

Asociación Uruguaya de Historia Económica (AUDHE)

Terceras Jornadas de Historia Económica

Montevideo, 9 al 11 de julio de 2003

Simposio N° 22

Nombre del simposio: “Turismo, espacio y ciudad a partir del S. XIX. Hacia una visión multidisciplinaria”

Coordinadores: Nelly da Cunha, Alvaro López Gallero, Elisa Pastoriza

Título de la ponencia: *PROYECTO: BUENOS AIRES, TURISMO Y PROGRESO*”

Autor(es): Gisela Garzón de la Roza, Lucio Fonzo

Adscripción institucional: Fundación Argentina para una República con Oportunidades (FARO)

Correo electrónico: pequegarzon@fibertel.com.ar, luciofonzo@mail.com

“PROYECTO: BUENOS AIRES, TURISMO Y PROGRESO”

Un balance del período que va desde aproximadamente el año 1997 hasta la fecha permite seleccionar indicadores y hechos que determinan en primer lugar una gran inercia en el turismo receptivo y luego, a partir de la devaluación del peso del año 2002, un fuerte despegue de la actividad turística de Buenos Aires en su centro urbano más importante, la Ciudad Autónoma de Bs. As. Quedan también manifiestas las dificultades crecientes de los sucesivos gobiernos para profundizar reformas estructurales pendientes. Muy fuertemente relacionado a este tema está el del empleo, que desde 1997 hasta hoy, de haber registrado en primera instancia una mejora porcentual del 0.7 puntos, pasó a registrar una estrepitosa caída que alcanza más del 21%, cifra histórica en el país. Esto por supuesto, tuvo repercusiones específicas en el rubro turístico.

Un impacto significativo de la crisis financiera y económica sufrida por la economía argentina en el último período, fue el avance de la pobreza, lo cual también se puso de manifiesto en una ciudad cada vez más afectada, y que muestra signos de verdadera decadencia urbana. Entendemos entonces que el planeamiento urbano que decididamente mejoraría las condiciones estructurales de recolección de la basura, de prevención de las inundaciones, de tránsito ordenado, de seguridad en las calles y de prevención del delito, el impacto ambiental de la actividad turística, son todas materias sobre las cuales el crecimiento turístico tendría un importante impacto positivo. En un movimiento retroalimentado entre la generación de mayores ofertas laborales, y la necesidad de poner al día las mejoras visibles de la ciudad para su eventual visita turística, se daría así una espiral positiva entre crecimiento y mejoramiento de las condiciones materiales de la ciudad de Buenos Aires. Es en este sentido entonces, que

intentamos pensar cuales serían las formas más directas y accesibles de medir los perfiles turísticos, las condiciones actuales de desarrollo, etc, del turismo en la Ciudad, para así darle la oportunidad de alcanzar un progreso sustancial en sus distintas áreas.

La idea sería entonces potenciar la visita de turistas internacionales que tienen como destino principal la city porteña, como capital no sólo de los negocios, las finanzas los eventos internacionales, sino también captar el sector de los estudiantes, y sobre todo, favorecer su potencial cultural.

Introducción:

Datos y realidades:

Actualmente, los ingresos del sector turismo representan el 7% del PBI y éste es el segundo sector más importante de la economía argentina, después de la industria oleaginosa. El 11 febrero durante un encuentro con la prensa en Buenos Aires, el entonces Secretario de Turismo y Deporte de la Presidencia de Argentina, Daniel Scioli, afirmó que su gobierno quería alcanzar el 13,7% del PBI en el rubro turismo en un plazo de cinco años y convertir este sector en la primera exportación argentina.

"El reto de la Argentina es cambiar la imagen de inseguridad que actualmente tiene el país y ayudar a reinsertarla en el mundo a través del turismo, como hizo España", dijo el ex secretario de Turismo porteño Daniel Scioli y, en este sentido añadió que "el modelo español es nuestro gran desafío". Otro dato que señaló fue que los jóvenes argentinos se están volcando como nunca a estudiar la carrera del turismo, y que hoy por hoy hay

muchas inversiones programadas en el sector, nuevos hoteles, nuevas estructuras y que el desafío actual son los mercados norteamericano y europeo.

