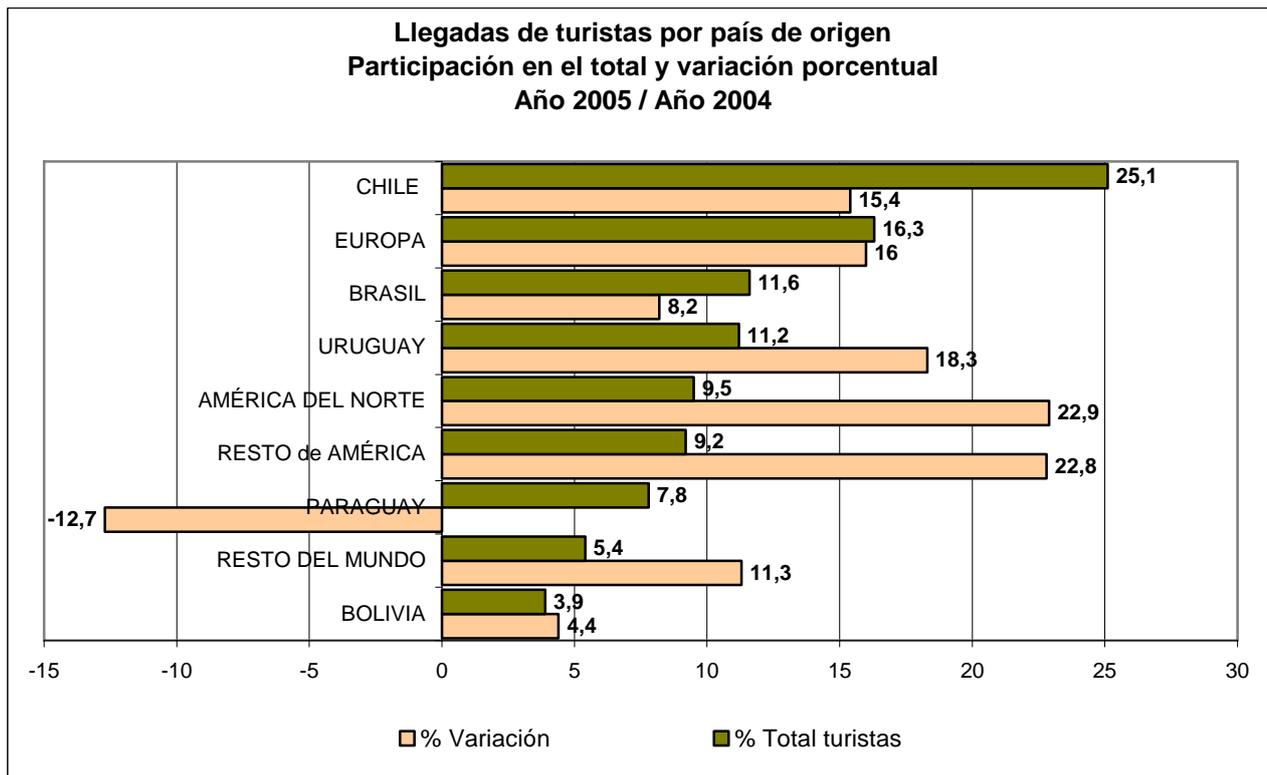


Elaboración propia en base a cifras del INDEC -Dirección Nacional de Cuentas Internacionales- y SECTUR, estimaciones preliminares.

Analizando el comportamiento de cada mercado en cuanto a la participación que tienen en la cantidad total de llegadas y a la variación relativa que las mismas han tenido entre los años 2004/2005, se observa que:

- Chile vuelve a destacarse como primer mercado en importancia con el 25,1% del total de llegadas del año y con un crecimiento del 15,4%, que le permite superar los 978.000 turistas.
- Europa, en segundo lugar, participa con el 16,3% del total de llegadas y registra una variación positiva del 16%.
- Brasil y Uruguay, ocupan el tercer (11,6%) y cuarto (11,2%) puesto, con incrementos en el número de llegadas del 8,2% y 18,3% respectivamente.
- América del Norte, en la quinta posición, contribuye con el 9,5% de las llegadas y ha tenido un incremento del 22,9%.
- Resto de América, en el sexto lugar, con una participación del 9,2% en el total de llegadas y con uno de los incrementos más altos: 22,8%.

- El caso de Paraguay es el único país que registró, en el último año, crecimiento negativo (-12,7%). Su participación en el volumen de llegadas fue del 7,8%.
- Siguen luego Resto del Mundo y Bolivia, con las menores tasas de crecimiento positivas -dentro de los países no limítrofes y limítrofes, respectivamente- y con los menores porcentajes de participación en las llegadas.



Elaboración propia en base a cifras del INDEC -Dirección Nacional de Cuentas Internacionales- y SECTUR, estimaciones preliminares.

Gasto Total de turistas extranjeros en el país

El Gasto Total que los turistas hicieron en el país en el año 2005 fue de 2.664,5 millones de dólares, valor un 23,2% superior al registrado en el año 2004. Se advierte que el aumento relativo del Gasto ha superado ampliamente al del total de llegadas (12,7%), en igual período.

El Gasto de los turistas de *países Limítrofes* (892,1 millones de dólares) tuvo un incremento respecto del año anterior del 24,2%, mientras que el de los turistas de *países No Limítrofes* (1.772,4 millones de dólares) registró un aumento del 22,7%.



Gasto total de los turistas extranjeros en la Argentina, por país de origen

Origen	2005		2004		Variación porcentual
	Absolutos (millones de u\$s)	%	Absolutos (millones de u\$s)	%	
TOTAL	2.664,5	100,0	2.162,7	100,0	23,2
Limítrofes	892,1	33,5	718,1	33,2	24,2
<i>BOLIVIA</i>	60,6	2,3	45,2	2,1	34,1
<i>BRASIL</i>	275,7	10,3	221,0	10,2	24,8
<i>CHILE</i>	353,5	13,3	276,3	12,8	27,9
<i>PARAGUAY</i>	106,0	4,0	97,6	4,5	8,6
<i>URUGUAY</i>	96,3	3,6	78,0	3,6	23,5
No Limítrofes	1.772,4	66,5	1.444,6	66,8	22,7
<i>AMÉRICA DEL NORTE</i>	415,8	15,6	323,4	15,0	28,6
<i>RESTO de AMÉRICA</i>	369,0	13,8	291,2	13,5	26,7
<i>EUROPA</i>	784,7	29,5	641,9	29,7	22,2
<i>RESTO DEL MUNDO</i>	202,9	7,6	188,1	8,7	7,9

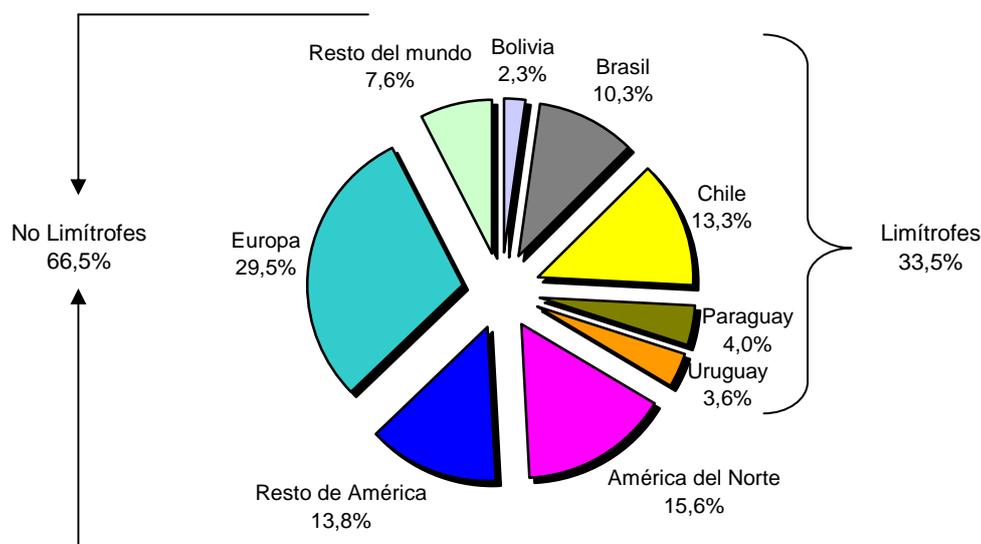
Elaboración propia en base a cifras del INDEC –Dirección Nacional de Cuentas Internacionales- y SECTUR, estimaciones preliminares.

