

2014

Universidad Nacional de la Plata.

Facultad de ciencias económicas.

Licenciatura en turismo

UN ANÁLISIS DE LA CIUDAD DE ROSARIO: ESTUDIO SOBRE EL AUMENTO DE ESTADÍA



Alumna: Antonucci, Nieves

Tutor: Scuriatti, Emiliano

Fecha de Entrega: 08 de Julio de 2014

Legajo: 74444/2

Email: nievesantonucci@hotmail.com

ÍNDICE

RESUMEN	3
INTRODUCCION	4
INTRODUCCIÓN GENERAL.....	4
MARCO TEORICO	9
MODALIDADES DEL TURISMO	11
RECONOCIMIENTO DEL IMPACTO DE ESTE SECTOR.....	13
LA GESTIÓN PÚBLICA DEL TURISMO ACTUAL	15
DESARROLLO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE ROSARIO	17
OBJETO DE ESTUDIO	20
MODALIDADES TURÍSTICAS EN ROSARIO.....	22
PLAN DE ACCIÓN	29
ITINERARIOS A REALIZAR EN LA CIUDAD DE ROSARIO	29
COOPERACION PUBLICO PRIVADA	33
POLÍTICA TURÍSTICA DENTRO DE LA COOPERACIÓN PÚBLICO-PRIVADO	34
COOPERACIÓN EN LA CIUDAD DE ROSARIO	35
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....	37
ANÁLISIS <i>FODA</i> DE LA CIUDAD DE ROSARIO	44
COMPARACIÓN CON LA CIUDAD DE MENDOZA	47
NIVEL DE ESTADÍA PROMEDIO DE LAS REGIONES.....	47
COMPARACIÓN CON LA GRAN MENDOZA.....	49
DIFERENCIAS ENTRE AMBAS CIUDADES	52
ANÁLISIS DE LA DURACIÓN DE ESTADÍA PROMEDIO DE LOS TURISTAS (EN DÍAS)	55
MEDICION DEL IMPACTO DEL TURISMO EN ROSARIO	59
IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL TURISMO EN ARGENTINA.....	59
IMPORTANCIA DEL TURISMO DE ROSARIO EN LA REGIÓN LITORAL.....	60
IMPORTANCIA DEL TURISMO DE ROSARIO EN LA PROVINCIA	62
EL VALOR RELATIVO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ROSARIO	63
VARIABLES TURÍSTICAS.....	66
COEFICIENTES TURÍSTICOS	67
VARIABLES ELÁSTICAS	70
ANÁLISIS DE LOS EFECTOS INTANGIBLES.....	73
CONCLUSIÓN	77
BIBLIOGRAFÍA	78
ANEXO	81
ENTREVISTAS.....	81
ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA CIUDAD DE MENDOZA Y DE ROSARIO	85
LA IMPORTANCIA DEL TURISMO DE ROSARIO EN LA PROVINCIA	92

RESUMEN

La presente investigación se centra en la ciudad de Rosario, ubicada en el centro este de la República Argentina, y al sur de la provincia de Santa Fe. Es la tercer ciudad de Argentina con la mayor cantidad de habitantes, luego de Buenos Aires y Córdoba, y la segunda ciudad en importancia de la provincia de Santa Fe.

En la actualidad, la ciudad de Rosario se posiciona turísticamente como una *Ciudad de Paso*, considerándosela como un destino de 2 noches y 3 días.

Es a través del siguiente estudio que se propone posicionar a la ciudad como un *Destino final*, de estadía superior, donde se vea beneficiada principalmente la ciudad, a raíz del impacto económico que esto generaría.

Para ello se han propuesto como objetivos, el análisis basado en la caracterización y descripción de todos los atractivos, accesos y servicios con los que cuenta la ciudad. A través de todo el estudio, se llevará a cabo la deducción de variables que permitan estudiar el impacto, que dicho objetivo generaría.

Para lograr los objetivos nos hemos centrado en la comparación con otras ciudades, mejor posicionadas turísticamente, y en la colaboración que existe en conjunto tanto del sector público como del privado. También se llevaran a cabo, acciones que se podrían considerar para aumentar la llegada y la permanencia de los turistas en la ciudad.

A través de entrevistas con personas involucradas en el sector se descubrieron datos interesantes, que se analizarán en todo este proceso, para así fundamentar el estudio del caso.

Finalmente a partir de toda esta investigación, se han desarrollado las conclusiones pertinentes, corroborando si es posible o no, efectuar dicho plan.

Palabras claves: Turismo, Impacto económico, Cooperación, Políticas Turísticas, Planificación Estratégica, Elasticidad, PBI, PBG, Viajeros, Nivel de estadía, Plazas Ocupadas.

INTRODUCCION

INTRODUCCIÓN GENERAL

El turismo para muchos países, constituye una actividad de importancia desde el punto de vista económico, por su capacidad de generar actividades conexas y complementarias de tipo productivo, como son las divisas, y además por generar, empleo directo e indirecto. Por estas razones el turismo es considerado una herramienta de desarrollo integral, con significado económico, contenido social y dimensión política propios (Briceño; 2000. Duque Brito; 2008).

En nuestro país el área turística se ha convertido en un importante sector para la economía. Donde llega la industria turística, surge una oportunidad. Enrique Meyer (Ministro de Turismo de la Nación), sostiene que el sector representa hoy el 7% del Producto Bruto Interno del país, siendo un importante generador de divisas como de fuentes de trabajo.

Según los datos obtenidos del IPEC (Instituto Provincial de Estadísticas y Censos) de Santa Fe, donde además se hacen comparaciones con el país, se pudo observar que en el año 2012, el PBI de Argentina fue de \$468.301 millones a precios constantes de 1993. Enrique Meyer sostiene que el 7% equivale al turismo, lo que daría un valor de \$32.781,07 millones a precios constantes de 1993.

Dicha industria tiene una gran potencialidad a lo largo y ancho de todo el territorio, porque contribuye a fomentar el desarrollo de las economías regionales, algo fundamental para lograr un país federal. (Meyer, E.; 2012)

Además es un sector que favorece múltiples actividades relacionadas, tales como hospedaje, restauración, transportación, entretenimiento, eventos, comercio, construcción, educación, entre otras. Como factor decisivo de desarrollo, es una de las actividades con mayor relevancia a nivel mundial y contribuye al desarrollo económico, social y cultural de muchos países (Mcintosh et al, 2005; Francés, 2003; Briceño, 2000; Duque Brito, 2008)

Con el atractivo de una urbe metropolitana, junto a uno de los ríos más importantes de Sudamérica, el Paraná, y alrededor de un ícono ineludible como el Monumento Nacional a la Bandera, se encuentra la ciudad de Rosario, donde disfrutar de múltiples experiencias y atesorar vivencias inolvidables. (Municipalidad de Rosario; 2013)

En el corazón de la región productiva agrícola-ganadera más importante de la argentina, se encuentra la ciudad de Rosario. “situada en la zona sur de la provincia de

Santa Fe, a 300 kilómetros de la capital federal y a 170 km de la ciudad de Santa Fe, capital provincial. El área alberga a una población de más de 1.300.000 habitantes.

Actualmente, el área metropolitana Rosario contribuye con más de la mitad del Producto Bruto Provincial y con algo menos del 5% al PBI del país. Toda el área reúne el 42% de los establecimientos industriales, el 53% del empleo del sector y el 62% de la producción provincial. De este modo, configura un centro industrial, comercial y financiero.

Según señaló el Ipec, el Producto Bruto Geográfico (correspondiente al PBI de cada provincia) del año 2012, fue de 34.927.702 millones de pesos a precios constantes de 1993. Si el 62% de ese PBG lo contribuye Rosario, entonces la ciudad favorece a la provincia con 21.655.175,24 millones de pesos (ctte de 1993). A la Nación le contribuye con menos del 5%, por lo que sacando el cálculo de 4.5% estimativo, Rosario contribuye con 9.744.828,858 millones de pesos (ctte de 1993). Todos estos datos fueron obtenidos en el 2012 y los datos son estimativos de acuerdo a los porcentajes que exponen los distintos autores.

La ciudad posee, además, adecuada infraestructura de transporte y comunicación, y conexión con los principales centros urbanos regionales”. (Maoderey, O; 2009)

“Hoy, sin dejar de lado su perfil portuario e industrial – asegurado por el resurgimiento del puerto – Rosario se ha ido transformando además en un foco turístico, cultural, y en un centro de captación cada vez más creciente en exposiciones y eventos, muchos de ellos de alcance internacional. No sólo se verifica un cambio cuantitativo, sino fundamentalmente cualitativo. El núcleo de escala intermedia se va convirtiendo paulatinamente en una metrópoli que amplía y diversifica su oferta de actividades y servicios para una extensa región” (Levin, M.; 2011).

En el Plan Rosario Metropolitana, se afirma que la ciudad ha sido tradicionalmente reconocida como un centro logístico de actividades productivas típicas del sector primario y secundario (agro e industria), que cuenta con una apoyatura de servicios comerciales, especializados en esas ramas. (Perm; 2008)

De acuerdo a dicho plan, en la ciudad, la actividad turística constituye una realidad en franco crecimiento. Esta ciudad metropolitana, hoy moderna y a la vez en pleno crecimiento, recibe diariamente a visitantes que gustan de sus atractivos urbanos, por lo que el fortalecimiento de la actividad turística es una posibilidad real y concreta.

Se busca analizar, todas las posibilidades que presenta Rosario como destino final, para tener un nivel de pernoctación, mayor al que presenta actualmente. Héctor de Benedictis, titular del Ente Turístico de Rosario, indicó que “Rosario, está consolidado como destino turístico, básicamente como destino de fin de semana largo. Hemos aumentado el pernocte; de 2 días, ya estamos en 3 días.” (Benedictis; 2012)

Es a través de un análisis exhaustivo de mercado, que se analizarán las ventajas y desventajas del aumento de pernocte. La ciudad de Rosario, cuenta con una infinidad de atractivos y de acontecimientos que la llevan a ocupar uno de los primeros lugares de visita de la Argentina, donde los turistas, podrían encontrar más motivos para poder permanecer mayor tiempo allí. Además, presenta una capacidad hotelera y gastronómica, capaz de solventar la llegada de más de 212.000 visitantes y su estadía superior a 3 pernoctes.

Es fundamental, demostrar que la acción conjunta entre sector público y privado es necesaria para el desarrollo turístico, y lograr así el objetivo del trabajo.

A) Pregunta de investigación

¿Es posible el desarrollo turístico de la ciudad de Rosario, para lograr elevar la cantidad de días pernoctados por los turistas, y luego generar beneficios en la economía de la ciudad?
¿Cómo es la participación entre el sector público y privado?

B) Objetivos de la investigación

Objetivo General: Demostrar que la ciudad de Rosario cuenta con la infraestructura, servicios y atractivos para que el turista disfrute durante un lapso superior a 3 noches, generando aumento de ingresos y beneficiando la economía de la ciudad.

Objetivos Específicos:

- Analizar la situación actual del turismo en Rosario
- Mostrar detalladamente los atractivos con los que cuenta la ciudad
- Mostrar los servicios e infraestructura con los que se prepara Rosario
- Proponer itinerarios que corroboren el objetivo general
- Analizar y describir la relación conjunta entre el sector público y el sector privado del turismo en la ciudad de Rosario
- Describir y comparar con otras ciudades de nivel nacional, que presenten un similar flujo de turistas: Córdoba y Mendoza

- Encontrar, analizar y modelar las variables que son relevantes para determinar la cantidad de noches de la estadía en una ciudad turística; en particular analizar el caso rosarino.
- Utilizar herramientas de medición que corroboren el objetivo general; ya sea, análisis estadísticos, nivel de consumo por períodos determinados, etc.

C) Hipótesis

La ciudad de Rosario cuenta con infraestructura, transporte y atractivos suficientes para incrementar el nivel de estadía, y así superar las 3 noches de pernóctes que es donde hoy se la encuentra posicionada. De este modo, beneficiará económicamente a la ciudad, tanto en la distribución de los ingresos y la imagen como el posicionamiento de la misma, entre otros.

D) Metodología

El siguiente trabajo consistirá en una investigación de tipo demostrativo, en el cual se plantea una situación actual de la temática del turismo en la ciudad de Rosario. A partir de allí se intentará estudiar la posibilidad de aumentar el nivel de estadía y como repercute en el nivel de ingresos generados por el turismo. Posteriormente se analizará la información obtenida en función a los objetivos planteados.

La primera parte del trabajo será elaborada con información obtenida de textos y bibliografía de diferentes autores que abordan el tema. A través de dichos resultados se buscará cumplir el primer objetivo de caracterizar la situación actual de Rosario, analizar sus cualidades y como fue su desarrollo turístico a través de los años. Para ello además se utilizará bibliografía específica, obtenida de los centros turísticos de la ciudad como la ETuR (Ente Turístico de Rosario), MR (Municipalidad de Rosario) y SecTur (Secretaría de Turismo). En este punto se describirá en detalle las diversas alternativas de turismo con las que cuenta la ciudad, ya sea de aventura, rural, ecoturismo, masivo/convencional u otros.

A través de bibliografía primaria y de datos actuales, se buscará resolver los objetivos 2 y 3 desarrollando detenidamente lo atractivos tanto culturales, como naturales, históricos, patrimoniales, etc. Así también, como la infraestructura y servicios con los que cuenta la ciudad, para demostrar a ciencia cierta, que se encuentra preparada para poder resolver el objetivo general del trabajo.

A través de una lista detallada sobre todos y cada uno de los atractivos de la ciudad, se elaborarán itinerarios bien diferenciados e interesantes, donde el turista podrá

disfrutar de todos los ambientes, con el objetivo de sentirse motivado para una futura visita. A través de este punto se llevará a cabo el objetivo que trata de refutar la idea de Rosario como destino de 2 noches.

Es mediante entrevistas con autoridades del sector público y privado, que servirá de base para poder analizar la relación conjunta entre ellos y si la ciudad cuenta con dicha promoción, dado que sería clave para el desarrollo turístico de la metrópoli.

La comparación con las ciudades de Mendoza y Córdoba será a través de bibliografía primaria. Allí se expondrán los atractivos de cada una de las ciudades y se hará la comparación con variables como el nivel de estadía, ocupación hotelera, asistencia de viajeros, donde además se expondrá las características en común que presentan las tres ciudades y donde se analizará el flujo turístico que tienen, tomándolas como referencia. También se expondrán las diversas cualidades de las mismas y el modo en que se presentan como destino turístico, es decir con que atractivos salen al mercado para posicionarse en el ranking de las ciudades más visitadas.

A través de bibliografía secundaria se buscare innovar en herramientas de medición (además de las usuales) para observar de qué modo medir el impacto que generaría el aumento de estadía. Luego, mediante bibliografía primaria se analizará toda la información para poder concluir este objetivo y exponer el análisis de medición del impacto.