El turismo receptivo en general de la Argentina en 2002 ascendió a 3.023.000 turistas frente a los 2.620.000 que habían ingresado en 2001, revirtiendo la balanza negativa del turismo que, durante los '90 había manifestado lo opuesto. En 2001, 4,5 millones de argentinos salían al exterior y esto daba un saldo deficitario en el número de divisas ingresantes, aunque esto se modificó en 2002, año en el que el número de viajeros que salieron de Argentina fue de 2.800.000.

El 68% de los ingresos de 2002 fueron regionales, principalmente por el turismo procedente de Chile, con 800.000 viajeros que entraron en Argentina principalmente por vía terrestre. Después de los chilenos, los viajeros más numerosos fueron los procedentes de Uruguay, Paraguay y Brasil, y luego se ubicaron Perú, Ecuador y México. El turismo de los Estados Unidos y Europa fue menor, sobre todo durante el primer trimestre, período en que los datos fueron más sensibles por lo que se publicaba en los medios acerca de la situación argentina.

En 2002 los ingresos por turismo en general fueron de 2.200 millones de dólares y los gastos en el exterior alcanzaron la cifra de 1.700 millones de dólares, lo arroja un saldo positivo de 500 millones de dólares. Las expectativas para 2003, son de aumentar los ingresos en un 25% con respecto al año pasado. El turismo en la actualidad genera en Argentina 500.000 empleos directos y entre 500.000 y 700.000 indirectos, mientras que el gasto medio por turista y día fue de 77 dólares en 2002. Aunque en el mes de enero de 2003 el gasto promedio por turista en la Ciudad de Buenos Aires ascendió a 160 dólares aproximadamente.

En este sentido, desde FARO estamos analizando propuestas de crecimiento y desarrollo en el sector del turismo para la Ciudad de Buenos Aires. El diagnóstico al que arribamos es alentador porque nos señala que hay un gran trabajo por delante, y también grandes posibilidades de crecimiento que le garantizarán a la Ciudad una gran autonomía económica con el mayor ingreso de divisas.

Problemática

Si bien Buenos Aires cuenta con puntos turísticos tradicionales de gran atractivo y con una adecuada organización, existen numerosos sectores de la ciudad que permanecen al margen de los ingresos potenciales asociados a la actividad turística.

Muchos de estos sectores gozan de un importante perfil cultural y una base de infraestructura relativamente desarrollada, pero sus actividades comerciales y recreativas se encuentran volcadas casi exclusivamente a los residentes de la zona.

Propuesta

Si se pretende consolidar una visión de Buenos Aires basada en su variedad y perfil cosmopolita como medio para fomentar la llegada de visitantes del país y del mundo, sería decididamente beneficioso integrar en forma progresiva a otros barrios y áreas de interés además de los corredores tradicionales, representados históricamente por La Boca, Recoleta, la calle Florida y San Telmo.

Ventajas

Una adecuada puesta en práctica de la propuesta anterior debería representar ventajas como las siguientes:

- Se enriquece la oferta turística de Buenos Aires
- Permite brindar al turista (especialmente al extranjero) una visión más completa y realista de la ciudad que está visitando
- Incentiva una estadía más prolongada del turista en la ciudad, reteniéndolo por medio de una mayor variedad de propuestas (esto apunta especialmente al segmento de turistas que consideran a Buenos Aires como la “puerta de entrada” al resto del país)
- Se ofrece a los comerciantes de zonas no tradicionalmente asociadas con el turismo la posibilidad de acceder a nuevos clientes, contribuyendo con el desarrollo de esas áreas
- Se abre el camino a una descentralización de la actividad turística, concentrada casi exclusivamente en la zona costera de la ciudad

Plan de Acción para el Desarrollo Turístico de la Ciudad de Buenos Aires 2003:

OBJETIVOS

En líneas generales el trabajo apuntaría a mejorar la oferta existente (en calidad y variedad) con el fin de incrementar los beneficios de la actividad turística para la Ciudad. Dos temas sobre los que vamos a trabajar son las posibilidades de integración del sector Pymes a la cadena de valor, y la identificación de hábitos de consumo entre los distintos perfiles de turista que llegan a Bs. As.

Los objetivos de este proyecto serán:

Desarrollar la marca “Buenos Aires abre sus puertas al Mundo” con nuevos circuitos turísticos que integren los corredores tradicionales – La Boca, San Telmo, Florida, Recoleta, etc.- con los no tradicionales –Puerto Madero, Nueva Costanera Sur, Palermo

Hollywood, Abasto y Caballito, zona Retiro, Av. Corrientes, etc.- así como incluso con áreas aledañas a la Ciudad pero muy accesibles como El Tigre y el recorrido del Tren de la Costa.