El mayor aporte al Gasto total proviene de turistas de países no limítrofes (66,5%), a diferencia de lo que ocurre con las llegadas, donde la participación de estos países es del 40,4%.

Entre los países no limítrofes se destacan Europa con el 29,5% del Gasto total y América del Norte con el 15,6%.

Chile y Brasil, son los países limítrofes que más contribuyen al Gasto total con el 13,3% y 10,3%, respectivamente.

Gasto total de los turistas extranjeros por país de origen, 2005



Elaboración propia en base a cifras del INDEC -Dirección Nacional de Cuentas Internacionales- y SECTUR, estimaciones preliminares.



Gasto Medio por turista llegado al país

El Gasto Medio por turista extranjero en la Argentina en el año 2005 fue de u\$s 684, registrando un incremento del 9,3% con relación al año anterior.

El Gasto medio es una medida aproximada de lo que cada turista gasta en promedio en su viaje al país, sensiblemente influenciado por la duración del viaje.

Los turistas provenientes de *países Limítrofes* registraron en el período analizado, un Gasto Medio de u\$s 383,9, en tanto que el de los *países No limítrofes*, casi triplicaba ese valor (u\$s1.127,8). Diferencia atribuible tal vez a la mayor duración de la estadía de los turistas que provienen de más lejos.

Como es posible observar en el cuadro siguiente, el Gasto Medio de los turistas provenientes de casi todos los países extranjeros ha tenido variaciones positivas en el período analizado –aunque con valores dispares-, exceptuando los turistas de “Resto del mundo” que han registrado una disminución en el nivel del Gasto Medio del 3,1%.

Gasto Medio en dólares por turista extranjero, según país de origen

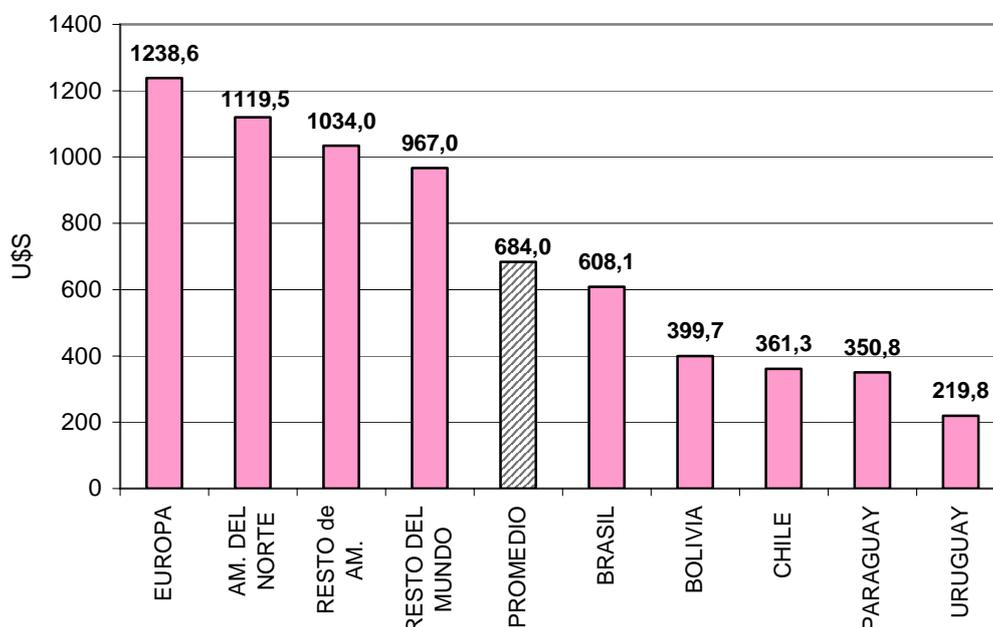
Origen	2005 (U\$S)	2004 (U\$S)	Variación porcentual 05/04
TOTAL	684,0	625,7	9,3
Limítrofes	383,9	337,3	13,8
<i>BOLIVIA</i>	399,7	311,2	28,4
<i>BRASIL</i>	608,1	527,6	15,3
<i>CHILE</i>	361,3	325,8	10,9
<i>PARAGUAY</i>	350,8	281,9	24,4
<i>URUGUAY</i>	219,8	210,6	4,4
No Limítrofes	1.127,8	1.088,2	3,6
<i>AMÉRICA DEL NORTE</i>	1.119,5	1.070,0	4,6
<i>RESTO de AMÉRICA</i>	1.034,0	1.001,8	3,2
<i>EUROPA</i>	1.238,6	1.175,2	5,4
<i>RESTO DEL MUNDO</i>	967,0	998,1	-3,1

Elaboración propia en base a cifras del INDEC –Dirección Nacional de Cuentas Internacionales - y SECTUR, estimaciones preliminares.

Rankeando el Gasto Medio por país de procedencia de los turistas observamos que, superando los mil dólares, están primero los europeos con u\$s 1.238,6; seguidos de los turistas provenientes de América del Norte (u\$s 1.119,5) y Resto de América (u\$s 1.034,0). Cerca de los mil dólares se encuentran los procedentes de países de "Resto del mundo" (u\$s 967,0) y netamente por debajo de los mil dólares, están todos los países limítrofes: Brasil (u\$s 608,1); Bolivia (u\$s 399,7); Chile (u\$s 361,3); Paraguay (u\$s 350,8) y Uruguay (u\$s 219,8).

En el siguiente gráfico se observa el nivel de Gasto Medio según el país de origen del turista ordenado de mayor a menor.

Gasto medio por turista extranjero, 2005



Elaboración propia en base a cifras del INDEC -Dirección Nacional de Cuentas Internacionales - y SECTUR, estimaciones preliminares.



TURISMO EXTRANJERO ARRIBADO AL PAÍS POR EL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE EZEIZA

La principal fuente oficial de información que permite conocer el comportamiento de los turistas extranjeros en cuanto a tipo de alojamiento; modalidad de organización del viaje; permanencia promedio, además del gasto y motivo del viaje, es la Encuesta de Turismo Internacional (ETI) que realiza la SECTUR conjuntamente con el INDEC, en siete puestos migratorios del país.

Se han considerado para este estudio, los datos disponibles sobre el Aeropuerto Internacional de Ezeiza. Por dicho Aeropuerto arribaron durante el año 2005, 1.786.712 turistas internacionales, el 67,4 % de los cuales corresponde a países No limítrofes. Para casi la totalidad de estos turistas, Ezeiza se constituye en la principal puerta de entrada al país.

Es decir que nuestro análisis se remitirá a los arribos por Ezeiza, conscientes de que los resultados tendrán más que ver con el turismo receptivo de países No Limítrofes (de menor participación en la cantidad de llegadas pero de mayor aporte al Gasto total) que con el de los países Limítrofes.