Para poder evaluar la participación en conjunto de lo privado y lo público, se considera necesario llevar adelante entrevistas formales tanto con el director de la ETuR (ente público-privado) como con personas relacionados al sector del turismo desde el área privada, específicamente. Dichas entrevistas, servirán para poder evaluar las contribuciones de ambas partes y demás aspectos que permitan determinar el grado de importancia que se le tiene al sector.

E) Estructura de la tesis:

El trabajo se presenta en cuatro capítulos.

El primero de ellos consiste en 2 partes, por un lado, el marco teórico, en donde se abordará todo el desarrollo del turismo a través de los años. Se describirán cuáles son los diversos tipos de turismo que hoy existen y cómo se dio el desarrollo del turismo en la ciudad de Rosario. La segunda parte, consistirá en detallar todos los atractivos, servicios e infraestructura con los que cuenta la ciudad. Ambas secciones permitirán obtener del capítulo el marco en el cual se plantean los tres primeros objetivos.

En el segundo capítulo se llevará a cabo el análisis del caso. También dividido en 2 partes, donde la primera se basará en la ciudad de Rosario y los diversos itinerarios que corroboraran el objetivo general sobre el aumento de estadía. En la segunda parte, se realizará una descripción de la programación conjunta entre el sector público y privado, donde además se expondrán y se propondrán descripciones sobre tareas conjuntas entre ambos sectores. Luego se hará un análisis FODA de la ciudad para poder evaluar los aspectos favorables y desfavorables que presenta, y así lograr enmarcar el análisis de un modo más objetivo y preciso. Ambas partes permitirán obtener del capítulo, el plan de acción que se deberá llevar a cabo para una mejor dirección, a partir de resolver los objetivos 4 y 5 del trabajo.

En el tercer capítulo, se realizará una comparación exhaustiva con ciudades como Córdoba y Mendoza, las cuales presentan características similares, pero con la diferencia que estas últimas dos, el nivel de estadía es superior al de Rosario. Por lo que se tomarán como ejemplo, para plantearnos si es posible que Rosario logre ser posicionada al mismo nivel. La situación turística actual, las empresas que funcionan, los servicios y actividades que se ofrecen, el análisis de la demanda, etc., buscarán resolver el objetivo 6 de la tesis.

El análisis del impacto económico que el objetivo general generaría, se llevará a cabo en el cuarto y último capítulo. Allí se buscará revelar cuál es el impacto que crearía el aumento del nivel de estadía; donde además se elaborarán herramientas de medición para dicho análisis.

Finalmente se elaborará una conclusión en donde se establecerá el resultado del trabajo de investigación que vendrá a afirmar o refutar la hipótesis planteada.

CAPÍTULO I

Parte 1°

MARCO TEORICO

BREVE RESEÑA HISTÓRICA

Desde hace varios años, las graves crisis económicas que ha ido atravesando nuestro país, dieron lugar a que los diferentes gobiernos nacionales, provinciales y municipales hayan buscado distintas alternativas para solventar su economía. Ciudades enteramente agroindustriales, fueron implementando nuevas estrategias de desarrollo, que pudieran ayudar a sus economías.

Una de las principales opciones para evadir las crisis agroindustriales fue la implementación del desarrollo turístico por parte de los diferentes gobiernos. Se afirma que el turismo, es la actividad de mayor trascendencia social en el siglo XX. A partir de los años cincuenta, muchos países advierten su gran potencial y los grupos económicos descubren nuevas áreas de negocios. (BARCOS, S.; 2009)

En la década del 50', con la llegada al Gobierno del General Juan D. Perón, se da un proceso de industrialización, forzado por la falta de insumos que venían de EE.UU. y Europa, lo que se llamó *Política de sustitución de importaciones*. Esta industrialización dio un crecimiento económico y un ascenso de las clases sociales, sumado a nuevos derechos de los trabajadores, a través de la aparición de los sindicatos, con reconocimientos del tiempo de ocio, para luego pasar a las vacaciones pagas, entre otros; y al voto femenino. Esta reestructuración social posee un correlato con la actividad turística y es en este marco que se da el turismo social.

Sociológicamente, conocido en todo el mundo como Estado de Bienestar, era más bien, un estado que con el impulso del llamado Turismo Social, esperaba acercar este beneficio a una clase obrera recientemente industrializada y que debía ser permanentemente subsidiada ya que carecía de recursos suficientes (CASANOVA FERRO, G.; 2004)

El turismo se ha convertido en una innegable actividad productiva, capaz de generar desarrollo económico, de creciente importancia en las sociedades actuales y un instrumento generador de bienestar, individual y colectivo, para la integración de los pueblos en el marco de un desarrollo sustentable, respetuoso del medio ambiente y de sus recursos. (PFETS; actualización 2011. Pág. 29)

El Turismo es definido como *el conjunto de actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de las personas, fuera de su lugar de residencia habitual, sin incorporarse al mercado de trabajo de los lugares visitados, invirtiendo en sus gastos, recursos no provenientes del centro receptor* (Ley 600 Art. 2 de la Ciudad de Buenos Aires).

Fue a través de los años, que la actividad ha ido variando su modalidad. Del Turismo general, se desprendieron otras ramas que se fueron consolidando con el paso del tiempo. Hasta hace no tanto tiempo atrás, el ecoturismo, el turismo rural, el agroturismo, el turismo verde, y el turismo activo, eran nuevas modalidades en el desarrollo de la actividad turística. Actualmente, el turismo deportivo y de aventura, el

turismo gastronómico, el enoturismo, y el turismo literario y científico, entre otros, son productos turísticos ya consolidados a nivel mundial. A lo largo del territorio argentino, todas y cada una de estas nuevas concepciones del turismo, junto con todas y cada una de las modalidades tradicionales del turismo (sol y playa, museos y monumentos históricos, reuniones, entre otras), encuentran un espacio geográfico y cultural adecuado para su crecimiento y aprovechamiento económico.

MODALIDADES DEL TURISMO

El Ministerio de Turismo de la Nación divide a la actividad en cinco diferentes modalidades o productos turísticos:

1. TURISMO ACTIVO

- 1.1 ECOTURISMO: Se define como la realización de viajes hacia áreas naturales no contaminadas con el objetivo de interpretar, gozar o estudiar el entorno natural
- 1.2 TURISMO AVENTURA: La Argentina ofrece múltiples posibilidades para disfrutar de su Patrimonio máximo: la naturaleza. Todo lo que tiene de opciones para viajeros intrépidos y aventureros. Se trata de montañismo, trekking, cabalgatas, ala delta, parapente, vuelos con o sin motor, globos aerostáticos; rafting, navegación en kayak, canotaje, windsurf y buceo.
- 1.3 TURISMO RURAL: Toda modalidad turístico-recreativa que se desarrolla en establecimientos del ámbito rural o en sus inmediaciones, y que permite al visitante conocer, compartir y aprender otras costumbres y tradiciones, a través de actividades cotidianas, productivas y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos rurales.
- 1.4 TURISMO JOVEN: Este tipo de turismo es realizado por estudiantes, profesionales jóvenes y aventureros que, viajando de manera económica, realizan actividades culturales, educativas, recreativas y/o deportivas, con la finalidad de aprender y divertirse, participando activamente en la cultura y en los eventos turísticos del lugar. En nuestro país se destacan los viajes de egresados, educativos y de mochileros.

2. TURISMO CULTURAL

- 2.1 TURISMO IDIOMÁTICO: Es una modalidad del turismo cultural que tiene como atractivo y motivación principal el aprendizaje o perfeccionamiento de un idioma.
- 2.2 TURISMO RELIGIOSO: La Argentina posee una gran variedad de credos como consecuencia de las importantes corrientes migratorias que arribaron al país en diversas épocas. Este fenómeno originó el surgimiento de una multiplicidad de fiestas

religiosas, creencias y devociones populares en todo el territorio, muchas de las cuales se han convertido en estos últimos años en un fenómeno turístico, en el orden nacional e internacional, como la Festividad de Todos los Santos y Difuntos.

3. TURISMO DE DEPORTES

3.1 ESQUI: La Argentina es una gran propuesta turística y la montaña, asociada a la nieve, es una de sus principales atracciones. En el inigualable marco de la Cordillera de los Andes, hay importantes centros de esquí especialmente diseñados para los amantes de todo tipo de deportes invernales.

3.2 GOLF: Argentina ofrece campos de golf para todos los gustos y expectativas. Brinda a los amantes de este deporte, la oportunidad de practicarlo en entornos bien diferentes. Hay campos de golf enmarcados por montañas, otros junto al mar.

3.3 PESCA DEPORTIVA: La pesca deportiva, particularmente la pesca con mosca en los ríos y cursos de agua de los variados ambientes naturales, constituye una actividad turística importante por su calidad y diversidad.

4. TURISMO DE INTERÈS ESPECIAL

4.1 CONGRESOS E INCENTIVOS: Gracias a su despliegue de infraestructura de primer nivel, todos los años, la Argentina es designada sede de encuentros, congresos, festivales y exposiciones. Durante las cuatro estaciones del año, el país recibe miles de viajeros que arriban para participar de estas reuniones, que incluyen desde viajes de incentivos hasta el montaje de ferias internacionales de las más diversas especialidades

4.2 RUTA DEL VINO: La ruta del vino propone un viaje por diversas geografías y magníficos paisajes. Decenas de factores van conjugándose en cada tramo para dar origen a los más variados vinos, fruto no solo de vides y bodegas, sino de climas, alturas, hombres y culturas diferentes, íntimamente unidos a la personalidad de aquellos.

4.3 TRENES TURÍSTICOS: cada uno de los trenes turísticos de la argentina tiene su propio encanto y permite al turista acceder a lugares que no se puede llegar por ningún otro medio, siempre con todo el confort necesario para disfrutar a pleno. (argentinaturistica.com)

5. TURISMO SALUD:

El Turismo Salud es una actividad que aprovecha las diferentes fuentes termominero-medicinales y sus derivados (aguas, peloides y algas), con la posibilidad de

combinarlos con el sol y el clima; a través de diversas técnicas de aplicación al ritmo, intensidad, duración y frecuencias establecidas por un médico; con fines curativos, preventivos y de rehabilitación en pos de mejorar la calidad de vida del turista.

RECONOCIMIENTO DEL IMPACTO DE ESTE SECTOR

En Argentina, la ley que enmarca al turismo es la Ley Nacional de Turismo N° 25997. En el Art. 1° declara de interés nacional al turismo, como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país.

La Presidenta Cristina F. de Kirchner afirma en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020 *“Creo que el turismo está llamado a ser otro de los componentes fundamentales de los ingresos, de la constitución de los recursos y de la generación de puestos de trabajo para La República Argentina. Lo creo sinceramente por lo que me toca vivir y ver en el mundo... Vamos a seguir profundizando esta política, que ha permitido duplicar el número de turistas, de ingresos, de inversión y de trabajo.”*(PFETS; 2005)

El turismo genera muchos beneficios a la comunidad receptora. Aunque el económico es el principal, además genera efectos sociales muy importantes. El turismo genera empleo directo e indirecto, además de ingresos. Pero también produce efectos socioculturales, políticos, ambientales y psicológicos.

Para José Lázaro Quinteros Santos, los impactos se dividen en tres:

Impactos Económicos: son la medida de los beneficios y costes económicos generados por el desarrollo de esta actividad. A partir del desarrollo del turismo potencialmente se puede generar una demanda de bienes y servicios, un desarrollo de infraestructuras y superestructuras, una dinamización de la inversión y la generación de empleos tanto en la actividad turística como en las ramas vinculadas a ellas.

Es importante señalar el aporte del turismo a la balanza de pagos a través de los ingresos de divisas frescas, lo que contribuye al incremento del ingreso nacional. A nivel macroeconómico la importancia de los ingresos turísticos para el conjunto de la economía se mide a través de la contribución al Producto Bruto Interno de los gastos que realizan los turistas en el país analizado.

Impactos socioculturales: consecuencia de las relaciones sociales que se establecen en un destino turístico. La magnitud de los impactos dependerá en gran medida de las diferencias socioculturales entre turistas y residentes, y pueden afectar a multitud de variables: formas de vida, sistema de valores, comportamiento individual, etc.

Por otra parte, los impactos socioculturales del turismo hay que analizarlos a partir de los beneficios y costes que genera la actividad turística en el área destino. En su aspecto positivo, el turismo puede contribuir a mejorar la calidad de vida de la población receptora, ya que su desarrollo implica crear infraestructuras de carácter general, así como, desarrollar el transporte y las comunicaciones.

Culturalmente, el turismo puede estimular la continuidad histórica de una comunidad al contribuir a la rehabilitación y conservación de sus monumentos, edificios y lugares históricos y a la revitalización de sus costumbres, tradiciones, artesanías y folclore.

Socialmente la actividad suele acelerar cambios en términos de mayor tolerancia y bienestar como igualdad de sexos, mayor actividad social y en ocasiones, asimilación y modernización de costumbres. Además, el turismo puede ser un promotor de conocimiento, entendimiento y comprensión entre personas de diferentes naciones y culturas.

Impactos medioambientales: el entorno se ha convertido en la base y la atracción de muchos destinos turísticos. En la actualidad una buena parte del turismo suele desarrollarse sobre ambientes frágiles, y por lo tanto, muy vulnerables a la presión humana como: pequeñas islas, zonas litorales y zonas rurales. (QUINTEROS SANTOS, J. L.; 2004)

Hoy en día, las principales preocupaciones respecto al medioambiente -como elemento integrante de dicho entorno-, se centran en los impactos resultantes de la producción de actividades económicas implementadas en aras del desarrollo. La preocupación se centra especialmente, en el proceso de degradación que pueden experimentar los recursos naturales que son utilizados en el desarrollo de dichas actividades económicas y en el grado de irreversibilidad de ese proceso.

En lo que hoy en día se conoce como turismo verde, turismo alternativo, turismo rural, ecoturismo, etc., tiene un impacto que no debe ser menospreciado. La búsqueda de alternativas al turismo tradicional ha llevado a explorar destinos cada vez más novedosos, en muchos casos con ecosistemas frágiles que corren el riesgo de una rápida e irreversible degradación. (OMT; 1998; pág. 242)

Estos impactos, pueden traer consigo efectos negativos y positivos. Es por ello, que los distintos gobiernos han puesto en marcha diferentes planes de desarrollo turístico.

En Argentina, el Plan Federal de Desarrollo 2012-2020, apunta a *“guiar las acciones con impacto espacial hacia un crecimiento equilibrado, integrado, sustentable y socialmente justo del territorio argentino y construir mecanismos de intervención más adecuados para aprovechar las oportunidades de desarrollo”*.

Así mismo, establece la definición de desarrollo turístico sustentable que consiste en *“garantizar la satisfacción de las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer las suyas”*. Se trata de una visión a largo plazo que pretende alcanzar el desarrollo turístico preservando los recursos utilizados que le dieron origen y valor al destino.