Posicionar a la Ciudad de Buenos Aires como un destino turístico multifacético y diversificado debido a su potencial de desarrollo, incentivando especialmente el turismo combinado entre localidades y barrios de la Ciudad. La idea es integrar el turismo histórico con turismo urbano y artístico/cultural. Esto se logrará aprovechando la infraestructura existente, y facilitando la creación de nuevos servicios turísticos, contando con el patrocinio de las direcciones de Turismo, Cultura y Medio Ambiente dentro del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Los circuitos turísticos permitirán organizar la oferta, aprovechar mejor los recursos, lograr una imagen única de cada zona y a la vez un concepto dinámico de todas las opciones que vale la pena conocer.

Lograr que los diferentes actores relacionados con el turismo de la Ciudad -empresarios derivados, cámaras empresarias, asociaciones regionales, intendencias y comunas, secretarías de turismo y de la producción- se relacionen e integren entre sí, potenciando de este modo su capacidad de captación y recepción de turistas, siendo el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires su principal asistente y promotor.

Crear una “Agencia de Información para el Turista” que esté articulada desde el Gobierno de la Ciudad y a la cual tengan fácil acceso los turistas que visitan la misma. En este mismo sentido, será necesario unificar en Internet una base de datos completa sobre todas las websites que informen sobre los diferentes aspectos de una visita a Buenos Aires, desde lugares para visitar, como datos sobre la vida nocturna de la misma, su seguridad, la historia de sus localidades, sus personajes célebres, etc.

PERFIL DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Los datos que tenemos en cuenta en la selección de variables a analizar serían:

INFORMACIÓN GENERAL

- Ubicación geográfica
- Población (ciudad y GBA)
- Población (% sobre total país)
- Fecha de fundación y resumen histórico (origen del nombre, etc)
- Comparación de población con otras ciudades del mundo
- Características de la ciudad: sede del gobierno, centro financiero, cultural
- Cuadro de distancias respecto a otras capitales del mundo
- Infraestructura y transportes: puerto, aeropuertos, trenes, subte, etc.
- Geografía (relieve, clima)
- PBI de la ciudad y % sobre el total del país

SOCIEDAD Y CULTURA

- Calidad de vida: esperanza de vida, alfabetismo, desocupación, etc.
- Aspectos culturales destacables: museos, bibliotecas, salas de cine, teatros, prensa, etc.
- Hitos importantes: eventos deportivos, musicales y otros que se hayan destacado
- Costo de vida: precios de referencia y comparación con otras ciudades del mundo
- Características de la población: composición, hábitos y costumbres
- Descripción demográfica y edilicia (densidad por zonas, tipos de edificios, espacios verdes)

ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA CIUDAD

- Cantidad de turistas recibidos (último dato y evolución)
- Procedencia de los turistas
- Ingresos por Turismo como % del PBI de la ciudad e ingresos por Turismo a nivel país
- Proyecciones del sector
- Principales puntos turísticos y de interés general
- Lugares tradicionalmente explotados para el turismo
- Nuevas propuestas y su potencial
- Actividades en marcha para fomentar el turismo (desde la ciudad y a nivel nacional)
- Coordinación de los esfuerzos actualmente destinados a la promoción del turismo en la ciudad

PERFIL DEL TURISTA

- Edad
- Procedencia
- Gasto promedio y tipo de consumo
- Estadía promedio
- Cómo y con quién viaja
- Estilos de vida, preferencias

ÁREAS CLAVES DE ACCIÓN

- Aspecto Cultural en la CBA (ofertas de cine, teatro tradicional y a la gorra, cafés literarios, eventos culturales, recitales, museos, ferias)
- Espacios Verdes y Monumentos Históricos
- Hotelería y Hospedaje
- Logística y Medios de Transporte
- Gastronomía y restaurantes temáticos
- Otras Pymes relacionadas al Turismo

La idea es integrar en un ***circuito tridimensional*** al **Estado** con su rol coordinador, es decir a las Secretarías de Turismo, de Cultura y De Medio Ambiente en las esferas del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, junto con las **Pymes** relacionadas al Turismo (guías e informadores públicos, hospedaje y hotelería, gastronomía, imprenta y editoriales, diseño gráfico, transporte, etc.), y el **Turista**, que sería el beneficiario de

estas medidas. El mismo tendrá que ser “segmentado” de acuerdo a su perfil, para lo cual identificamos tres variables fundamentales:

- edad, perfil etario
- país de origen (que determina las pautas culturales)
- poder adquisitivo (que tiene implicancias en el gasto según los hábitos)
- período de estadía en la Ciudad (que determina si son turistas incidentales ó “turistas golondrinas”, ó turistas reales)

Será fundamental determinar la *estadía promedio* de los turistas en la CBA siendo que el objetivo primordial de esta primera etapa de investigación intenta generar una ampliación de los datos actuales, y el gasto promedio de cada turista en la CBA. El objetivo es vender más al mercado existente, y en el largo plazo, ganar más mercado, es decir más turistas para la Ciudad de Buenos Aires.

También sería pertinente entonces segmentar las diferentes *motivaciones de los viajes* de los turistas urbanos, es decir: entre los que visitan la CBA por *vacaciones y shopping*, los que lo hacen por *negocios, congresos y exposiciones*, los que lo hacen por *estudios e investigaciones*, y los que vienen por motivos de *salud, y otros*.

Es necesario tener en cuenta que Buenos Aires es una ciudad que es visitada siempre y en todas las estaciones del año, con lo cual no hay un fenómeno de alta estacionalidad, lo cual implica que el turismo receptivo no tiene restricciones, y se puede contar con el ingreso potencial de dinero durante todo el año.

Por último, sería pertinente establecer el *gasto promedio actual* de los turistas de la Ciudad, dividiendo principalmente las variables en *alojamiento, alimentación, transporte, espectáculos y entretenimientos, compras, excursiones, comunicaciones,*

para así determinar qué sectores de la economía reciben el impulso dinamizador de la demanda en esta actividad, lo cual afectaría positivamente a toda la economía.

METODOLOGÍA DE IMPLEMENTACIÓN

Una primera etapa estaría centrada en la recopilación de los **datos legislativos** que se reflejan en el Archivo del Congreso, buscando específicamente identificar la **regulación** que ya existe sobre la materia, para crear un **Archivo Legislativo** que actuaría como delimitador de la acción a emprender en la implementación de las propuestas.

Producir los **planes de ejecución** necesarios para la implementación de los programas de incentivo al sector turístico, teniendo en cuenta los números que arrojan las estadísticas actuales del área.

Medir los datos de **desarrollo económico** (CEDOM) que intervienen e influyen actualmente en la actividad, así como identificar a las principales unidades difusoras del rubro que tienen participación en el mismo.

Elaborar un diagnóstico que observe el **impacto económico** estimado de las medidas a adoptarse, con la idea de analizar las mejores formas para estructurar las mismas, y de ver de qué manera hay más actores involucrados que saquen provecho de estas medidas.

OUTPUTS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTE PROYECTO

Formación de una **Base de Datos** sobre el tema, sus investigaciones recientes y los resultados de sus gestiones antes, durante y luego de su implementación, incluyendo en la misma todos los temas relacionados con esta área programática a nivel institucional y

a nivel general para el ciudadano interesado en conocer sobre las opciones que en esta área existen. Esta base estaría al alcance de todos por medio de la publicación y actualización online de la información correspondiente.

Producir **encuestas** permanentes **de opinión** sobre los temas relacionados no sólo a la oferta existente de opciones turísticas –la materia sobre la cual trabajamos- sino también sobre los debates actuales de gestión, dando así la oportunidad al ciudadano de expresar sus ideas, necesidades y reclamos relacionados a estos temas.

CAMBIOS EN LA CONCEPCIÓN DE LO URBANO, DE LO NUESTRO Y DEL OTRO DIFERENTE

La Ciudad de Buenos Aires es históricamente un lugar que aporta una perceptible multiplicidad de formas que reflejan las diferentes realidades que conviven en este espacio.

También hoy representa el atraso económico, una sociedad en constante cambio y quizás en la transición hacia un nuevo marco de desarrollo. En este sentido, algunas de las variables que se relacionan fuertemente son: el factor económico basado en los cambios monetarios-fiscales y de crecimiento-recesión económico, el factor social como

protagonista del subdesarrollo, el factor histórico-cultural que configura la mentalidad del argentino contemporáneo.