País de origen y características del viaje

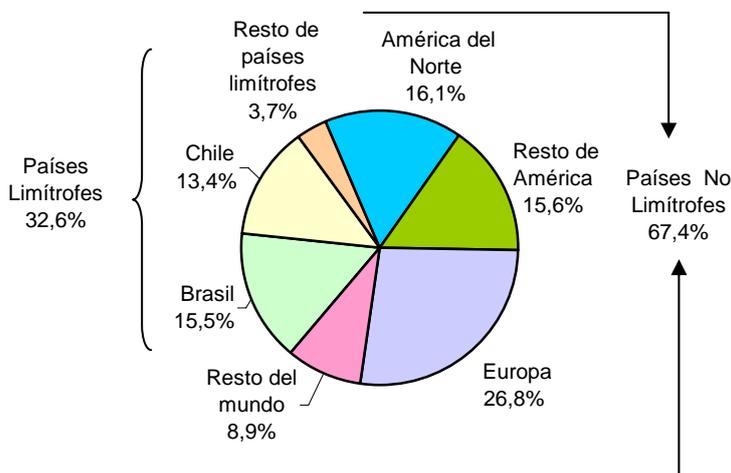
- Origen -

Entre los turistas de países no limítrofes arribados por Ezeiza, se destacan los europeos con su aporte del 26,8% sobre el total de turistas. Le siguen en orden de importancia América del Norte (16,1%); el Resto de los países de América Latina – excluidos los limítrofes- (15,6% del total) y el Resto del Mundo (8,9%).

En cuanto a los arribos a Ezeiza de turistas de países limítrofes, Brasil es el principal mercado emisor hacia Argentina (15,5%) quien junto con Chile (13,4% del total), concentran casi la totalidad de los turistas provenientes de los países vecinos que ingresan por este lugar.

En el siguiente gráfico puede apreciarse el peso que cada mercado emisor tiene con relación al total de llegadas a Ezeiza.

Llegadas de turistas extranjeros por país de origen, Aeropuerto Internacional de Ezeiza, 2005

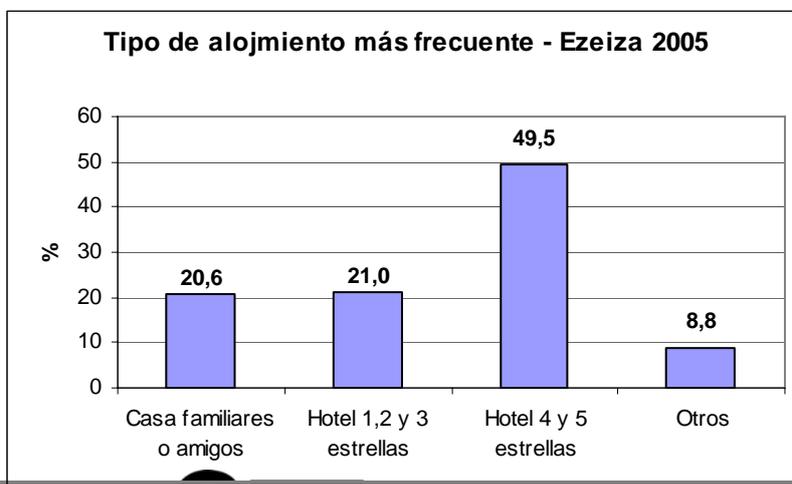


Elaboración propia en base a cifras del INDEC, ETI 2005

- *Características del viaje* -

El **tipo de alojamiento** utilizado con mayor frecuencia por los turistas arribados por Ezeiza durante el año 2005, ha sido el "Hotel de 4 y 5 estrellas", al cual ha recurrido el 49,5% de ellos (884.443 turistas). Seguido en importancia encontramos los hoteles de 1, 2 y 3 estrellas, utilizados por el 21% de los turistas (375.433); con valores similares se menciona a "casa de familiares o amigos" utilizado por el 20,7 % de los turistas (368.823) - en su mayoría provenientes de Europa - y en último término "otro tipo de alojamiento" al que recurrió el 8,8% del total (158.013 turistas).

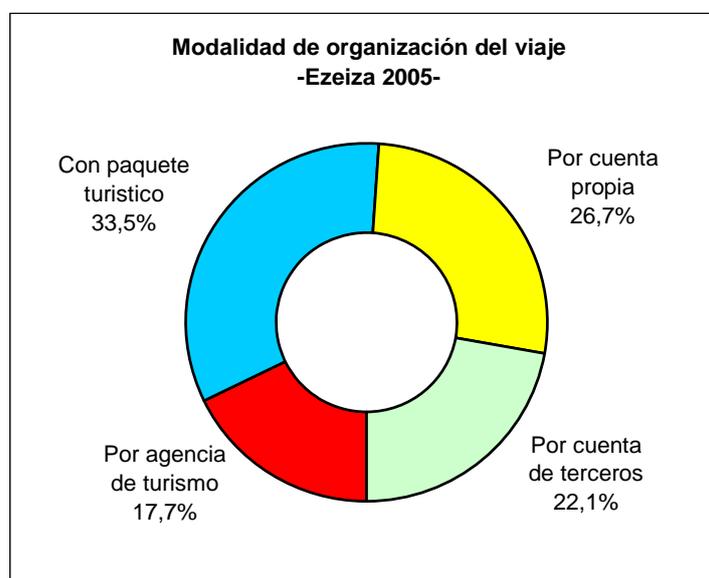
El "otro tipo de alojamiento" de importancia relativa menor, tuvo un incremento en el último año del 65% lo que estaría poniendo de manifiesto el mayor dinamismo que esta categoría está adquiriendo en la actualidad. Dicha modalidad incluye casas propias, alquiler de cabañas, departamentos, cruceros, bed & breakfast, entre otros.



Elaboración propia en base a cifras del INDEC, ETI 2005.

En lo que se refiere a la **modalidad de organización del viaje** los resultados muestran que de los 1.786.712 turistas arribados por Ezeiza en el 2005, el 33,5% ha contratado un paquete turístico; un 26,7% de los turistas ha decidido organizar su viaje por cuenta propia y un 17,7% ha recurrido a contratar servicios en forma individual a través de una agencia de viaje.

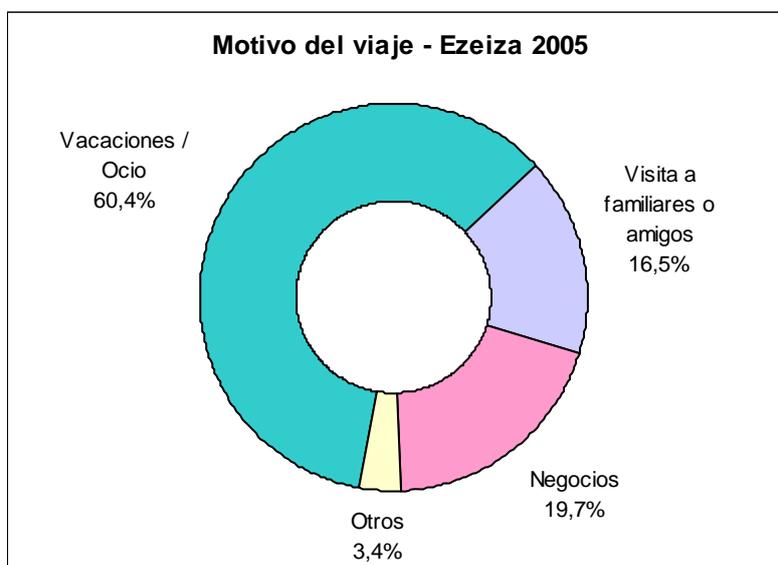
Es importante mencionar que el 22,1% del total (394.470), ha recibido el viaje organizado por la empresa para la cual trabaja o por terceras personas, notándose un incremento significativo (100,3%) de esta modalidad entre el 2004 y el 2005.