LA GESTIÓN PÚBLICA DEL TURISMO ACTUAL

Gobiernos municipales, como el de la Ciudad de Rosario, han implementado un plan propio: el Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable 2010-2018. Dicho plan *“tiene como objetivo mejorar la vida de los ciudadanos, dinamizar la economía interna, agregar valor a la restructuración urbana local y ser una estrategia de marketing urbano. Es una orientación básica para transitar de la situación actual a la deseada para el destino turístico Rosario Metropolitana. Su fortaleza es la planificación activa y participativa de los actores involucrados constituyendo el punto de partida de futuras acciones que lo supere”*.

Este proyecto, surge del consenso del sector público, y de actores del sector privado vinculados a la temática: empresas aéreas, hoteleros, gastronómicos, comerciantes, universidades, institutos de formación turística y entidades culturales, con el fin de consensuar visiones, coordinar actividades y realizar programas (www.etur.com.ar).

El ex intendente de la ciudad Miguel Lifschitz, señaló en la presentación del mismo:

Este plan de turismo se articula con el Plan Estratégico de la ciudad de Rosario, con el Plan Urbano, con el Plan de Movilidad y con el Plan de Infraestructura de tal manera que la ciudad sea en los próximos años la que estamos proyectando con cada una de estas iniciativas que permiten trazar objetivos comunes y plasmarlos en la realidad.

Entre los organismos públicos y privados a nivel Nacional más importante en lo que se refiere a turismo, se encuentra el Ministerio de Turismo de la Nación, creado por Decreto 919/10, teniendo como fin perfeccionar el uso de los recursos públicos,

incrementar la calidad de la acción estatal, profundizar la gestión política destinada a fomentar el sector turístico, concretar las metas políticas diagramadas y maximizar la participación de los distintos sectores involucrados, orientados al agregado de mayor valor al país (PFETS; 2020).

A nivel provincial, en Santa Fe se encuentra la Secretaría del Sistema de Turismo, Comercio y Servicios, con la cual, el Gobierno Provincial desarrolla una política turística concebida a partir de la confluencia de actores del sector público y privado, con la meta de potenciar el territorio como destino turístico, fortaleciendo los productos y circuitos que identifican a la provincia (santafe.gov.ar).

En la ciudad de Rosario, en diciembre de 2011, por Ordenanza Municipal(n°8.887), se crea la Secretaría de Turismo. Entre sus funciones más importantes, se encuentran:

- a) Proponer las políticas del área de su competencia, considerando el fomento, desarrollo y promoción del turismo receptivo nacional, regional (MERCOSUR) e internacional;
- b) Articular con las políticas de la Secretaría de Turismo de la Provincia de Santa Fe y el Ministerio de Turismo de la Nación;
- c) Presidir el Ente Turístico Rosario(ETuR) fortaleciendo el accionar del mismo como una herramienta imprescindible de gestión público-privado;
- d) Articular con los Institutos Educativos vinculados al turismo, para la constante capacitación de recurso humano;
- e) Proponer la suscripción de convenios y acuerdos marco con organismos, entes públicos y privados de cualquier jurisdicción municipal, provincial, nacional e internacional referidos a la actividad turística;
- f) Fomentar y apoyar la iniciativa pública, privada y académica en materia de capacitación, creación y conservación de empleos generados por la actividad turística con el objetivo puesto en brindar valor agregado a la ciudad;
- g) Profundizar las condiciones necesarias para posicionar a Rosario como sede de congresos, ferias, exposiciones y convenciones;
- h) Participar en el diseño de políticas de seguridad en protección al turista;
- i) Realizar los estudios estadísticos que apunten a definir las estrategias para satisfacer las exigencias del mercado, por sí o en coordinación con otros sistemas de la actividad pública o privada;
- j) Incorporar al producto turístico las actividades deportivas, culturales, productivas y otras que se realicen en la ciudad;

k) Toda otra función que conduzca a la realización de los fines de la Secretaría.

(Ordenanza n°8.887: Consejo Municipal de Rosario)

La ciudad presenta además, el Ente Turístico Rosario (ETuR) como organismo mixto de cooperación pública-privada. Se encuentra integrado por un consejo directivo: conformado por un Presidente (designado por el consejo Ejecutivo), 3 funcionarios (representantes del Departamento Ejecutivo), 3 concejales (representantes del Honorable Consejo Municipal), y 6 representantes del sector privado que cumplen sus funciones durante 2 años y son designados por el Departamento Ejecutivo con acuerdo de todas las partes; un departamento técnico y un consejo asesor. (rosario.gov.ar)

DESARROLLO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE ROSARIO

De acuerdo a Ángel de Marco, los inicios de la ciudad de Rosario fueron a la sombra de dos grandes ciudades como Buenos Aires y Santa Fe, que imponían sus reglas al pequeño poblado y condicionaban su crecimiento. Es a partir de este dato, que se comienza a pensar a la ciudad, en base a 3 líneas de acción, las cuales serían la de integrarse con el exterior, ganarse su propio sustento y la de conservar su iniciativa en materia prima de producción económica, desarrollo cultural y vida social. (Demarco; 2001)

Según el director de la ETuR, desde sus inicios como pueblo, Rosario siempre fue una ciudad de paso y nunca llegó a ser una ciudad de destino final por su cercanía con Buenos Aires.

Rosario comenzó siendo un poblado donde se detenían las personas que iban en tránsito a otras ciudades importantes. Se puede decir que de esta manera se transformó lentamente en una ciudad turística por su condición de servicio. Poco tiempo después, por su conexión con el puerto, se convirtió en una ciudad fenicia, de intercambio de mercaderías. Esto aseguraba altos niveles de ocupación hotelera de lunes a jueves, configurando lo que hoy conoceríamos como turismo de negocio. También fue históricamente conocida por su avance y oferta en medicina, dado que muchos habitantes de pueblos aledaños se iban a atender a la ciudad, significando esto un caudal importante de turismo de salud.

Durante la entrevista, sostuvo, además, que cerca del año 1994 aproximadamente, se produjo el gran cambio en la ciudad, cuando varios terrenos contiguos al río, que pertenecían a la Nación, fueron cedidos a la municipalidad. “En el año 1991 se verifica un proceso de consolidación de las relaciones metropolitanas con la recuperación del

histórico cordón industrial. Fue a partir del traspaso del Estado Nacional a las provincias y municipios (privatización y concesión de servicios, cesión de tierras, transferencia del puerto de rosario, etc.), que se inicia la rehabilitación de predios e instalaciones ferroviarias y portuarias para el desarrollo urbanístico (complejos poli-funcionales, parques, centros culturales, etc.), y se consolida la franja portuaria en las localidades metropolitanas. Al mismo tiempo, se configura la costa recreativa en Rosario, permitiendo superar la tradicional relación *ciudad de espaldas al río* y surgen pequeños espacios alternativos en muchos de los centros urbanos vecinos” (Barenboim, 2008)

A finales del siglo XX, se crea el parque España: emprendimiento arquitectónico, construido por el gobierno español, para celebrar el aniversario de los 500 años de la colonización española en América. El objetivo era construir un parque y un Centro cultural y educativo, que llevara a España en su nombre y que recordara de este modo, el origen de buena parte de la masa inmigratoria que le dio forma de ciudad a la villa a mediados del S/XIX. Fue ubicado en un lugar estratégico y luego cedido a la municipalidad. Gracias a la creación de este espacio es que los ciudadanos comenzaron a ver que se podía disfrutar de la vista del río Paraná. (ccpe.org.ar/institucional/)

Según de Benedictis, toda la zona comienza a valorizarse hasta el barrio de arroyito (Estadio mundialista de Central). Se pone en valor todo un paisaje, acompañado de servicios y de espacios como son el museo contemporáneo, el museo de la juventud, el museo MACRo y más tarde la isla de los inventos (espacio multipremiado) y servicios asociados a la gastronomía. Es a partir de este contexto que la frase “Rosario esta linda”, comienza a escucharse en el público más interesado en la ciudad.

Con el congreso de la lengua en el año 2004, se instalan hoteles de mayor categoría (como son los de 5 estrellas) se da la creación de los dos shopping, y los centros de convenciones (hoy cuenta con 5 centros de convenciones, el más antiguo de los cuales tiene 2 años), etc. Es debido a estos avances en infraestructura, que la ciudad comienza a servir de referencia, no solo como ciudad de convenciones sino también para eventos deportivos. La ciudad presenta por año, alrededor de 25 maratones -algunos de índole internacional-, donde tiene además, grandes personajes del deporte como son Luciana Aymar (hockey) y Lionel Messi (Fútbol) entre otros, y una variada agenda deportiva para cada una de las disciplinas que se practican en la ciudad. Con todas éstas características, logró en el año 2012 ser la primera ciudad de Argentina en materia de eventos deportivos, sostiene Héctor de Benedictis.

Otro hecho destacado, fue a partir del año 2011, cuando se decretaron 17 feriados nacionales, a través del Decreto 1584/2010 que estableció los “feriados nacionales y días no laborables” y a través del Decreto 1585/2010 que instituyó los “días feriados con fines turísticos” (Oficialización de los feriados y días no laborables; 2010). Gracias a esto, señala De Benedictis, que los turistas empiezan a tomar conciencia de que el tiempo de viaje es importante, y hay más necesidad por conocer lugares nuevos. Por todos estos motivos es que la plaza hotelera de Rosario los fines de semana, se encuentra casi completa.

La apertura de la Autopista Buenos Aires-Rosario y Rosario-Córdoba, fue otro hecho que permitió mostrar a la ciudad e incrementar el flujo turístico. Hizo que la ciudad estuviera unida con los mayores aglomerados del país y por tan solo un par de horas de diferencia en auto. Considerando el poco tiempo con el que cuenta el turista y la cantidad de feriados y de fines de semanas largos durante el año, este encaminado fue fundamental para poder incrementar aún más el turismo en la ciudad. Hay que considerar que lo que antes se tardaba en hacer 6 de viaje por la Ruta Nacional 9, hoy solo se tarda 3 hs y media, para el mismo recorrido, pero por autopista. Este acceso se inauguró en el año 2010, pero ya desde el año 2003 que está en proceso de desarrollo. “La decisión estratégica de retomar y finalizar la autopista que une las dos principales ciudades del interior del país, teniendo en cuenta que el proyecto data de los años 60 y que hasta el 2003 solamente estaba construido menos del 20 por ciento. Así, de los 380 kilómetros que tiene el tramo Rosario-Córdoba, 312 de ellos se realizaron desde 2004 a la fecha, cumpliendo en tiempo y forma con los planes de avances y de certificaciones, según lo instruido oportunamente por la Presidencia de la Nación a través del Ministerio de Planificación Federal”. (Recuperado en mayo de 2014, de: <http://www.cadenaentrerriana.com.ar/index.php?cadena=17944>)

Barenboim (2011), en su cita de Martínez de San Vicente (1985), sostiene que las transformaciones que ha sufrido Rosario, se fueron dando, en primer lugar, por expansión del núcleo original, que luego, sumado al trazado de las líneas ferroviarias, de la construcción de nuevos caminos, las transformaciones del puerto y el trazado de los primeros bulevares de ronda (hoy bv. Oroño y Pellegrini) fijan hoy, la estructura física y socio-funcional.

Se observa, entonces, que a través de todos estos años, la ciudad ha ido transformándose lo suficiente, hasta llegar a pensarla en la actualidad como destino

turístico. Es gracias al turismo urbano donde se desarrollan innumerables actividades para la satisfacción del turista y donde además ofrece múltiples programas para realizar en toda época del año. No solo se posiciona como una ciudad con un gran crecimiento y desarrollo económico, sino que también en la actualidad se está posicionando como un polo turístico, principalmente de negocios y deporte, para expandirse aún más al turismo tradicional de cultura, patrimonio, salud. Es importante, entonces, resaltar todas estas condiciones para lograr hacer más concurrida a la ciudad.

Parte 2°

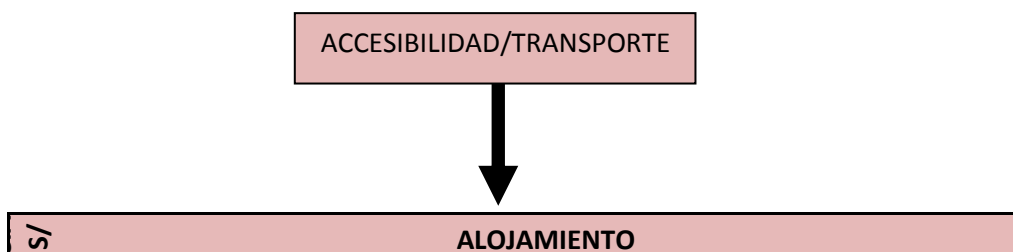
OBJETO DE ESTUDIO

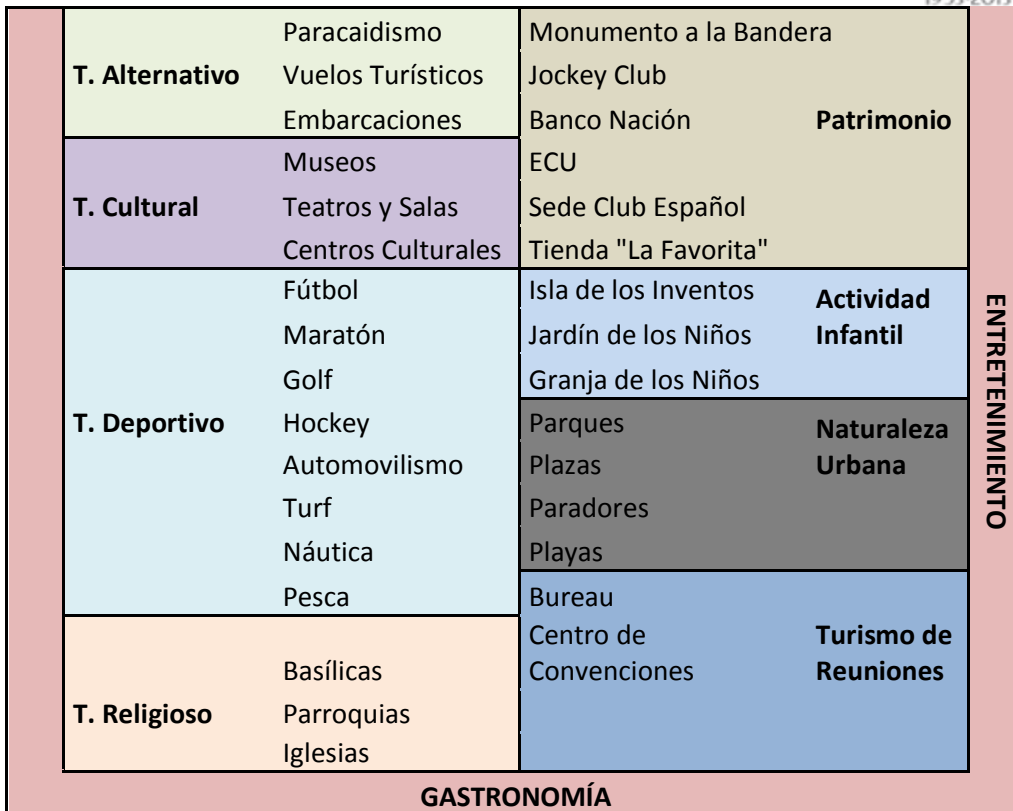
A continuación se realizará un análisis exhaustivo y detallado de todos los atractivos, servicios e infraestructura a partir de la clasificación elaborada por el Ministerio de la Nación, mencionada anteriormente.