Este proyecto se centra en la necesidad de incrementar los beneficios de la actividad turística para la Ciudad, promoviendo en su ámbito, un mejoramiento sensible de la oferta existente de lugares para conocer (en calidad y variedad), teniendo en cuenta los componentes histórico, cultural, la infraestructura existente y su embellecimiento, las variadas identidades que reflejan sus diferentes zonas, su arte multifacético, etc.

El turismo es un fenómeno que permite el surgimiento de una nueva percepción del ámbito urbano como una imagen cambiante a la vez que modifica estos conceptos en función de la importación de hábitos de consumo y sociabilidad foráneos. Es de vital importancia operar un cambio cultural en la aceptación de ésta como una realidad tangible y fructífera para el futuro de la Argentina. Este, a su vez, es un exponente del cambio que impactaría a la región del Cono Sur en América Latina, especialmente en los países que, como Uruguay, reciben una gran influencia relacionada con los movimientos económicos que ocurren en la Argentina. La influencia sería también un contacto cada vez mayor al interior del MERCOSUR como marco de inserción económico más inmediato.

EMPLEO GENERADO POR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

El empleo de personas en este sector está primariamente dividido en las siguientes áreas: hotelería, gastronomía y sommelier; agencias de viajes; aeropuertos y líneas aéreas; y organismos oficiales.

También existe la cadena de eslabonamiento hacia delante, por la cual una creciente población vive del turismo en el sentido que la expansión de este sector implicaría la el incremento de otras actividades asociadas, como comercios, restaurantes, espectáculos, excursiones, transportes, y sus proveedores. Es fundamental entonces tender al crecimiento de un sector que aporta esta cadena de crecimiento hacia delante.

IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA CIUDAD

Debemos lograr reconstruir a la Ciudad como plenamente autónoma, eje de la región metropolitana integrada al MERCOSUR y al mundo que, en el marco de una democracia republicana, participativa, pluralista, transparente, solidaria y descentralizada, y que brinde a sus ciudadanos oportunidades de desarrollo en todas sus formas: cultural, socio-económica, científica, educativa, etc. De esta forma se logrará constituir a la Ciudad en un espacio competitivo que favorezca el bienestar, la calidad de vida y la prosperidad de sus habitantes, lo cual se podrá lograr impulsando el desarrollo productivo a través del turismo nacional e internacional, el comercio, sus industrias y servicios con alto contenido de innovación, capital intelectual y utilización de mano de obra intensiva, prestando servicios de salud, justicia, educación, seguridad; preservando el medio ambiente y conservando el patrimonio histórico cultural.

CONCLUSIONES

El principal aporte que pretendemos hacer mediante nuestra propuesta sea tal vez el de contribuir a una nueva visión más amplia e integradora de los diferentes contextos presentes en la Ciudad de Buenos Aires.

La capital de la Argentina ocupa un lugar históricamente preponderante en los acontecimientos del país, y a lo largo de los años se ha instalado como uno de los polos culturales y económicos de mayor preponderancia en Sudamérica.

Sin embargo, consideramos que mantener un esquema de concentración de los recursos (en sentido económico y también espacial) es una estrategia que limita el desarrollo de numerosas potencialidades en áreas clave del desarrollo económico urbano, como ser la del turismo.

Por tal motivo, uno de los principales focos de este trabajo ha sido el de abordar la actividad turística como una disciplina que englobe a los diferentes participantes bajo la premisa de tender hacia un desarrollo de áreas no tradicionales para esta actividad.

Creemos que los resultados más beneficiosos provenientes de la actividad turística podrán darse mediante la integración plena del sector Pyme a las distintas etapas del proceso. Pero también, que será el Estado en su rol coordinador el que deberá canalizar el funcionamiento de este circuito para asegurar una utilización óptima de los recursos y un reparto justo de los beneficios.

Finalmente, el tercer elemento fundamental que hemos abordado en el presente proyecto es, sin duda alguna, el turista. Éste es el engranaje que mantiene en funcionamiento y justifica la existencia de cualquier programa que se pretenda encarar para satisfacer la demanda turística y generar trabajo en el sector. Porque cada turista es una persona que se ha

interesado por visitar nuestra ciudad, es fundamental que nos preocupemos por conocerlos mejor.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Revista Hotelería & Gastronomía, año 2001
- Horwath Internacional Hotel Business Data, año 2000
- “Estudios y Perspectivas de Turismo”, Buenos Aires, 1998
- Revista Mercado, año 2001
- Revista Novedades Económicas, año 2000
- Reuniones plenarias PRO