Elaboración propia en base a cifras del INDEC, ETI 2005

El promedio de días de **permanencia** en el país para todos los turistas extranjeros que llegaron a Ezeiza fue de 12,4 días, con valores oscilantes, como veremos luego, según el tipo de alojamiento utilizado.

En cuanto al **Motivo del viaje**, el ocio o las vacaciones fue mencionado como principal motivo por el 60,4% de los turistas llegados a Ezeiza. Los siguientes motivos en orden de importancia fueron los negocios (19,7%); la visita a familiares y amigos (16,5%) y otros motivos (3,4%).



Elaboración propia en base a cifras del INDEC, ETI 2005.

El **Gasto medio** de los turistas arribados por Ezeiza (u\$s 1054,10) fue superior al de los turistas extranjeros llegados a Argentina por todos los puestos o pasos (u\$s 836,30).

El **Gasto promedio por pernoctación** en el 2005 asciende a u\$s 84,90, valor estrechamente vinculado al tipo de alojamiento utilizado.

Así podemos ver que los turistas alojados en hoteles de 4 y 5 estrellas son los que han tenido el mayor gasto por pernoctación (u\$s 173,40) con la menor permanencia promedio (6,4 días). Permanecen por períodos más extensos los turistas alojados en otros tipos de alojamiento (28,6 días) registrando valores de gasto por día de u\$s 50,30. Asimismo los que se hospedan en casas de familiares o amigos (22,7 días) gastan u\$s 37,20.

**Turistas, Permanencia promedio y Gasto por pernoctación, por Tipo de alojamiento más frecuente.
Aeropuerto Internacional de Ezeiza. Año 2005**

Tipo de alojamiento más frecuente	Turistas	Permanencia promedio Días	Gasto por pernoctación U\$S
TOTAL	1.786.712	12,4	84,9
Casa de familiares o amigos	368.823	22,7	37,2
Hotel 1, 2 y 3 estrellas	375.433	9,5	98,8
Hotel 4 y 5 estrellas	884.443	6,4	173,4

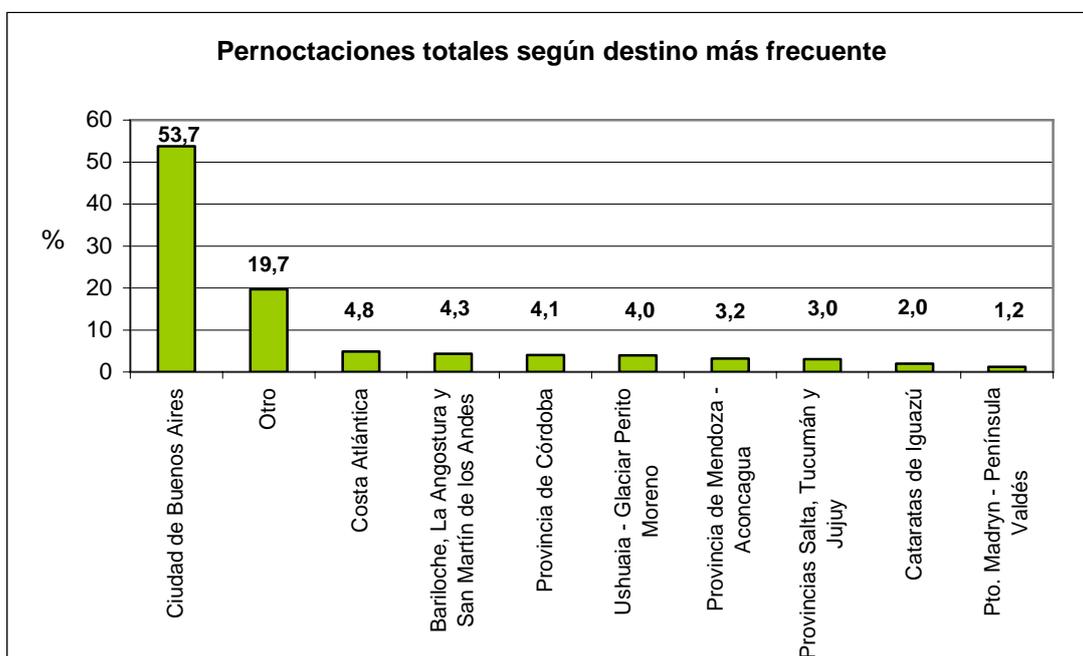


Otro	158.013	28,6	50,3
------	---------	------	------

Elaboración propia en base a cifras del INDEC, ETI 2005.

La Ciudad de Buenos Aires es el **destino** donde se registra la mayor cantidad de pernотaciones (53,7% del total), se puede decir que es el lugar preferido por los turistas internacionales. Las restantes localidades del país, en forma individual, no alcanzan a superar el 5% del total de pernотaciones.

En el siguiente gráfico, se muestran desagregadas las localidades con porcentajes superiores al 1% del total de las pernотaciones. Las restantes localidades están agrupadas en "Otro" destino.

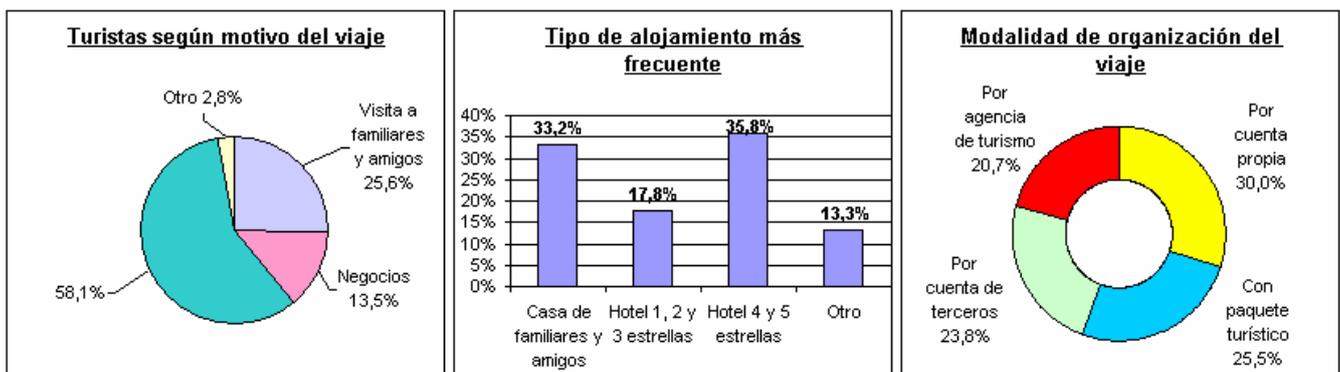


Elaboración propia en base a cifras del INDEC, ETI 2005.

Principales mercados: Características del viaje de los turistas arribados a Ezeiza

EUROPA

- Durante el año 2005 han ingresado a través de Ezeiza un total de 478.955 turistas residentes en Europa (26,8% del total de los arribados por ese lugar).
- El tipo de alojamiento hotel 4 y 5 estrellas alcanza el mayor porcentaje (35,8%) seguido por la casa de familiares o amigos (33,2%).
- En lo que se refiere a la forma de organización de los viajes, los resultados ponen de manifiesto la importancia de los viajes no organizados: el 53,8% de los turistas europeos vino a la Argentina sin contratar un paquete turístico o servicios individuales a través de agencias de turismo: el 30% adquirió los servicios por cuenta propia y el 23,8% recibió el viaje organizado por terceros.
- La estadía promedio fue de 19,4 días, constituyéndose los europeos en los turistas que permanecieron por períodos mas prolongados.
- El gasto promedio por pernoctación fue de u\$s 70,85. Son los que registran el nivel de gasto promedio más bajo.
- El motivo del viaje más frecuente fue el ocio o las vacaciones (58,1%) seguido por la visita a familiares o amigos (25,6%).