Adrian Bull en su Capítulo sobre “Los Recursos en el sector turístico”, de su libro *La economía del sector turístico*, afirma que el sector Turismo está formado por unas organizaciones que ofrecen bienes y servicios a aquellas personas definidas como *turistas* (visitantes temporales que permanecen fuera de su destino, por lo menos 24hs por motivos de placer o de negocios) y *excursionistas* (visitantes temporales que permanecen fuera de su destino, menos de 24hs por los mismos motivos, excluyendo los pasajeros en tránsito), como parte de sus *necesidades turísticas*. Sostiene además que este mercado abarca organizaciones implicadas en el transporte (o viaje) de pasajeros, su alojamiento, entretenimiento, atracciones. Además existen organizaciones específicas de apoyo, como las oficinas de turismo, los fabricantes de recuerdos y las agencias de viajes, etc. (BULL; 1994)

A continuación se realizó un cuadro, donde se aplicaron todos estos conceptos a la ciudad de Rosario:

Cuadro 1





(Elaboración propia)



EXPERIENCIA TURÍSTICA ÚNICA

El *Cuadro 1* busca reflejar, todos aquellos aspectos que subsanan las “necesidades turísticas”, como dice Adrián Bull, y así completar todas las actividades para una experiencia única. Es importante aclarar que “T.” significa Turismo y “ECU” Espacio Cultural Universitario.

El esquema se lee de norte a sur y explica que a través del transporte como movilidad, se logra consumir los diversos tipos de turismo, ya sea deportivos, de reuniones, patrimonial, etc., dentro de la misma ciudad. En complemento con ello, una variedad de servicios, como son las agencias turísticas (servicio de apoyo) en conjunto con el entretenimiento, alojamiento y la gastronomía, hacen que el turista logre una experiencia única, y así tener motivos para volver nuevamente.

A continuación se observan detalladamente la descripción de los mismos.

MODALIDADES TURÍSTICAS EN ROSARIO

La variedad de productos que ofrece la ciudad de Rosario, contribuyen a la satisfacción de los clientes/consumidores. Son los destinos y su imagen los que atraen a los turistas, motivan la visita y ponen en marcha todo el sistema. Son el punto de consumo de las múltiples actividades que comprenden la experiencia turística: la que se vive en el destino. (Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable. Rosario 2010-2018)

Para el siguiente análisis, se utilizó la siguiente bibliografía: guía para el turista “en Rosario sos vos” editado por la Municipalidad de Rosario en conjunto con el Ente Turístico de Rosario, año 2013; contenidos del Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable, Rosario 2010-2018, editado en el año 2010 y organizado por el ETuR; Guías Visuales de la Argentina de Clarín, Entre Ríos y Santa Fe, año 2009. En conjunto con el sitio web de la municipalidad de Rosario: www.rosario.gov.ar

TURISMO CULTURAL: La vida cultural de Rosario es un hecho que la caracteriza, la convierte en uno de los pilares del turismo urbano que crece de la mano de nuevas tendencias traídas de ciudadanos de todo el mundo que llevan a las motivaciones y las prácticas de las mismas para su consumo.

El deseo de conocer y experimentar las formas de vida de la población visitada, ya sea como manifestaciones del pasado o de la cultura contemporánea, abarca actitudes, creencias, ideas, valores, comportamientos, formas de vida, arquitectura, arte, costumbres, medio ambiente, etc. Una característica propia es el cruce de culturas, fruto de su historia inicial como ciudad puerto, receptora de inmigrantes que imprimieron sus huellas. En la actualidad se constituye además como receptora de constante migración interna.

Dentro del sector **Museos** se encuentran:

- Museo de Bellas artes “Juan B. Castagnino”:
- Museo urbano “Arte a la Vista”
- Museo de Arte Contemporáneo de Rosario (MACRo):
- Museo de Arte Decorativo “Firma y Odilo Estévez”
- Museo de la Memoria
- Museo de la Ciudad; etc.

Entre sus **Teatros y Salas**, se encuentran:

- Teatro El Círculo, inaugurado como Teatro La Ópera en 1904.
- Teatro Broadway
- Teatro Municipal “La Comedia”

- Sala Lavardén

Como **Centros Culturales**, se encuentran:

- Centro de Expresiones Contemporáneas (CEC)
- Centro Cultural Parque de España
- Centro Cultural Roberto Fontanarrosa
- Centro de eventos y convenciones Metropolitano
- Casino City Center Rosario
- Ciudad Joven.

Turismo Religioso “Son innumerables las tradiciones que estos migrantes nos han dejado, ya sea en la tradición oral, escrita y en muchos casos plasmado en la arquitectura de iglesias, capillas, oratorios cuya impronta revela los países de origen de esa comunidad cristiana. Ésa es la ciudad que queremos mostrar. La ciudad portuaria, la fundada alrededor de una capilla.”(AICA; 2009).

Se pueden destacar **templos e iglesias**, como:

- Basílica Catedral Nuestra Señora del Rosario
- Parroquia María Auxiliadora
- Parroquia Nuestra Señora del Carmen
- Parroquia Santa Rosa de Lima
- Parroquia Inmaculado corazón de María; entre las más destacadas.

TURISMO DE REUNIONES: demanda que incluye tanto al turismo de convenciones, congresos, ferias, exposiciones, encuentros corporativos, de negocios y reuniones de todo tipo.

La importancia económica que genera dicho turismo, deriva de la contribución a elevar el gasto y la estadía promedio de los visitantes.

La ciudad cuenta con un programa llamado Rosario Convention & Visitor Bureau. Es una institución que facilita las soluciones a todas aquellas personas que deseen realizar un evento en la ciudad. Dicha institución es miembro de la International Congress and Convention Association (ICCA) la cual “representa a los principales especialistas en organizar, transportar y alojar reuniones y eventos internacionales, y cuenta con cerca de 1.000 empresas y organizaciones miembros en más de 90 países de todo el mundo. ICCA se especializa en el sector internacional de reuniones de la asociación, que ofrece datos únicos, a los canales de comunicación, y las oportunidades de desarrollo de negocios” (Recuperado en noviembre de 2013 de: <http://www.iccaworld.com/>)

NATURALEZA URBANA: combinación de ciudad y naturaleza.

Entre sus destacados **parques y plazas** verdes, se encuentran:

- Parque Urquiza
- Parque Nacional a la Bandera
- Parque España
- Parque de la Independencia
- Parque Alem
- Boulevard Oroño, etc.

Rosario ha sido reconocida por los siguientes aspectos:

- La ciudad más verde: declarada como la Metrópoli argentina con más metros cuadrados de espacio verde por habitantes y una de las mejor posicionadas en Latinoamérica. (Recuperado en Septiembre de 2013 de : <http://www.ehslatam.com/contenidos/1497-rosario-la-ciudad-mas-verde-de-argentina>)
- Calle Recreativa: es la primer ciudad a nivel nacional en implementar esta modalidad de circuito recreativo, donde cada domingo de 8.30 a 12.30 hs es posible caminar, correr, andar en bicicleta, por calles y avenidas libres de autos, motos y transporte público. El circuito comprende un total de 28 km. (Recuperado en septiembre de 2013 de: <http://concursoacs.com/proyecto/cambia-el-aire/>)
- Bicisendas: posee la mayor cantidad de ciclovías por habitante del país con casi 90km que atraviesan la zona céntrica y sus alrededores.

Playas y Paradores: Con sus paradores y servicios al otro lado del río, las costas de arena concentran la actividad del verano en Rosario. Fuera de temporada también se pueden disfrutar en busca de la tranquilidad y el silencio mismo de las islas.

- Balneario “La Florida”
- Rambla “Catalunya I y II”: extensas playas de arena y balnearios con servicios de bar sobre la playa.
- Banquito San Andrés: isla agreste con una larga costa de arena.
- Estación Fluvial: único puerto de pasajeros de la ciudad de Rosario
- Centro Cultural Isla Charigüé: Primer museo de Sitio en los humedales del Río Paraná.

TURISMO DEPORTIVO: los autores Rebollo y García (1994) en su artículo *Un nuevo campo de actuación. Turismo Deportivo* sostienen que “Las relaciones entre actividad deportiva y turística aumentan cada vez más debido a transformaciones cuantitativas y cualitativas del tiempo libre; disminución progresiva de las horas de trabajo; cambios en

los valores que regulan nuestra sociedad en la que el tiempo libre se empieza a vivir de otra forma; vivencia más activa del ocio; preocupación creciente por la higiene y salud; así como por la estética personal y por una recreación en contra de las masificaciones urbanas que favorece un retorno hacia la naturaleza y sus ritmos. El turismo pasa a ser una de las fuentes de riqueza primordiales a nivel mundial, mientras que el deporte se consolida como principal actividad recreativa.” (Sallent, O., 1991; citado en Rebollo, et. al.; 1994)

Los acontecimientos deportivos abren nuevas oportunidades para las economías locales y son una fuente adicional de empleos e ingresos. Los factores económicos para dimensionar un evento deportivo de tipo turístico están dados por el derrame económico directo generado por el gasto de espectadores, delegaciones deportivas, staff operativo; el derrame económico indirecto expresado en nuevos empleos generados, inversiones realizadas y recaudación de impuestos.

Los eventos deportivos de alta competición, mega eventos, así como los atletas de elite o figuras de cada país, son íconos de difusión y desarrollo global de sus disciplinas. Su actuación posee un inmenso valor como «espectáculo» y como «entretenimiento », por lo que suscitan mayor cobertura de medios de comunicación logrando así promocionar turísticamente el destino sede. (Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable 2010-2018)

Entre todos los **deportes**, se destacan: Fútbol, Maratones, Golf, Hockey sobre césped, Automovilismo, Turf, deportes náuticos, Pesca, etc.

TURISMO ALTERNATIVO: dentro de este rubro se encuentran actividades como pasear en embarcaciones, acercarse al Puente Rosario-Victoria y cruzar a las islas donde también se realiza pesca deportiva. La ciudad ofrece también, deportes extremos como el paracaidismo, con una altura de hasta 3000 metros; vuelos turísticos con posibilidad de fotografiar paisajes únicos del río, del puente interprovincial, de las edificaciones, de los verdes, etc. (Recuperado en septiembre de 2013 de: <http://www.rosarioturistica.com.ar/turismo/turismoalternativo.php>)

ACTIVIDADES INFANTILES: Rosario es una ciudad modelo en políticas públicas para la niñez. La notoriedad de Rosario como usina de arte y creatividad se refleja en el Tríptico de la Infancia, integrada por La Isla de los Inventos, El jardín de los niños y la Granja de la Infancia.

Junto a los espacios del Tríptico de la Infancia, encontramos también: Plataforma Lavardén, donde las puertas de antiguos roperos pueden abrirse para dar paso a lugares inesperados; Complejo astronómico Municipal, donde descubrir los secretos del universo a través de un cielo estrellado que muestra la historia y movimiento de los astros; Museo de los niños, siendo un lugar para jugar y expresarse que además invita a realizar juegos de rol y atravesar situaciones de la vida urbana en un aeropuerto, en una terminal, en un banco, etc.; La Casa del Agua, propone un ámbito de juego y aprendizaje para conocer porque el agua es tan importante para la vida, cuáles son los procesos necesarios para su potabilización y cómo podemos cuidarla.

PATRIMONIO: la ciudad cuenta con una variedad de riqueza de estilos arquitectónicos que abarca importantes mansiones, edificios de los siglos XIX y XX y obras emblemáticas de renombrados arquitectos.

A través del Programa de Preservación y Rehabilitación del Patrimonio, se busca impulsar un proyecto de ciudad de intervenciones urbanas -particulares o públicas-, que incorporen la rehabilitación de edificios y sitios de valor patrimonial, como mecanismo propulsor del espacio público, recreador de áreas degradadas y desalentadores de procesos de sustitución.

Para ello, promueve una activa defensa del patrimonio arquitectónico de la ciudad generando nuevas estrategias e incentivos a la preservación.

Dentro de los **sitios de Valor Patrimonial**, encontramos:

- Monumento Nacional a la Bandera: erigido en el sitio donde estuvo emplazada la batería “Libertad”, en la que el entonces coronel Manuel Belgrano hizo enarbolar la Primera Bandera Argentina, el 27 de febrero de 1812. Verdadero ícono de la ciudad
- Jockey Club
- Banco Nación
- Tienda La Favorita (actual Falabella)
- Sede Club Español: Declarado Monumento Histórico Nacional

Accesos y Transporte

De acuerdo a lo sostenido por el titular de la ETuR, durante la entrevista realizada en febrero de 2014 “con respecto a la conectividad, la ciudad en ese aspecto es única en el país. Se conecta por autopista, a las ciudades más grandes de Argentina que son Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y a través del puente Victoria, con la zona del noroeste.

Considerando que el turismo se mide en tiempo, Rosario está realmente favorecida. Donde hoy por autopista se llega mucho más rápido a cualquier lado.”

Equidistantes de las grandes urbes y de rápido acceso desde las principales urbes del país y del Mercosur, Rosario es la principal ciudad de la provincia de Santa Fe y una de las tres mayores urbes de la Argentina:

- Conexiones viales: para llegar en automóvil, desde Buenos Aires son 4 hs por autopista Buenos Aires-Rosario; desde Córdoba, son 5 hs por autopista Córdoba-Rosario, desde Santa Fe son 2 hs por autopista Santa Fe-Rosario. A través del puente Rosario-Victoria, se puede acceder a la ciudad Victoria de la provincia de Entre Ríos con un recorrido de 40 min.
- Conexiones de ómnibus: la Terminal de Ómnibus de Rosario “Mariano Moreno” conecta con distintas ciudades como son Caleta Oliva, San Francisco, Corrientes, San Nicolás, entre muchas otras. Por ejemplo desde Buenos Aires salen micros cada 30 o 45 min y el trayecto demora 4hs. Con un listado de 64 empresas que van de Norte a Sur y llegan a la terminal. Conecta a demás con ciudades de países limítrofes.
- Alquiler de Autos y combis
- Conexiones aéreas: las compañías aéreas con vuelos al Aeropuerto Internacional de Rosario “Islas Malvinas” son Aerolíneas Argentinas con salidas al Aeropuerto Internacional de Ezeiza "Ministro Pistarini" y al Aeroparque Metropolitano Jorge Newbery, más conocido como aeroparque; Sol Líneas Aéreas; TAM Líneas Aéreas.
- Conexiones de Tren: existen 2 empresas que desde la estación Ferrocarril Rosario Norte, realizan transporte de pasajeros:
 - Trenes de Buenos Aires SA, con una frecuencia semanal que comunica a Rosario con las ciudades de Santa Fe y Buenos Aires.
 - Ferrocarril SA, con una frecuencia que comunica a Buenos Aires, Córdoba y Tucumán.