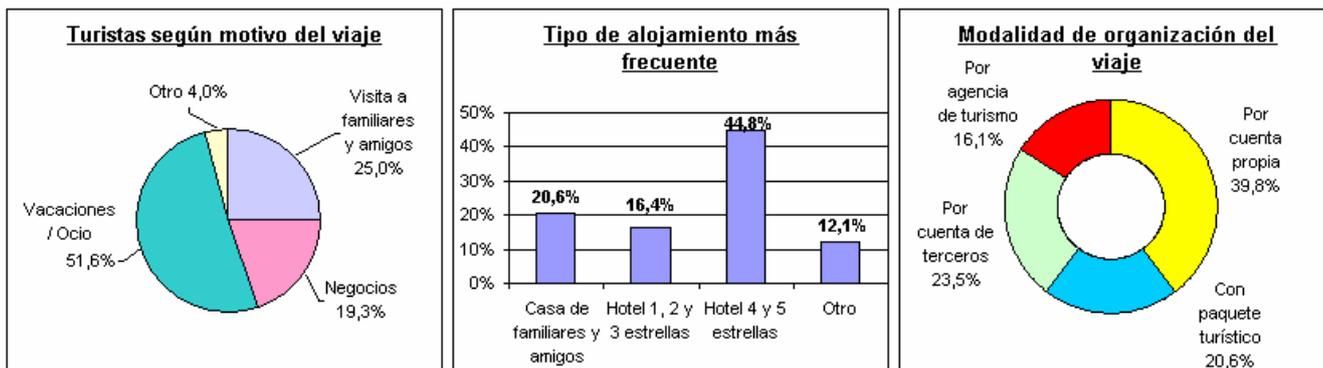
Elaboraciones propias en base a cifras del INDEC, ETI 2005.

AMÉRICA DEL NORTE (EE.UU. Y CANADÁ)

- Los turistas provenientes de EEUU y Canadá que arribaron en el 2005 por Ezeiza alcanzan un total de 287.134 (16,1% del total).
- El tipo de alojamiento utilizado con más frecuencia por los visitantes de este origen fue el hotel de 4 y 5 estrellas, concentrando al 44,8% de los turistas.
- En cuanto a la organización del viaje es notoria la cantidad de turistas que lo hacen sin recurrir a una agencia de viajes ya sea por cuenta propia (39,8%) contactando directamente a los hoteles,

compañías de transporte, etc., o por cuenta de terceros (23,5%).

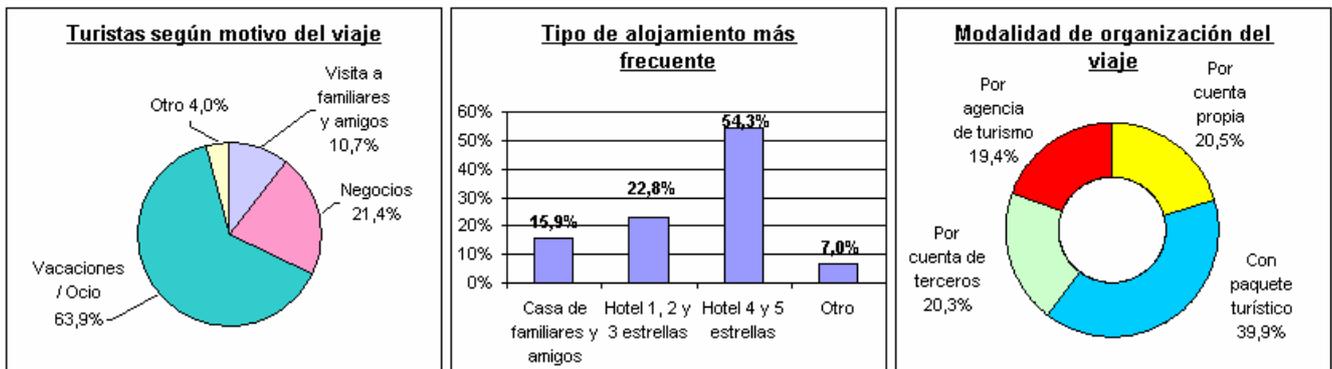
- La permanencia promedio en nuestro país de los turistas residentes en América del Norte fue de 14,6 días.
- El gasto promedio por pernoctación fue de u\$s 88,69.
- La principal motivación del viaje fueron las vacaciones y el ocio (51,6%), seguida por la visita a familiares o amigos (25,0%).



Elaboraciones propias en base a cifras del INDEC, ETI 2005.

RESTO DE AMÉRICA

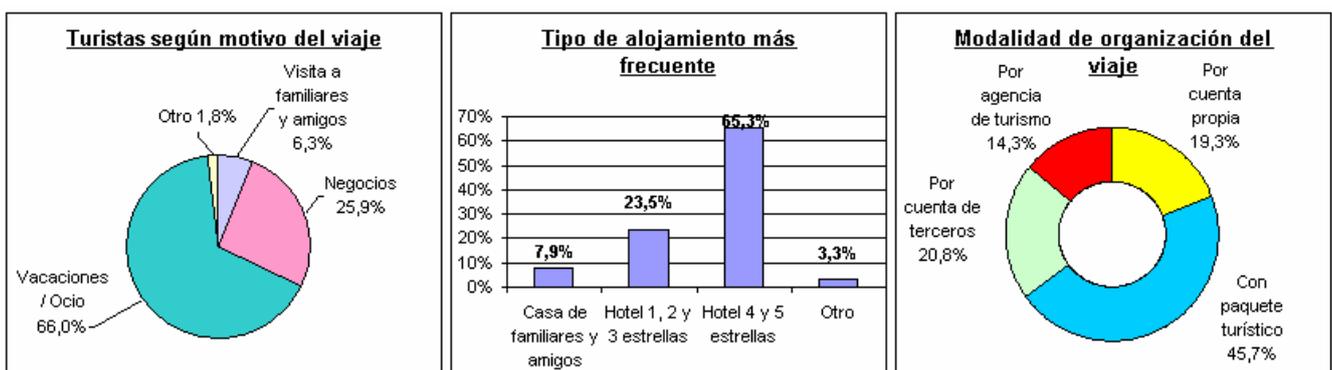
- Los turistas residentes en América Latina - exceptuando los países limítrofes- que ingresaron por Ezeiza en el año 2005 suman 279.410 (15,6% del total).
- Se alojaron mayoritariamente en hoteles de 4 y 5 estrellas (54,3%).
- Considerando la forma de organización del viaje se destaca la relevancia (59,3%) de los viajes organizados: el 39,9% de los turistas ha venido a Argentina contratando un paquete turístico y el 19,4%, servicios individuales a través de agencias de turismo.
- La duración de la estadía media en Argentina fue de 11,2 días.
- El gasto por cada pernocte efectuado por los residentes latinoamericanos de países no limítrofes se encuentra dentro de los niveles más altos, siendo de u\$s 103,60 para el 2005.
- El 63,9% de ellos visitó nuestro país por razones de vacaciones u ocio.



Elaboraciones propias en base a cifras del INDEC, ETI 2005.

BRASIL

- El total de turistas residentes en Brasil que visitaron nuestro país durante el año 2005 utilizando como vía de acceso Ezeiza fue de 275.976 (15,5 % del total).
- El tipo de alojamiento más utilizado fue el hotel de 4 y 5 estrellas, concentrando al 65,3% del total de turistas.
- En cuanto a la organización del viaje, la contratación de un paquete turístico figura como el más importante con el 45,7%.
- La cantidad de días que permanecieron en nuestro país fue en promedio de 6,2 días.
- El gasto promedio por pernoctación ascendió a u\$s 111,50, siendo los que más gastan por día.
- Si bien el porcentaje más alto de turistas ha tenido como principal motivo del viaje las vacaciones (66%), se registra una importante cantidad de visitantes que lo hace por motivo de negocios (71.572 turistas, equivalente al 25,9% del total). Cabe destacar que son los brasileros quienes más vienen al país por ese motivo.

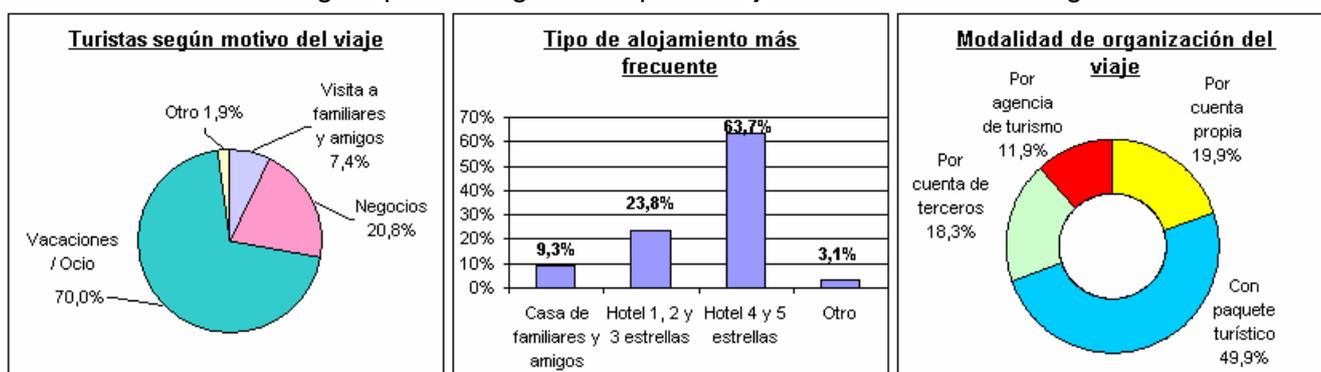


Elaboraciones propias en base a cifras del INDEC, ETI 2005.

CHILE

- La cantidad de turistas chilenos que llegaron a la Argentina a través de Ezeiza en el 2005 fue de 240.147 (13,4% del total).

- El tipo de alojamiento mayoritariamente utilizado es el hotel de 4 y 5 estrellas, elegido por el 63,7% de los turistas.
- En lo que se refiere a la organización del viaje, prácticamente la mitad de los turistas arribados ha contratado un paquete turístico (49,9% del total), lo cual refleja que son los turistas residentes en Chile los que proporcionalmente más adoptan esta forma de organización.
- La estadía promedio fue de 4,6 días, siendo los chilenos los que permanecieron por períodos más cortos.
- En cuanto al gasto por cada pernoctación, el mismo fue de u\$s 110,10 encontrándose entre los turistas que efectúan el nivel de gasto superior.
- Las vacaciones o el ocio ha sido para el 70% de ellos el principal motivo de viaje, siendo los visitantes de este origen quienes registran el porcentaje más alto en esta categoría.



Elaboraciones propias en base a cifras del INDEC, ETI 2005.

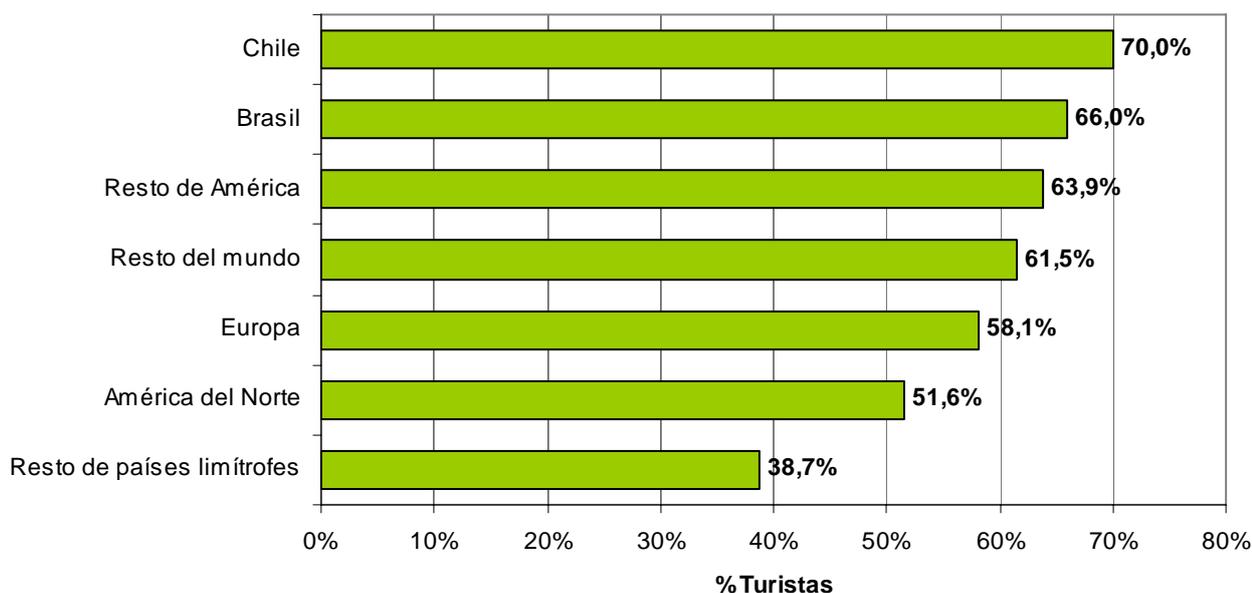
Comparación de las características del viaje entre los principales mercados emisores

Tratando de buscar similitudes y diferencias en las características del viaje de los turistas arribados por Ezeiza en el 2005, se seleccionaron -para cada una de las variables que caracterizan el viaje- aquellas categorías consideradas más relevantes. En *Motivo del viaje*, se eligió para la comparación, la categoría "Ocio o vacaciones"; en *Tipo de alojamiento* utilizado, el "Hotel 4 y 5 estrellas" y en *Modalidad de Organización del viaje*, "Con paquete turístico" y "por agencia de turismo".

En esta oportunidad incluimos a los países de "Resto de América" y Resto del Mundo" a pesar de su escasa participación en el total de llegadas.