Para el año 2015 se espera un tren que una Buenos Aires con Rosario en solo 3.30 hs de viaje. Sin parada intermedias, y que sea un recorrido totalmente directo. Esto fue anunciado por el Ministro de Interior y Transporte, en febrero de este año.

Servicios

Según la Organización Mundial del Comercio, “Los servicios de turismo y los servicios relacionados con los viajes abarcan los servicios prestados por hoteles y restaurantes (incluidos los servicios de suministro de comida desde el exterior por

contrato), los servicios de agencias de viajes y organización de viajes en grupo, los servicios de guías de turismo y otros servicios conexos.

Unos de los aspectos fundamentales del turismo internacional es el movimiento transfronterizo de consumidores, que permite que incluso trabajadores no calificados de zonas alejadas sean exportadores de servicios, por ejemplo, vendiendo artesanías, actuando en espectáculos culturales, o trabajando en alojamientos turísticos.” (Recuperado en enero de 2014 de: http://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/tourism_s/tourism_s.htm)

Entre los servicios que ofrece la ciudad, se encuentran los siguientes:

GASTRONOMÍA: Rosario ha ganado su identidad gastronómica gracias a sus platos elaborados de pescado de río. Además ofrece una gran variedad de restaurantes especializados en carnes rojas asadas a la parrilla y a la estaca. Al mismo tiempo Rosario suma sabores a través de su cocina étnica con sabores de todo el mundo y las tendencias gourmet.

Varios son los **Circuitos Gastronómicos** que presenta la ciudad de Rosario. Entre los más destacados, encontramos: *Paseo Pichincha*, *Paseo Pellegrini* y *Sabores de la Costa*.

ACTIVIDAD NOCTURNA: las noches en Rosario comprenden bares y pubs, con teatro o música en vivo y diversas propuestas friendly. Presenta además, una variada agenda de conciertos y espectáculos y se suman también, las propuestas del casino *City Center*, siendo uno de los más modernos de Latinoamérica.

En la ciudad se destacan espacios de distintos **géneros musicales**, como son: Tango, Rock, Folclore, Salsa, Pop, etc.

Varias son las **ferias** con la que cuenta la ciudad, producto de la diversidad cultural y origen. Las más destacadas son: Feria de los inmigrantes, Feria Paseo de las Artes, Feria de artesanos La Fluvial, el Mercado de Pulgas del Bajo, Mercado Retro `La Huella`, Feria del parque Alem y Feria de La Florida.

ALOJAMIENTO: con una gran variedad de hoteles desde 5* como el Pullman Rosario hasta 1* como el Esmeralda Hotel. También presenta hosterías, alojamientos turísticos temporarios, hostels y Bed & Breakfast.

AGENCIAS DE VIAJE/ EXCURSIONES: Dentro de este sector, encontramos 12 Agencias minoristas receptoras entre las que se ofrecen no solo itinerarios para la ciudad sino también, servicios de viajes al extranjero con variedad de oferta. Muchas de ellas,

ofrece además el servicio de guía turística. Entre ellas se encuentra: Go!, Itineris Viajes, Kauma Tour, Le Rondini Viajes y Turismo, Marcela Clemente, Maruja Turismo, Pampa's Incoming, entre otras.

CAPITULO II

Parte 1°

PLAN DE ACCIÓN

En el siguiente capítulo se llevará a cabo la realización de un itinerario, a través del cual, se busca corroborar que la ciudad se encuentre preparada, no solo con atractivos turísticos, sino también mediante diversas actividades, que hacen más entretenida la estadía del turista.

Luego, y habiendo estudiado todos los aspectos de la ciudad, en la segunda parte se llevara a cabo un estudio sobre la relación que existe entre el sector público y el sector privado.

ITINERARIOS A REALIZAR EN LA CIUDAD DE ROSARIO

Con una variada oferta turística, Rosario se presenta como una ciudad metropolitana, capaz de conocerla a través de varios días de estadía. Con combinaciones de turismo cultural, patrimonial, en conjunto con la oferta de playas e islas, para disfrutar en el verano, con comidas típicas, actividades al aire libre, entretenimiento nocturno. Con bellísima infraestructura para hospedar a miles de turistas y con actividades para hacer varios días, que la desmitifiquen de ser ciudad de paso.

Se desarrollará entonces, un posible itinerario donde permita disfrutar de la ciudad durante más de 4 días. Presenta además, alternativas para todas las edades y gustos.

Día 1

Se comienza por el emblemático *Monumento a la Bandera*. Continuando por el Pasaje Juramento, se llega a la Basílica Nuestra Señora del Rosario. En la esquina, se encuentra el *Palacio Municipal*, también conocido como el *Palacio de los Leones*, (fue sede del poder Ejecutivo). Cruzando la calle Buenos Aires, se llega a la plaza *25 de Mayo*, en su centro, se encuentra el *Monumento a los Héroes de la Reconquista*. Frente a la Plaza, está ubicado el *Museo de Arte Decorativo Firma y Odilo Estévez*. Se da inicio a la peatonal Córdoba, donde se observan edificios que se fundaron en siglos pasados y que

aún conservan su fachada, es por este motivo que todo este recorrido lleva el nombre de *Paseo del Siglo*. El primer edificio que se vislumbra es el *Palacio del Correo*. Luego se topa el edificio *Bola de Nieve* y seguidamente, la actual *Victoria Mall (Ex Tienda Gath & Chaves)*, sobre la intersección de ambas peatonales (Córdoba y San Martín). La peatonal San Martín se caracteriza por tener varias galerías que se conectan unas con otras. Se sigue por la peatonal Córdoba, donde se encuentra la *Ex Tienda La Favorita* (hoy Falabella), luego el *Banco Nación* conservando su fachada original en la entrada. Se continúa por *el Diario La Capital, el Palacio Fuentes, el Teatro La Comedia*. Es a través de todos estos edificios que se observa la historia viviente de los años que dieron comienzo a la ciudad.

El recorrido finalizaría en el *Shopping Del Siglo*, donde se encuentran tiendas de primera calidad y lugares para comer. Por la tarde se puede hacer un recorrido por las mejores ferias de la ciudad, comenzando por la feria del Parque España, para luego continuar por el bajo (continuación del parque España hasta llegar al Monumento, sobre la costanera), disfrutando de espectáculos al aire libre y piruetas de los Biker y Skater, hasta llegar nuevamente al Monumento Nacional a la Bandera *(1). Por la noche, se puede disfrutar de una extraordinaria cena al lado del Río Paraná a la luz de la Luna. No se debe dejar de probar, el tradicional `Carlitos` (tostado de Jamón y Queso con ketchup, característico de Rosario) junto al río*(2).

*(1) Alternativa: en caso de contar con niños, se puede asistir al Shopping Alto Rosario y disfrutar de la variedad de opciones que ofrece para los niños, como por ejemplo, el *Museo de los niños*. También se puede asistir al Complejo Astronómico Municipal o a la casa del Agua.

Las ferias se encuentran abiertas los fines de semana y los feriados. En caso de asistir un día de semana, se puede utilizar la mañana para ver el Monumento, tomando el ascensor de la torre y asistiendo a una visita guiada, para luego dar comienzo al paseo del Siglo, donde además allí se puede tomar un café, en el bar más emblemático, que es *El Cairo*, (famoso por sus reuniones de artistas e intelectuales locales, nacionales e internacionales. Inmortalizado por el escritor rosarino [Roberto Fontanarrosa](#) en su libro "La mesa de los galanes".)

*(2) En invierno se puede reemplazar la cena al aire libre y comer junto al río pero en aquellos restaurantes que ofrecen una infraestructura apta para épocas de temperaturas bajas.

Día 2

Día para disfrutar de atractivos naturales. Se vuelve al Monumento, pero del lado de enfrente donde se ubica la *Estación La Fluvial* (único puerto de pasajeros de la ciudad). El barco *Ciudad de Rosario* realiza un recorrido a través del Río Paraná y de sus Islas, con una duración de 2 hs, hasta llegar al puente Rosario-Victoria. Finalizado el recorrido se puede cruzar a las Islas del lado de enfrente a través de alguno de los botes que salen periódicamente y disfrutar el resto del día allí, con comidas típicas ofrecidas en los distintos balneario y paradores. En las islas se puede visitar también, el *Centro Cultural Isla Charigué*, (museo de sitio que permite adentrarse en la historia y los paisajes del Delta). También se puede navegar por el río entre riachos, lagunas y canales del delta. Al regresar es posible alquilar una bicicleta y salir a recorrer la ciudad en su interior*, atravesando museos y calles internas que marcan la identidad de la ciudad.

Por la noche se puede cenar en una de las calles gastronómicas como es la Pellegrini y degustar de comidas típicas y de las ricas cervezas artesanales. Luego disfrutar de los entretenimientos nocturnos, o de la variada agenda cultural que ofrece la ciudad en cada rincón.

*Alternativa: en caso de contar con niños se puede alquilar bicicleta para niños o se puede asistir a la Isla de los Inventos o a la Plataforma Lavardén, y disfrutar de alternativas preparadas para los más pequeños.

Las distintas opciones que se realizan en el río, son aptas para épocas invernales. En esos casos se necesitará de más abrigo.

Día 3

Desayunar en el famoso *Boulevard Oroño*, con alternativas para tomar un café, en lugares con historia o en lugares modernos renovados. Luego se puede hacer un recorrido de punta a punta por Boulevard (para recorrer a pie se extiende desde la calle Pellegrini hasta la calle Arturo Illía, aproximadamente 20 cuadras*) donde se encuentran vestigios de la aristocracia que fundó la ciudad, entre palacios y museos. Los domingos por la mañana, el Boulevard se cierra, exclusivamente para caminar, andar en bici y correr, sin el paso de los autos. En el extremo del Boulevard, en intersección con la calle Pellegrini, se ubica el Parque Independencia. Siendo el pulmón verde más grande de Rosario, se puede disfrutar del *laguito*, con paseos en bote a pedal, y variedad de paisajes como son el Rosedal y el Palomar. A la salida del parque, a pocos metros, se

encuentra el *Hipódromo* y el *Estadio "Marcelo Bielsa" de Newells Old Boys* y frente a estos, el *Museo Municipal de Bellas Arte*, también dignos de conocer.

Por la noche, en el Parque, hay un espectáculo de las aguas danzantes. Para los niños se encuentra el *Jardín de los Niños* donde se puede aprovechar con diversas actividades.

En la punta opuesta del Boulevard (en la intersección con la calle Arturo Illía), se encuentra el otro corredor gastronómico del antiguo *Barrio Pichincha*, con parrillas y restaurantes que en los últimos años se han multiplicado y que hoy amplían sus veredas para facilitar ubicaciones al aire libre. En conjunto con pubs cervecedores y sitios bailables se aumentan las opciones de los pasatiempos nocturnos. Dicho corredor, es un polo de atracción turística, cultural y recreativa, ubicada en una zona de mucha historia bohemia y donde además se encuentra el monolito del *Negro Olmedo*, uno de los personajes más cómicos y característicos del cine argentino.

*Aclaración: el Boulevard Oroño, se extiende desde la Avenida Circunvalación, hasta la calle Arturo Illía. Es un total de 64 cuadras aproximadamente, solo que los atractivos de los edificios, se encuentran entre la calle Pellegrini hasta las Calle Illía.

Día 4

Día de playa. Se puede disfrutar del sol y el río en el Balneario *La Florida*. El balneario presenta una variada oferta artística, con comidas típicas en el corredor *Sabores de la Costa* y con mucha música. Durante el verano se realiza el concurso "Grandes Esculturas en la Arena" donde participan todas las edades y familias enteras. Por la noche, los pescadores abren sus puertas para saborear todo lo que han extraído del Río con una exquisita y variada cocina gourmet, de especialidad local.

Para los niños, se encuentran también, balnearios con juegos.

Aclaración: En invierno se puede cambiar la opción de playa, y realizar un itinerario con los centros culturales. Se logran conocer el Centro Cultural Roberto Fontanarrosa, el Centro Cultural Casa de Tango, Centro de Expresiones Contemporáneas, Centro Cultural Parque España, Espacio Cultural Universitario, y más. Durante épocas de bajas temperaturas, realizan variadas actividades puertas adentro, que permiten conocer cada rincón de la ciudad.

Durante el año se realizan varios maratones, a los cuales también se puede inscribir.

Día 5

Agenda Cultural. Se puede aprovechar el día y disfrutar de otras actividades, como es ir al teatro, cine, shopping, parques, centros culturales, lugares para niños. Por la noche un opción es dirigirse al corredor Pellegrini, hacia alguna de sus heladerías, donde a través de la variedad y calidad, dan fe de porque Rosario es la Capital del Helado Artesanal.

Otra alternativa es conjugar platos gourmet de alguno de los corredores con trasnoche de apuestas en el casino City Center Rosario, uno de los centros de entretenimiento más modernos de Latinoamérica. En verano toman ritmo los anfiteatros al aire libre del Parque Urquiza donde se puede disfrutar del complejo astronómico y el Parque España.

Para los amantes de la adrenalina y los juegos alternativos, la ciudad presenta opciones para hacer paracaidismo, vuelos turísticos, golf, maratones, pesca, deportes náuticos, automovilismo, etc. En las vacaciones de invierno, por ejemplo, Rosario dispone de una agenda variada, para vivir junto a los chicos, todos los momentos de ocio. Con una rica oferta de entretenimientos, para todos los gustos: teatro, cine, música, juegos y más. La municipalidad tiene su cronograma armado para que durante 2 semanas no falten opciones.

(Elaboración propia)

Parte 2°

COOPERACION PUBLICO PRIVADA

Para poder analizar la relación entre los sectores Público y Privado del Turismo en Rosario, se propone lo siguiente:

Como primera medida, dar una explicación de cómo se constituye la Política Turística a partir de la cooperación en conjunto de ambos sectores a nivel Nacional.

Seguidamente, se describirá cómo es la relación Público-Privada en materia de turismo en la ciudad de Rosario y qué planes y proyectos han llevado y llevan a cabo.

Por último a través de todo un análisis de planificación estratégica, se elaborarán los pasos a seguir para poner en práctica circuitos nuevos y el conocimiento de zonas aledañas. A partir de allí se definirán estrategias, ventajas competitivas, políticas, etc.

POLÍTICA TURÍSTICA DENTRO DE LA COOPERACIÓN PÚBLICO-PRIVADO

La cooperación público privada en materia de turismo, es pieza fundamental en la planificación, gestión y comercialización de un destino turístico. Es el gobierno nacional, regional o municipal, el encargado de la promoción turística del destino; y son los actores privados los responsables de la calidad de sus servicios e instalaciones, la formación de su personal, y de la capacidad para innovar regularmente.

La Política Turística se constituye a partir de la política pública definida de este modo por la Administración Nacional de Turismo, según el Lic. Alejandro García en su *Proyecto de Publicaciones del Ministerio de Turismo de la Nación*, publicado en el año 2011.

Su fuente de legitimación es el poder público surgido de la voluntad popular en una administración democrática, en donde se establecen metas, objetivos y herramientas de la misma.

La política turística, por su condición de política pública, posee por lo tanto, niveles de actuación, actores, herramientas y se desarrolla en dos planos de acción, uno referido al plano interno de los estados (ejemplo Ley de Turismo N°25997 y Plan Federal Estratégico); y el otro referido al plano externo, a las acciones de promoción de un destino o un estado y a las acciones de cooperación internacional.

El nivel de actuación interno, corresponde al Estado nacional, provincial y local, donde los actores serán la Administración Nacional de Turismo en cada uno de estos niveles. Asimismo, el nivel externo incluye los marcos bilaterales, regionales y multilaterales.

El mismo autor, es quien sostiene que la intervención pública en el sector turístico se justifica, por la existencia de fallos en el mercado, los cuales son: poseer estructuras de mercado imperfectamente competitivas (donde el Estado busca garantizar las condiciones de competencia del mismo a través de una distribución de los recursos para asegurar la asignación óptima), existencia de bienes públicos (lo que implica que existen bienes que no pueden ser ofertados por el sector privado, sino únicamente por el Estado, para lo cual es necesaria una correcta provisión de los mismos de forma que contribuya a la mejora de espacios físicos) y externalidades que pueden ser tanto positivas como negativas y que se refiere a las consecuencias de actividades que recaen en otros individuos o en otras actividades económicas distintas.

De este modo se busca optar por la regulación del uso o de la actividad, para evitar un inadecuado uso de la iniciativa privada.

El sector privado, dentro de esta cooperación, representa un rol fundamental para el desarrollo de la actividad turística, ya sea de un área local, de una región, de un país o de un Estado. Según la Ley Nacional de Turismo N°25997, el sector privado constituye un socio estratégico para el desarrollo de la actividad en nuestro país.

Su rol es comercializar la actividad y para ello ha desarrollado numerosas acciones con el sector público para la promoción externa de destinos y países. En nuestro país, esta asociación, se ha dado de manera institucional a través de la INPROTUR (Instituto Nacional de Promoción Turística: Instituto de relación público privada, encargado de la promoción turística internacional de nuestro país) y de la Ley Nacional de Turismo N° 25997.

Se concluye entonces, que “El turismo precisa, para su impulso, de la colaboración del sector público en sus distintos niveles de gobierno en la gestión de los recursos, así como también del sector privado, instituciones académicas y de la sociedad civil” (GARCÍA; 2011)

COOPERACIÓN EN LA CIUDAD DE ROSARIO

Tiempo atrás, era la administración pública, la responsable de asegurar el bienestar de los ciudadanos, y eran las empresas quienes incrementaban sus beneficios independientemente de los intereses de la sociedad. En la actualidad, se busca en cambio, un éxito que depende tanto de las empresas, de la sociedad civil, como de los gobiernos. Sostienen Ana M. Mazón y Laura F. Moraleda, en su cuaderno “Cooperación pública privada en el ámbito de la promoción de los destinos. El análisis de las redes sociales como propuesta metodológica”, publicado en el año 2013.

Mateu Hernández Maluquer, Director General de Barcelona Activa (2008), resalta 4 modelos de cooperación público-privada, detallados a continuación:

- 1) PARTICIPATIVA: Se comparte el poder en la toma de decisiones. Se puede compartir la financiación y los recursos humanos. Lo importante es que, independientemente de que lo haga o no, el sector privado tiene capacidad de decisión en estos temas.
- 2) CONSULTIVA: Los actores privados opinan y dan consejo respecto a proyectos públicos concretos, pero sin tomar parte en ellos.
- 3) OPERACIONAL. El sector privado recibe el encargo de hacer un trabajo o prestar un servicio definido previamente por el sector público, y no participa en la toma de decisiones básicas.

4) CONTRIBUTIVA: El sector privado da apoyo, normalmente financiero, a un proyecto en forma de patrocinio o mecenazgo.

Siguiendo con dichos modelos, se puede decir que la ciudad de Rosario entonces, presenta una cooperación de tipo participativa.

Se sostiene que es participativa porque la ciudad presenta el Ente Turístico, donde ambos sectores, tanto público como privado, tienen la capacidad de decidir y debatir en los diversos temas que se tratan en relación al turismo.

Dicho ente como organismo mixto, denominado ETuR, fue creado a partir de la ordenanza N°6200/96, modificada en la ordenanza N°8379/09, y que funciona como un ente descentralizado, autárquico administrativo y financieramente. El mismo tiene como objetivo, la planificación y concreción de propuestas para el desarrollo turístico de la ciudad de Rosario y su zona de influencia, así como su promoción hacia mercados locales, regionales, nacionales e internacionales. A través de este objetivo se busca posicionar a la ciudad como un destino turístico por excelencia.

La ciudad presenta además, la Secretaría de Turismo de Rosario, creada en diciembre de 2011 por iniciativa de la actual intendenta Mónica Fein, en respuesta al crecimiento de la ciudad como destino turístico. Dicha dependencia, de orden netamente política, promueve políticas que fomentan el desarrollo y promoción del turismo receptivo nacional, regional e internacional; apoya iniciativas públicas, privadas y académicas que brinden valor agregado a la ciudad como destino turístico; genera diversas acciones para posicionar a Rosario como sede de congresos, ferias y convenciones y trabaja incesantemente para consolidar productos turísticos ya existentes y desarrollar nuevos, entre otras acciones. (Gacetilla nueva secretaria de turismo. Rosario, 30 de agosto de 2012. Se inauguró la nueva sede de la secretaria de turismo)

Es incorporando cada uno de los intereses y necesidades de los sectores, que se logra, un desarrollo integral, y que en conjunto con la opinión, la participación activa y constante de los sectores, se alcanza un desarrollo participativo, registrando así, las bases para un destino turístico competitivo.

Tanto la Secretaría de Turismo como el Ente turístico, han realizado varios compromisos en conjunto, donde a veces también, participan otras organizaciones o equipos. Por ejemplo, *Implementar la apreciación del Monumento a la Bandera, para personas con discapacidades*. Fue por una iniciativa de la Secretaría de Turismo de Rosario en conjunto con el Ente Turístico, que representantes de distintas organizaciones

vinculadas a la discapacidad visual y auditiva verificaron el funcionamiento de los nuevos dispositivos que abren un recorrido practicable por el Monumento Nacional a la Bandera.

Otra de las iniciativas llevada a cabo por ambos sectores, es el concurso de *Rosario Imaginada 2014*. El mismo premia a los participantes que presenten proyectos e investigaciones de turismo y hotelería de Rosario. Dicho concurso se enmarca dentro del “Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable Rosario 2010-2018”, el cual tiene entre sus líneas, el fortalecimiento de los vínculos entre entidades educativas y el sector público. De este modo, se contribuye a la profesionalización del sector y a estimular la producción e investigación sobre la ciudad.

Además se encuentra en vigencia un programa denominado *Contribución a la promoción económica internacional*, basado en la coordinación de la contribución que se haga desde el municipio; principalmente la vinculada a la dimensión internacional, al posicionamiento de la ciudad en el contexto regional e internacional, con énfasis en los aspectos económicos y comerciales.

El objetivo de dicho programa, es fomentar la cooperación público-privada a partir de una agenda común de internalización de determinadas iniciativas productivas tales como la Feria Internacional de la Alimentación (FIAR) y el Programa PRO ROSARIO. Dicho programa, junto con el Plan Estratégico Rosario (PER), la agencia de Desarrollo de la Región Rosario, el Plan Urbano Rosario (PUR) y el Plan Estratégico Metropolitano (PERM), se presentan como ejemplos para la integración de perfiles productivos, bajo plataformas público-privado que reflejan una cultura de Cooperación.

Es importante destacar que en el año 2003, la ciudad recibió el premio del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, como mejor modelo de gobernabilidad ciudadana, gracias a una serie de iniciativas públicas que motorizaron actores sociales y empresariales.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

A partir de una entrevista realizada a María Ofelia Polito, gerente de AEHGAR (Asociación Empresarial Hotelera Gastronómica y Afines de Rosario), se le pregunto acerca de la relación que presentan con el sector público. La asociación pertenece a la mesa directiva que compone el ETuR, por lo que tiene participación y voto.

A raíz de la pregunta, contesto que la relación es “eficiente”. Afirmó que en cuanto a los tiempos para transmitir los planes e informes de turismo, no siempre son los adecuados. “Por ejemplo, cuando se está acercando el período veraniego, las

indicaciones llegan sobre la fecha, sobre cursos e ideas a llevar adelante para enfrentar las actividades de ese período”.

Es importante entonces, llevar a cabo una correcta *Planificación Estratégica*, donde se marquen las directrices de las decisiones, los objetivos y las líneas de actuación.

M. Porter en su compendio *Competitive strategy (estrategia competitiva)* propone tres tipos de estrategias genéricas que pueden seguir las empresas para crear una posición ventajosa y defendible en su sector. Se trata de liderazgo en costes, de la diferenciación y del enfoque (CASANUEVA ROCHA, et. al.; 2000)

Se dice entonces, que la estrategia competitiva para la ciudad de Rosario es la *Diferenciación*, tratando de ofrecer servicios completos y diferentes al de otras ciudades cercanas.

“La estrategia es la búsqueda de una ventaja competitiva que nos ayude a obtener el éxito empresarial mediante una posición favorable frente a los competidores y el mantenimiento de esa ventaja competitiva a lo largo del tiempo” (CASANUEVA ROCHA, et. al.; 2000)

Como ventajas competitivas que presenta la ciudad, se destaca la cercanía con la provincia de Buenos Aires y Capital Federal, siendo el mayor punto emisor de turistas por su densidad poblacional; disposición de un aeropuerto con salidas internacionales y al aeropuerto de Buenos Aires; diversidad de atractivos tanto naturales, como culturales e históricos; acceso a la ciudad a través de diversos caminos, tanto fluviales, aéreos como terrestres; desarrollo turístico en zonas aledañas, que permite realizar un turismo alternativo fuera de la ciudad; instalaciones modernas preparadas para la realización de eventos y congresos, entre otras.

Para entender lo que significa la estrategia, es conveniente conocer el proceso de *Planificación Estratégica* que debe llevar a cabo una empresa (ciudad o ente) y que puede ser analizada través de una serie de pasos, los cuales se aplicarán al caso que se está estudiando y donde además se propondrán nuevas opciones (CASANUEVA ROCHA, op. Cit.):

1° Identificación de la misión de la organización: en este aspecto es importante definir la misión que el Ente tiene de sí mismo a largo plazo, es decir, cual es la meta última que quiere alcanzar.

La misión de la ETuR es “impulsar incesantemente el posicionamiento de Rosario como ciudad turística y, también, como una de las principales sedes argentinas para el turismo de reuniones”.

2° Definir los objetivos del ente a largo, mediano y corto plazo: este punto deriva directamente de la misión y es importante saber establecerlos, de modo que los objetivos de nivel inferior, contribuyan al cumplimiento de los del nivel superior. Se debe resaltar, que los objetivos son la base del control posterior.

Entre los objetivos de la ETuR, se encuentra:

- la planificación y concreción de propuestas para el desarrollo turístico de la ciudad de Rosario y su zona de influencia,
- la promoción hacia mercados locales, regionales, nacionales e internacionales

3° Realizar el análisis estratégico: implica hacer un estudio, por un lado de los recursos y la estructura con la que cuenta la ciudad de Rosario y por el otro, del entorno de este. El más común y conocido es el análisis FODA. Allí se realiza un análisis interno de la ciudad para detectar los puntos fuertes y débiles; y un análisis externo, para detectar las oportunidades y amenazas que presenta.

4° Elección de la estrategia: se refiere a hacer elecciones y tomar decisiones sobre el camino más adecuado para alcanzar sus metas más importantes y a largo plazo. Tiene que elegir la estrategia a seguir.

Se utilizará como estrategia, la ya mencionada en el objetivo de la ETuR: *Desarrollo turístico de la ciudad de Rosario y su zona de influencia.*

Para ello, La licenciada Duque Brito Ahide, (2008), sostiene que el realizar una forma o modalidad alternativa de turismo, es un deseo de los habitantes de los centros urbanos, de salir temporalmente, para conocer las culturas aledañas, las tradiciones de los pueblos, las costumbres, de experimentar nuevas emociones. Define específicamente que el hacer turismo rural, por ejemplo, es realizar actividades propias de las explotaciones agropecuarias para así disfrutarlas, o simplemente complacerse del espacio verde y del descanso.

Se observa entonces, que existe una necesidad o deseo, de salir de lo urbano para adentrarse a los espacios verdes, a la naturaleza y de ese modo experimentar un turismo alternativo, más bien diferente, de lo que una metrópoli puede ofrecer.

Es a través de esta explicación que se dará inicio a una serie de circuitos propuestos y al conocimiento de ciudades y zonas cercanas a Rosario. De este modo, se

busca que el turista, pueda hospedarse en la ciudad, desde allí movilizarse para hacer los recorridos y así tener motivos para aumentar su estadía en la ciudad.

El primer circuito es *La Ruta de la Leche* que dirigiéndose por la ruta 11, abarca localidades de Esperanza, Rafaela, Presidente y estación Roca, Sunchales, Humberto Primo, Ramona, Moises Ville, entre las más destacadas.

La provincia de Santa Fe, es la Cuenca Lechera más grande de América del Sur, es por este motivo, que a través de todo el itinerario, se recorren estancias y tambos, que muestran la historia de la región productiva basada en alimentos y su cadena de valor desde la materia prima. Durante el paseo se pueden visitar productores primarios, importantes agroindustrias, restaurantes, hoteles, hablar con gente de la zona y conocer sus museos.

El segundo circuito a considerar es el *Circuito de la Costa*. El mismo bordea el río Coronda con localidades con el mismo nombre, Puerto Aragón, Monje, Puerto Gaboto, Oliveros, Puerto Gral. San Martín, San Lorenzo y Rosario.

En este recorrido, ya con una duración menor que el anterior, se destaca la cordialidad de los habitantes, la gastronomía, el amor por la naturaleza y su uso sustentable. Es un recorrido preferencial para épocas veraniegas, donde además, se puede disfrutar de días de camping, pesca y naturaleza.

El tercer circuito es el *Circuito de los Pueblos Rurales*. Pueblos que se encuentran cercanos a las grandes ciudades y en el interior de la provincia. Allí, además de disfrutar asados, cabalgatas, se pueden disfrutar de las tareas propias del campo, como es el arreo de hacienda, cosecha de explotaciones agrícolas, espectáculos de destreza criolla, domas o jineteadas. Se observa la historia gaucha de la región, a través de los museos de las ciudades y los pueblos que conservan dicha herencia.