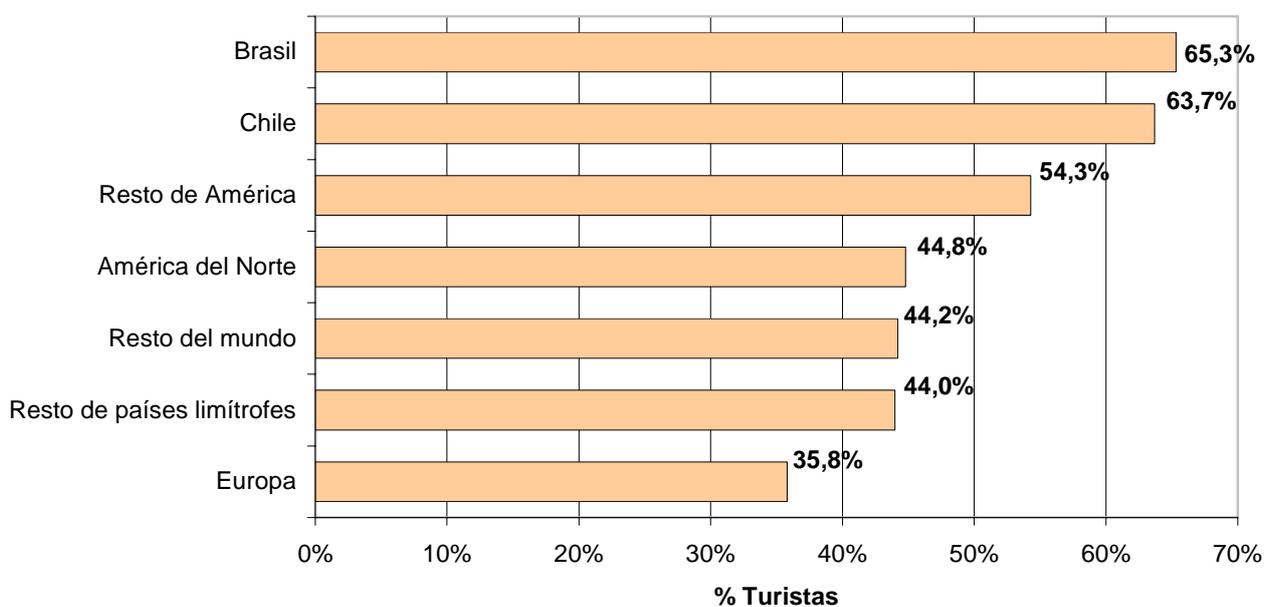
En los gráficos se pueden apreciar los valores que presentan las categorías elegidas según el país de Origen de los turistas.

Motivo del viaje: "Ocio o vacaciones"



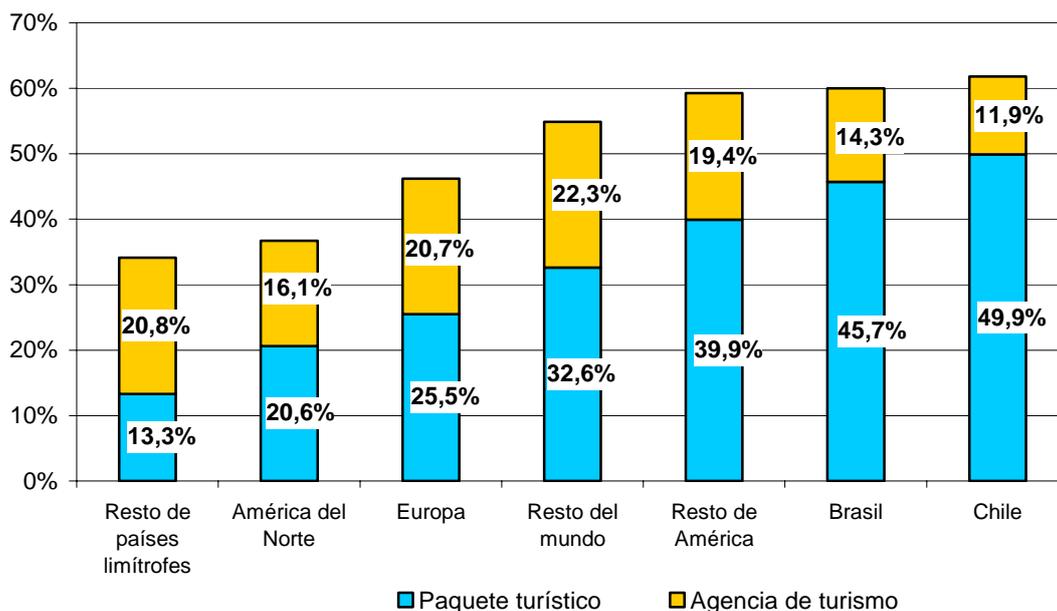
Elaboración propia en base a cifras del INDEC, ETI 2005.

Tipo de alojamiento utilizado: "Hotel de 4 y 5 estrellas"



Elaboración propia en base a cifras del INDEC, ETI 2005.

Modalidad de organización del viaje: "con Paquete turístico" y "por agencia de turismo"



Elaboración propia en base a cifras del INDEC, ETI 2005

Como resultado de la comparación efectuada surgen los siguientes agrupamientos:

- *Primer grupo* - turistas procedentes de Brasil y Chile: vienen mayoritariamente por ocio o vacaciones (valores entre el 66 y 70%); recurren a agencias de turismo para gestionar el viaje - en una alta proporción gestionan un paquete turístico (entre el 45 y 50%) - , y se alojan, en proporciones superiores al 60%, en hoteles con amplia cobertura de servicios (4 y 5 estrellas).

- *Segundo grupo* – turistas procedentes de “Resto de América” y Resto del Mundo”: tienen comportamiento similar a los del primer grupo pero con proporciones menores. Manifiestan como segundo motivo del viaje los “negocios” y como segundo tipo de alojamiento el hotel de menor categoría (1,2 o 3 estrellas). En cuanto a modalidad de organización, el porcentaje de los que recurren a una agencia de turismo para contratar servicios individuales o paquetes es cercano a los del primer grupo de turistas aún cuando es mucho más baja la proporción de los que gestionan un paquete turístico.

- *Tercer grupo* – turistas procedentes de Europa y América del Norte: si bien el motivo “ocio o vacaciones” es mencionado por más de la mitad de los viajeros de esos países, es notoria la relevancia que tiene el segundo motivo de viaje (visita a familiares o amigos). En el tipo de alojamiento sigue teniendo mayor frecuencia los que se alojan en hoteles de 4 y 5 estrellas pero supera el 20% el alojamiento en casa de familiares y amigos. Esto lleva a que se recurra menos a una agencia de turismo para gestionar el viaje (entre el 37 y el 46%).

- *Cuarto grupo* – “Resto de países limítrofes”: vienen casi en la misma proporción por “ocio o vacaciones” que por “negocios”; la mayor frecuencia en tipo de alojamiento también la tiene el hotel



de 4 y 5 estrellas pero en porcentaje inferior (44%) al de los otros turistas, a excepción de los procedentes de Europa. Recurren en un 34,1% a una agencia de turismo para gestionar el viaje aunque sólo el 13,3% lo hace para contratar un paquete turístico.



PROYECCIONES DEL TURISMO RECEPTIVO PARA EL LARGO PLAZO

La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha efectuado estimaciones sobre el turismo internacional para el largo plazo, tomando como base el año 1995. Las mismas contemplan el arribo en el mundo, de 1.006 millones de turistas internacionales en el año 2010 y 1.561 millones en el 2020, a una tasa de crecimiento promedio anual del 4,1%.

Con relación al turismo internacional en Argentina señala que entre 1995 y 2020, el mismo aumentará a un ritmo mayor que el mundial mencionado anteriormente. El incremento promedio anual previsto para las llegadas a nuestro país, es del 5,1%.

Si bien se señala que este incremento en las llegadas de turistas extranjeros al país, se deberá a los mercados emisores tradicionales de América del Sur (países limítrofes), señala la evolución de "Otros países de las Américas (no limítrofes) y la de Otros países del Mundo quienes presentan tasas de crecimiento que superan notoriamente al promedio".

El siguiente cuadro muestra la evolución de cada mercado para el año 2010 y para el 2020, a partir del año base de las proyecciones (1995). Se adicionaron datos del año 2005 registrados en el país por la Secretaría de Turismo de la Nación, para visualizar nuestra situación actual.