Entre las localidades más destacadas se encuentran, Casilda, Cululú, Villa Constitución, Sanfor, Sunchales, Roca, Rafaela, Colonia Médici, entre otras.

El cuarto circuito es el *Circuito por los Puertos*. Entre los puertos más destacados y de mayor actividad se encuentran, el Puerto San Martín, el Puerto San Lorenzo y el Puerto de Rosario. Todos ellos presentan una actividad incesante donde se observan todos los procesos agroindustriales. Este recorrido se puede combinar con visitas a las fábricas de maquinarias agrícolas en las localidades Rufino y Rafaela.

Como zonas cercanas a visitar, se encuentran la Ciudad de Santa Fe, la Ciudad de Victoria (Entre Ríos) y la Ciudad de San Lorenzo (Santa Fe).

La *Ciudad de Santa Fe*, se encuentra a 173km de la ciudad de Rosario, lo que se estima aproximadamente 2hs de viaje en auto. Allí se puede conocer el casco histórico, emplazado en 5 manzanas que rodean la plaza principal 25 de Mayo. Luego se recorre la Catedral Metropolitana que data de 1665 con un estilo neoclásico italiano. Los museos de Santa Fe son dignos de admirar por su contenido e importancia histórica. También se puede visitar la casa de alfajores Merengo, que muestra la realización de los alfajores tradicionales de la provincia de Santa Fe. Con parques, una estación zoológica y una costanera que bordea la ciudad, se puede recorrer lo más atractivo y destacado en tan sólo un día.

La *ciudad de San Lorenzo* se encuentra a 24km de la ciudad de Rosario, lo que se estima un viaje de 30min aproximadamente en auto. Allí se puede visitar el Campo de la Gloria, donde en 1813, se disputó la histórica *Batalla de San Lorenzo* sobre las barrancas del Río Paraná. Frente a este solar de 4 manzanas de extensión, se encuentra el Museo Histórico Conventual San Carlos, establecido en un convento franciscano, en 1791, actualmente presenta 16 salas de exposición que narran la historia de la batalla del Gral. San Martín. Además se encuentra el Museo Histórico regional y un Centro Cultural, que permiten observar toda la historia de la ciudad.

Por último, la *Ciudad de Victoria*, en la provincia de Entre Ríos, se encuentra a 75km de distancia de Rosario, lo que se estima 1 hora de viaje. Su principal atractivo es el cruce hacia la ciudad, a través del interesante puente Rosario-Victoria, con una infraestructura moderna que permite cruzar a la otra provincia. Allí se puede observar una ciudad ribereña colonial con un centro histórico religioso, donde su Parroquia principal Nuestra Señora de Aránzazu, se encuentra emplazada en el centro cívico alrededor de la plaza San Martín. También presenta el Cerro de la Matanza, con un mirador a la Virgen de Fátima, una costanera desde donde se practican deportes náuticos y pesca, y una serie de muros, dentro de los cuales, el más llamativo es el museo de los OVNI con imágenes y sonidos de estos sucesos.

5° Implantación de la estrategia: la estrategia se pone en práctica a través de un conjunto de actividades y acciones recogidas en planes y programas con distintos plazo temporales.

En este aspecto se desarrollan una serie de acciones a seguir.

Para los recorridos propuestos, es necesario aplicar una Política turística, entendida como *Política sectorial*, la cual comprende, un amplio número de variables para

actuar sobre metas intermedias y cumplir con los objetivos de un sector determinado. Dichas variables son *Políticas instrumentales*, que condicionan a las políticas sectoriales y la definen: “Resulta evidente la influencia que ejercen las políticas instrumentales en la configuración de las políticas sectoriales, encontrándose estas últimas notablemente condicionadas por aquéllas. No obstante, el grado de incidencia de cada política instrumental en cuestión, dependerá de las características de la política sectorial de que se trate y de la estructura de las empresas afectadas por la misma.” (MONFORT MIR; 2000)

Entre las políticas instrumentales a utilizar para estos casos, se consideran aplicar, al menos 5 políticas:

- Política de Medio Ambiente: donde el cuidado de estos nuevos espacios rurales, sea el objetivo principal. Para ello es necesario concientizar tanto a los dueños de las tierras como a los turistas, acerca de la importancia del ambiente, de la limpieza y del cuidado de los recursos naturales.
- Política Laboral: es necesario el incentivo de contrataciones y de la creación de empleo, a partir de dar a conocer el lugar, donde no sólo es necesaria la mano de obra para mostrar los lugares (en el caso de los espacios rurales) sino que además son necesarios, guías turísticas que expliquen los recorridos (siempre y cuando se contrate el servicio de guía turística), el personal de venta de artesanías, etc.
- Política educativa: necesaria para la formación y capacitación de los recursos humanos que presenten los servicios, mencionados en la política anterior.
- Política de transporte: necesaria para la regulación del transporte que traslade al turista con calidad y seguridad
- Política en infraestructura: imprescindible para la regulación de establecimientos. Esto implica adecuar y condicionar las estructuras de alojamiento y restauración y regular las futuras infraestructuras, de modo que no afecten el ambiente ni al ecosistema de los espacios rurales.

Monfir Mir (2000) en su análisis *La Política Turística: una aproximación*, afirma que para establecer una política turística, se debe contemplar al mismo tiempo, un organismo responsable para llevar a cabo su ejecución, donde a través de un orden de prioridades, se diseñaran acciones que se consideren adecuadas, para la realización de metas generales que demarcan a la política turística seleccionada.

A través de todas estas políticas se beneficiaría al desarrollo local por medio de los aportes que genera la actividad, por la diversificación de ingresos para las empresas, creación de empleo, revalorización del patrimonio cultural, de las costumbres y tradiciones. Pero para ello es indispensable contar con el compromiso de la comunidad local, para llevar a cabo estas opciones de turismo alternativo.

Una vez que estos productos pueden ser ofrecidos, se debe buscar a los clientes/turistas que quieran adquirir dichos servicios. De ello se encarga el Marketing o área comercial en el caso de una empresa.

El *Marketing* tiene la misión de poner en contacto la oferta (empresa/ente) con la demanda (consumidores/turistas), para establecer una relación de intercambio en el mercado, a través de los canales de comunicación. Así, la relación de oferta y demanda configura el *Precio*; la relación de intercambio se refiere al *Producto* (en este caso, de los circuitos y visita a las ciudades cercanas); el mercado es el lugar donde se produce la *Distribución* (a través de operadores turísticos o agencias de viajes, ya sea mayoristas o minoristas), y por último, tenemos *Los Canales de Comunicación* que contienen fundamentalmente la publicidad, la promoción y las relaciones públicas (en este aspecto es necesario desarrollar, *una señalética* de estos nuevos recorridos. Por medio de la cartelera informativa, se pueden mostrar los atractivos y servicios, para invitar al turista a conocer lugares diferentes a los de la ciudad. Es importante, también la folletería en cada punto estratégico de la ciudad que enseñe estos nuevos recorridos. Serán las agencias de viajes o los Operadores, los encargados de comercializar estos productos, con una previa capacitación)

6° Control: Un procesos no puede continuar su curso si esporádicamente no se realiza un control y saber si los objetivos se están cumpliendo y de no ser así, deben comprobarse las diferencias entre lo deseado y lo realizado y prever medidas correctas.

En la Planificación Estratégica es más difícil realizar un control, dado que los objetivos se marcan a largo plazo y de forma poco precisa y las medidas de las actuaciones tampoco se suelen establecer previamente. No obstante es fundamental realizarlo. (ROCHA, et.al.; 2000)

Es posible afirmar que siguiendo una planificación estratégica sobre los puntos a resolver y siguiendo una cultura de cooperación, se refutaría el planteo general de “La ciudad sólo para fines de semana” o “La ciudad posicionada como un destino de dos noches”.

ANÁLISIS FODA DE LA CIUDAD DE ROSARIO

El Licenciado Santiago José Barcos, en su libro *APRENDIENDO EL PROCESO ADMINISTRATIVO y algo más....* (2007), sostiene lo siguiente “Teniendo en cuenta el concepto de ESTRATEGIA y las variables del contexto y su incidencia en todas las acciones de la organización/ciudad es que en esta etapa habrán de analizarse los factores externos e internos que influyen en estas predicciones. Con respecto al análisis interno de la organización, se identifican:

Las **Fortalezas** de la organización como sus *puntos fuertes*, en términos de competitividad relativa por sobre sus competidores, la capacitación y profesionalización de su personal, etc.

Las **Debilidades** o *puntos débiles*, como -por ejemplo- ciertas restricciones financieras, de recursos humanos o tecnológicos, o su capacidad productiva;

Con respecto a las condiciones externas relativas, se incluyen:

Las **Oportunidades**, como puede ser la factibilidad de ocupar ciertos nichos de mercado, la debilidad evidenciada de los competidores, las regulaciones impositivas favorables, el crecimiento del sector, etc.

Las **Amenazas** que se presenten como situaciones desfavorables, las que constituyen un riesgo para la supervivencia de la organización como, por ejemplo, aperturas económicas, desgravaciones impositivas a las importaciones de productos que compiten con los propios, personal poco predispuesto al cambio, etc.”

Todas estas variables conforman lo que se conoce como FODA, siendo una herramienta que se utiliza para realizar un diagnóstico, sobre la posición actual en la que se encuentra, en este caso la ciudad, y observar cuáles son sus puntos “fuertes y débiles” tanto internos como externos.

A continuación, entonces se realizará dicho diagnóstico sobre la ciudad de Rosario a partir de todos los aspectos que se estuvieron analizando, hasta aquí en el trabajo.

Para la realización del siguiente estudio se utilizó además, el Plan de Desarrollo Turístico 2010-2018 de la ciudad de Rosario.

Fortalezas

- ✓ Ciudad metropolitana con privilegiada posición geográfica, con facilidad de acceso desde el territorio Nacional, Mercosur y corredor Bioceánico.
- ✓ Calidad y cantidad de servicios recreativos, culturales, deportivos, con espacios destinados al tiempo libre y la salud (producto de inversiones tanto pública como privada) y una amplia y acreditada oferta hotelera y gastronómica.

- ✓ Cuna de artistas reconocidos
- ✓ Se destaca por su calidad científica y académica en disciplinas biotecnológicas, medicas, tecnológicas y sociales entre otras, y cuenta con instituciones de capacitación en sistemas complementarios al turismo.
- ✓ Positiva vinculación con el Ministerio de Turismo de la Nación y con la Secretaria de Turismo de la Provincia de Santa Fe.
- ✓ Cercanía con ciudades y atractivos rurales, posibles de interrelacionar a través de circuitos.

Oportunidades

- ✓ Fortalecer la marca Rosario Turística dentro del mercado local, nacional e internacional, situándola como uno de los referentes culturales de Latinoamérica.
- ✓ Atracción de jóvenes por la oferta de enseñanza universitaria, de la Universidad Nacional de Rosario.
- ✓ Remodelar, adecuar y acondicionar las estructuras de alojamiento y restauración y regular las futuras infraestructuras en las zonas rurales para integrar con circuitos.
- ✓ Existencia de recursos o cooperaciones turísticas, deportivas y de ocio en los alrededores aún sin explotar.
- ✓ Cercanía con Buenos Aires y otras ciudades con la oportunidad de crear sinergias mediante cooperaciones.
- ✓ Acompañar el crecimiento de la modalidad de turismo urbano y turismo rural, promover el salto cualitativo de “Ciudad de Paso” a “Ciudad Destino” con la finalidad de incrementar la estadía en la ciudad.
- ✓ Desarrollo del puerto como nodo nacional e internacional de transporte.

Debilidades

- ✓ Insuficiente orientación al turista: puntos de información, idioma, mapas, carencia de un sistema unificado de información que provea indicadores de medición de visitantes y grado de satisfacción de los mismos, escaso desarrollo de infraestructura y servicios destinados al turista, falta de acondicionamiento y adecuación de buena parte de los recursos naturales y culturales.
- ✓ Dificultad para conformar a Rosario como producto turístico, difundirlo e insertarlo en los mercados emisores.
- ✓ Ausencia del concepto de uso sostenible de nuestro patrimonio cultural y natural.

- ✓ Limitada coordinación entre los diversos ámbitos de la administración nacional, provincial y municipal y las empresas turísticas.
- ✓ Ausencia de legislación específica local y provincial que regule el funcionamiento del sector y promueva su desarrollo.
- ✓ Falta de predio ferial acorde al crecimiento de la demanda que se pretende desarrollar.
- ✓ Debilidad en la comunicación de ideas y proyectos, dentro del consejo directivo del Ente Turístico de Rosario
- ✓ Escasa coordinación de proyectos entre el ETuR y la Secretaria de Turismo de la municipalidad de Rosario.

Amenazas

- ✓ Desarrollo y promoción turística de otros destinos, tanto nacionales como internacionales, con recursos similares y con una amplia oferta de infraestructura y actividades.
- ✓ Cambios de escenarios en las macro y microeconomías.
- ✓ Degradación creciente del medio ambiente y del patrimonio cultural por uso intensivo.
- ✓ Limitadas normas de protección de los recursos naturales e insuficientes políticas activas para la preservación del medioambiente.
- ✓ Aumento de los niveles de contaminación, destrucción del entorno natural y persistencia de comportamientos ambientales inadecuados.
- ✓ El incremento de llegada de estudiantes de diversas procedencias geográficas y culturales puede generar problemas de integración con la población. Además, el aumento de tamaño de la ciudad se presenta como una potencial amenaza a los valores de tranquilidad, seguridad, proximidad, etc.
- ✓ Dado el potencial incremento de la población derivado de la afluencia de estudiantes, el crecimiento del turismo, etc., es previsible una importante expansión de la ciudad que de no ser correctamente planificada puede deteriorar el nivel de calidad de vida, o generar escasez de suelo urbanizable e incrementar el precio de la vivienda, o repercutir sobre la calidad ambiental del entorno natural de la ciudad.

Se puede decir entonces, que existen los recursos turísticos, el capital humano y los establecimientos necesarios para el desarrollo de este nuevo turismo alternativo en la zona. Combinando con el patrimonio cultural, histórico y natural que presenta la ciudad.

Si a esto se le suma, el trabajo en conjunto tanto de la ETuR como de la Secretaría de Turismo y otras entidades, se podría decir entonces, que la ciudad de Rosario y sus zonas aledañas representan un sólido potencial turístico.

Si bien, a través del análisis FODA, se observaron muchas falencias para mejorar y reformar, se destacaron también muchos aspectos fuertes. Es importante saber manejar todas estas variables y no perder de vista el objetivo, de definir a la ciudad como un centro turístico, capaz de aumentar su nivel de estadía y de buscar posicionarse a nivel internacional.