Proyecciones de llegadas de turistas a Argentina, por principales mercados

Mercados emisores	Datos registrados 1995	Datos registrados 2005	Proyecciones		Tasa crecimiento 1995-2020 %
			2010	2020	
Total país	2.288.694	3.895.396	5.062.394	7.970.855	5,1
Países limítrofes	1.709.499	2.323.776	3.628.184	5.541.258	
Chile	465.743	978.475	968.246	1.503.657	4,8
Paraguay	415.945	302.174	804.696	1.191.146	4,3
Uruguay	387.328	438.153	804.139	1.134.318	4,4
Brasil	316.784	453.346	793.942	1.293.248	5,8
Bolivia	123.699	151.628	257.161	418.889	5,0
Países No limítrofes	579.195	1.571.620	1.434.211	2.429.598	
América del Norte	178.180	371.407	426.453	694.646	5,6
Otros países de América	100.440	356.852	283.653	532.455	6,9
Europa	248.348	633.536	576.611	925.630	5,4
Otros países del Mundo	52.227	209.825	147.494	276.867	6,9

Fuente : OMT - Turismo: Panorama 2020 (años 1995;2010 y 2020)

Año 2005, SECTUR



GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Turismo internacional:** Categoría de turismo que incluye el turismo receptivo y el turismo emisor.
- **Turismo receptivo:** Forma de turismo que comprende a los no residentes que llegan al país.
- **Turismo emisor:** Forma de turismo que comprende a los residentes del país que viajan a otro país.
- **Visitante:** Toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.
- **Turista:** Un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.
- **Excursionista (visitante de día):** Un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.
- **Pernoctaciones:** Es el número de noches que cada viajero permanece, fuera de su residencia habitual, alojado en el lugar visitado.
- **Gasto total:** Comprende todo gasto de consumo de bienes y servicios efectuados por un viajero o por cuenta de un viajero durante su estadía en el lugar visitado.
- **Gasto medio por turista:** Resulta del cociente entre el gasto total y el número de turistas. Es una medida aproximada de lo que cada turista gasta en promedio en un viaje.
- **Gasto promedio por pernoctación:** Resulta del cociente entre el gasto total y el número de pernoctaciones. Es una medida aproximada del gasto que cada turista realiza en el lugar visitado por día.
- **Permanencia promedio / Estadía promedio:** Aproximación al número medio de días que los viajeros permanecen en los establecimientos turísticos. Se obtiene como cociente entre el número de pernoctaciones y el de viajeros.
- **Encuesta de Turismo Internacional (ETI):** Es un operativo realizado por la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR) y el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) con el objetivo de contar con información sobre la actividad turística que permita elaborar la Cuenta Satélite de Turismo. La ETI tiene como objetivo medir el flujo y el gasto de los viajeros no residentes mientras permanecen en la Argentina (Turismo Receptivo) y de los viajeros residentes en la Argentina mientras permanecen

en el exterior (Turismo Emisivo).

Para ello encuesta a los viajeros residentes al momento de regresar al país y a los no residentes cuando abandonan el territorio argentino, es decir, que han concluido su viaje.

La ETI 2005, que reconoce como antecedentes las realizadas en 1996, 2001 y 2004, se releva actualmente en los siguientes sitios: Aeropuerto Internacional de Ezeiza; Aeropuerto Jorge Newbery; Puerto de Buenos Aires; Paso Internacional Los Horcones, Mendoza; Puente Internacional Tancredo Neves, Puerto Iguazú, Misiones; Puente San Ignacio de Loyola, Clorinda, Formosa; Puente Internacional Puerto Unzué, Gualeguaychú, Entre Ríos.

- **Motivo principal del viaje:** Motivo que determina la realización del viaje. Se habla de motivo principal porque es frecuente encontrar situaciones en las que combinan más de un motivo: ocio y negocios, visita a familiares y estudio, etc. La clasificación utilizada en la ETI comprende:

* Vacaciones y ocio: recorrido de lugares de interés, compras, asistencia a acontecimientos deportivos y culturales, deportes activos no profesionales, actividades en contacto con la naturaleza, cruceros, juegos de azar, luna de miel.

* Negocios, congresos, etc.: asistencia a reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones, misiones oficiales, actividades deportivas profesionales, instalación de máquinas o equipos, inspecciones, compras y ventas por cuenta de la empresa a la cual se representa.

* Visita a familiares o amigos: se incluye también aquí las visitas efectuadas para cuidar enfermos o asistir a exequias de familiares o amigos.

* Otros: incluye tratamientos de salud, viajes de estudios, participación en acontecimientos religiosos, así como trabajo remunerado en el lugar de destino.

- **Tipo de alojamiento utilizado:** Se lo divide en dos grandes grupos:

* Establecimientos de alojamiento turístico colectivo:

- Categorías 4 y 5 estrellas, que comprende los hoteles, apart hoteles, hoteles de playa, clubes residenciales y establecimientos similares con servicio incluidos en estas categorías.

- Categorías 1,2 y 3 estrellas, que incluye hoteles, pensiones, casa de huéspedes, albergues, residencias para turistas y alojamientos similares con servicios hoteleros incluidos en estas categorías.

* Alojamiento turístico privado y otros:

- Casa particular, propia, de familiares o amigos. Incluye las casas y departamentos considerados como vivienda secundaria del hogar propietario. Este tipo de alojamiento comprende también viviendas con régimen de " tiempo compartido ".



-Alquiler de casa y otros que comprende el alquiler de casas, departamentos o “tiempo compartido” y otros tipos de alojamiento no incluidos precedentemente.

- Forma de organización o modalidad del viaje

* Con paquete turístico: cuando el viajero contrata en una agencia de viajes al menos dos servicios que se pagan en forma conjunta. Por este motivo este tipo de viajero puede informar el gasto total del paquete pero no su desagregación en alojamiento, comidas, traslados y excursiones.

* Por cuenta propia: cuando el viajero adquiere los servicios en forma directa contactando, ya sea personalmente o por otro medio (teléfono, Internet), a la compañía aérea, al hotel, etc.

* Por agencia: cuando el viajero contrata servicios a través de una agencia de viajes, sin que éstos conformen un paquete turístico.

* Por cuenta de terceros: cuando el viaje es organizado por la empresa en la cual trabaja el viajero o por terceras personas. En estos casos, el visitante usualmente conoce las características del viaje aunque no siempre conoce el monto gastado.



Cultura Santamaría

(Periodo Desarrollos Regionales 850 DC - 1480 DC)

La cultura Santamaría se extendió geográficamente a lo largo de los valles Calchaquí, del Cajón y Yokavil -antiguo nombre del actual valle de Santa María-, en los territorios de las provincias de Catamarca, Tucumán y Salta.

Su economía se basó en el desarrollo de la agricultura intensiva, con obras de riego (represas, canales, andenerías, etc.). También practicaron la ganadería de llamas, alpacas, y vicuñas a las que trasladaban en épocas de verano buscando las zonas más propicias de pastoreo.

Su patrón de poblamiento, si bien se diferencia por zonas y etapas, se caracteriza por la construcción de ciudades, con delimitación de áreas para actividades específicas -molienda, basurales, cementerios-, trazado de calles y plazas intramuros, y la construcción de sistemas defensivos en altura (pukará). En algunos asentamientos (Quilmes) se observan casas de tipo comunal para el asentamiento de familias extendidas.

Su idioma era el “kaka” o “kakan” que desapareció bajo la presión cultural de la conquista, primeramente de los Inkas (1480-1535 DC) y finalmente de la española.

La metalurgia alcanzó un extraordinario desarrollo, elaborándose piezas escudos, pectorales, hachas, discos) en bronce con una elevada proporción de estaño (13%).

El elemento diagnóstico más común es su alfarería, caracterizada por la presencia de urnas para enterratorios, pucos, jarros, ollas, etc. en las que se manifiesta con frecuencia los rasgos iconográficos más sobresalientes de esa expresión cultural.

El “*sury*”, denominación del avestruz americano en el Noroeste de nuestro país y cuya imagen hemos tomado para esta publicación, con su carrera zigzagueante y su plumaje desplegado representa la danza que estas aves realizan antes de las tormentas, preanuncio de la lluvia vital para los sembradíos