CAPÍTULO III

COMPARACIÓN CON LA CIUDAD DE MENDOZA

A través del siguiente capítulo se llevará a cabo un análisis detallado y profundo sobre las características que presenta la ciudad de Mendoza y que diferencias y similitudes presenta con la ciudad de Rosario.

Primero se abordará un estudio sobre el nivel de estadía de las diversas regiones que componen a la Argentina, para de allí destacar las ciudades de Mendoza, Córdoba (nombrada como ciudad a comparar en la metodología de la tesis) y Rosario.

Luego, se comenzará con un detalle de los atractivos y servicios que presenta la ciudad de Mendoza, para luego adentrarnos en un análisis basado en diversos datos como son: nivel promedio de estadía, cantidad de viajeros, cantidad de plazas ocupadas y porcentaje de plazas ocupadas.

Luego, se expondrán todos esos datos en cuadros y gráficos donde se realizarán las comparaciones pertinentes, pero en este caso, solo de Mendoza y Rosario.

NIVEL DE ESTADÍA PROMEDIO DE LAS REGIONES

El INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y censos), en su informe del año 2013 de Ocupación Hotelera (EOH) -relevamiento mensual que se realiza desde el año 2002 y que incluye los mayores centros turísticos del país-, demostró que Rosario tiene un promedio de estadía de turistas de 1.72 sobre una escala con niveles de estadías superiores.

Fue a partir de este análisis que se decidió indagar detalladamente en los niveles, porcentajes y cantidades que contaban otras ciudades y comparar.

Los resultados completos del INDEC de todo el año 2013, se publicaron recientemente y se obtuvo lo siguiente, en cuanto al nivel de estadía:

Cuadro 2

Duración de estadía promedio sobre el total de todas las regiones	
RANGO	
Mínimo	Máximo
1,12	6,63

(Elaboración propia)

Dado que era imposible mostrar los datos de todas las ciudades del país, se optó por utilizar los datos más representativos de las regiones. Lo que se hizo fue anotar de cada región, el mínimo y el máximo del nivel promedio de estadía, luego de analizar esos valores en cada una de las ciudades turísticas que el INDEC analizó.

Quiere decir, que sólo se consideraron los valores mínimos y máximos de la duración promedio de estadía de cada una de las ciudades. Es importante saber esto, porque a través de estos valores mínimos y máximo, se pudo deducir una escala utilizando un rango como parámetro. De este modo se podrá ubicar estimativamente, a las ciudades que vamos a analizar (a partir del promedio de estadía de todo el año) dentro de dicha escala. La escala que se observa en el *Cuadro 2*, entonces, comenzaría con el 1.12 (mínimo) y finalizaría con el 6.63 (máximo), refiriéndose a la duración de permanencia promedio de los turistas.

En el siguiente cuadro, se plasmó el promedio de estadía durante el año 2013 de las 3 ciudades que más interesaban: Mendoza, Rosario y Córdoba.

Cuadro 3

Promedio de estadía de todo el año 2013		
Mendoza	Rosario	Córdoba
2,18	1,59	1,81

(Elaboración propia)

Es importante resaltar que todos los datos son estadísticas que si bien describen la realidad lo más acertado posible, no son capaces de captar todas las situaciones con exactitud.

En el *Cuadro 3* se puede ver que de las 3 ciudades, Rosario es la que presenta el nivel de estadía promedio más bajo y Mendoza el más alto. Incluso se podría afirmar que Mendoza, se encuentra bien posicionada en la escala. Si hubiera que ubicarla con

exactitud, se encontraría un poco por debajo de la mitad de la escala, aunque eso se corroborará más adelante, porque depende del promedio de estadía que presenten el resto de las ciudades.

En el caso de Córdoba no sucede lo mismo, incluso similar a Rosario, ambas presentan un nivel bajo, más cercano al mínimo nivel de la escala.

Es con esta comparación, que se llegó a la conclusión que no va a ser necesario analizar la ciudad de Córdoba, porque si bien, la estadía que presenta es mayor que la de Rosario, a términos comparativos y de análisis no es útil para tomarla como referencia.

Mendoza, en cambio, presenta una estadía mucho mayor y que por lo tanto servirá más su análisis, para luego llevar a cabo, lineamientos y planes turísticos, que permitan asemejarla o imitarla para poder aumentar así, el nivel de estadía.

Es importante aclarar que si bien el INDEC muestra una duración de estadía promedio de los turistas 1.72 como máximo, en lo que respecta al turismo, la ciudad de Rosario se posiciona como un destino de 2 noches y 3 días. De allí que surge todo el planteo para llevar a cabo la tesis. Es importante aclarar esto para que no surjan confusiones con los datos que se mostraron y que se mostrarán.

A continuación se podrá ver una breve descripción de la ciudad de Mendoza, en comparación con la ciudad de Rosario.

A través del siguiente análisis, se verá luego, en qué aspectos focalizarse para que se pueda llevar a cabo el objetivo general.

COMPARACIÓN CON LA GRAN MENDOZA

La gran Mendoza, actualmente se ve enmarcada en un conglomerado de 4 partidos, que incluyen, Las Heras, Capital, Guaymallén y Godoy Cruz. Con una superficie de más de 305 km² y una población de 794.413 habitantes. Hay quienes sostienen que la Gran Mendoza también contiene a las ciudades de Maipú y Luján, pero debido a que hay variaciones en cuanto a este punto de vista, solo se hará referencia a los 4 partidos mencionados anteriormente, para estos datos. Constituye el 4to aglomerado urbano en población e importancia de la Argentina, por ser punto estratégico de desarrollo socio-económico del Mercosur y vínculo con Chile.

Rosario, también, se presenta como ciudad importante dado que se encuentra en el corazón de la región productiva agrícola-ganadera más importante de la Argentina.

Presenta una superficie de 178km², con una población de 1.193.605 habitantes, según los últimos registros, y es la 3er ciudad con mayor población, luego de Buenos Aires y Córdoba.

Mendoza presenta un amplio abanico en actividad cultural y artística, compuesta por teatros, museos, galerías de arte y muestras de artesanías que completan el entorno, acompañado de un clima semidesértico muy agradable, producto del encadenado de montañas que la rodean.

La ciudad es un punto de partida ideal para realizar excursiones hacia los importantes atractivos de la provincia; como son los Caminos del Vino y la montaña (particularidades que la ciudad de Rosario no presenta y que a Mendoza le significa un alto flujo de turistas), sus ríos, las termas y las reservas naturales.

La ciudad de Rosario, presenta conectividad con las ciudades de Entre Ríos y localidades aledañas que le podrían brindar circuitos similares a este, y disfrutar, también, de termas y reservas naturales.

En lo que respecta a la gastronomía y pubs, la ciudad cuyana ofrece opciones para todas las edades, donde la calle Arístides Villanueva, brinda a los jóvenes un sinnúmero de bares, pubs y discos; y la peatonal Sarmiento (al igual que la calle Pellegrini en Rosario) ofrece restaurantes y confiterías de alto nivel para saciar a los paladares más exigentes con cocina internacional acompañada siempre de los mejores vinos mendocinos.

Mendoza, se encuentra dividida en 4 sectores bien diferenciados:

Área Fundacional

Es el Sitio donde se fundó la Ciudad de Mendoza el 2 de Marzo de 1561, en la actual Plaza Pedro del Castillo. En sus alrededores se desarrolló la vida cívica, religiosa y social, hasta que en 1861 un terremoto destruyó totalmente la Ciudad. El único testimonio de esa catástrofe son las Ruinas de San Francisco templo de los jesuitas hasta su expulsión en 1767. Luego del sismo la Ciudad fue trasladada a las inmediaciones de la actual Plaza Independencia.

Catedral de Loreto: frente a la Plaza Domingo Faustino Sarmiento es la Catedral de Mendoza, muy apreciada por los vitrales de su sacristía, calificados como lo más valioso en arte religioso que posee la provincia. Se trata de antiguas piezas traídas desde Francia por el primer obispo de Mendoza.

En esta área también encontramos el Acuario municipal, el Serpentario, la Plaza Pedro del castillo “plaza de las armas”, el Museo de área fundacional, las Ruinas de San Francisco, que como se dijo, son los restos –sobrevivientes al terremoto de 1861- del templo que alguna vez albergó la imagen de la Virgen del Carmen de Cuyo. La iglesia fue construida en el siglo XVII y perteneció a la orden de los jesuitas hasta su expulsión en 1767. Allí se bendijo y juró por primera vez la Bandera de los Andes; el Paseo Alameda y el Museo histórico General San Martín.

Rosario también cuenta con historia, con la diferencia que no presenta fecha de fundación como cualquier ciudad. Sino que se hablan de distintos siglos y se utiliza el día de la Virgen del Rosario como día de la Ciudad. Anteriormente denominada “Pago del Salado”, luego “Pago de los Arroyos”; dirigida por españoles, hasta que en 1751 se designa al Alcalde Santiago Montenegro a que diagrama la organización de la futura ciudad. Para ello dona terrenos y manda a construir la antigua capilla y la plaza, donde hoy se sitúa la plaza 25 de Mayo y la Catedral de la ciudad.

Microcentro

En el año 1863 se traslada la Ciudad de Mendoza, y se diseña como Centro de la Ciudad a la Plaza Independencia, junto a otras cuatro plazas que la rodean de forma equidistante: Plaza España, Plaza San Martín, Plaza Chile y Plaza Italia. En esa zona se desarrolla toda la vida comercial de la Ciudad, marcada por Avenida San Martín y Avenida Las Heras, como los ejes comerciales de la ciudad.

En esa zona se encuentra el Pasaje San Martín, el Ex banco hipotecario, la Peatonal Sarmiento, el Museo del pasado cuyano, la Avenida Las Heras, el Mercado central, la Basílica de San Francisco, la Plaza Chile, la Plaza España y la Plaza Independencia

Microcentro compuesto por plazas, peatonales y paseos, en igual sentido la ciudad de Rosario, se completa también con una gran variedad de espacios verdes y paseos.

Barrio cívico

Se encuentra emplazado en los lugares que ocupara la Quinta Agronómica, en el año 1941 se convierte en ley el proyecto del Barrio Cívico, y se inaugura en 1951. Allí se encuentra el Palacio de Justicia, la Casa de Gobierno, Terraza Mirador, Centro de Congresos, Parque Ecológico.

Parque General San Martín

Es el pulmón verde de la Ciudad (como se da en el Parque Independencia de Rosario), con 500 hectáreas de superficie. Creado en 1896 con la denominación del Parque del Oeste, por el arquitecto paisajista Carlos Thays. Como aspectos distintivos se encuentran Los Portones, el Caballito de Marly, la Fuente de los Continentes, El lago, el Museo de Ciencias Naturales, el Estadio mundialista, Cerro de la Gloria, Teatro Griego Frank Romero Day, Circuito Papagayo y el Jardín Zoológico.

Conectividad

Vía Aérea

Aeropuerto Internacional Mendoza “El Plumerillo”

- Aerolíneas Argentinas - Austral: destino Buenos Aires
- Lan Argentina: destino Buenos Aires
- Lan Airlines: destino Santiago de Chile
- Sol Líneas Aéreas: destinos Córdoba y Rosario.

Vía Terrestre

Terminal de Ómnibus de Mendoza “Terminal del Sol”

- Desde el Norte: por Ruta Nacional N° 40: Mendoza – San Juan.
- Desde el Este: por Ruta Nacional N° 7: Mendoza, San Luis, Córdoba, Santa Fe, Buenos Aires. Esta Ruta es la continuación de Av. Vicente Zapata.
- Desde el Oeste: por Ruta Internacional N° 7: Mendoza – Santiago de Chile.
- Desde el Sur: por Ruta Nacional N° 40: Mendoza, Tunuyán, San Carlos.

Son 15 empresas operando en la Terminal de Ómnibus de Mendoza, con conexiones a los países limítrofes, principalmente a Chile por ser país vecino y a todas las provincias de la Republica Argentina.

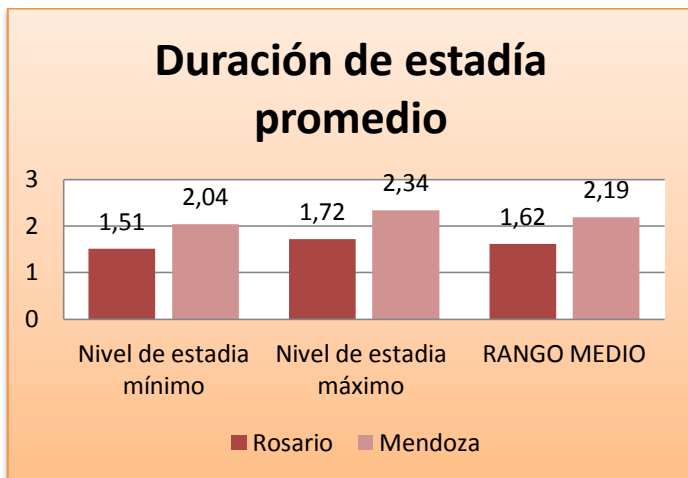
Hasta aquí pudo verse que ambas ofrecen lo mismo como ciudad, y en cuanto a conectividad y servicios. Además son ciudades enriquecidas con mucha cultura e historia.

DIFERENCIAS ENTRE AMBAS CIUDADES

Nivel de estadía promedio

La variable *Nivel de Estadía Promedio*, se calcula como la cantidad de plazas ocupadas divididas el número de viajeros recibidos, en igual período de tiempo. En el *Gráfico 1*, se observa la diferencia que presenta Mendoza con Rosario, donde se podría estimar una amplitud de aproximadamente 0.50, lo que en términos de días, equivale a medio día más de estadía.

Gráfico 1

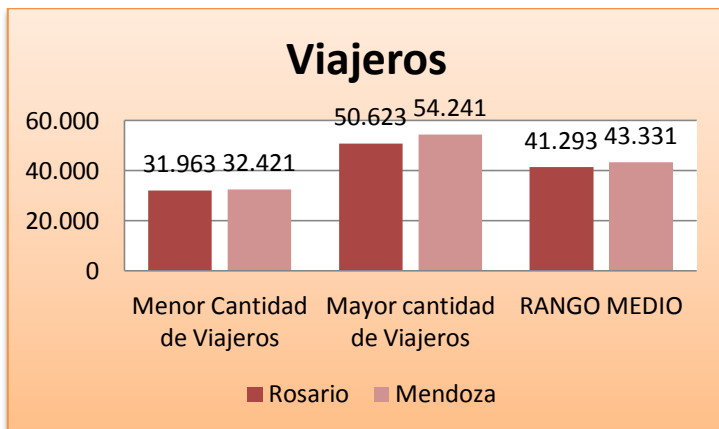


(Elaboración propia)

Viajeros

El dato, *viajeros*, según el Indec, es toda aquella persona que se traslada de su lugar de origen por diversas razones y que realiza pernoctaciones en un mismo lugar, abonando por tal servicio.

Gráfico 2



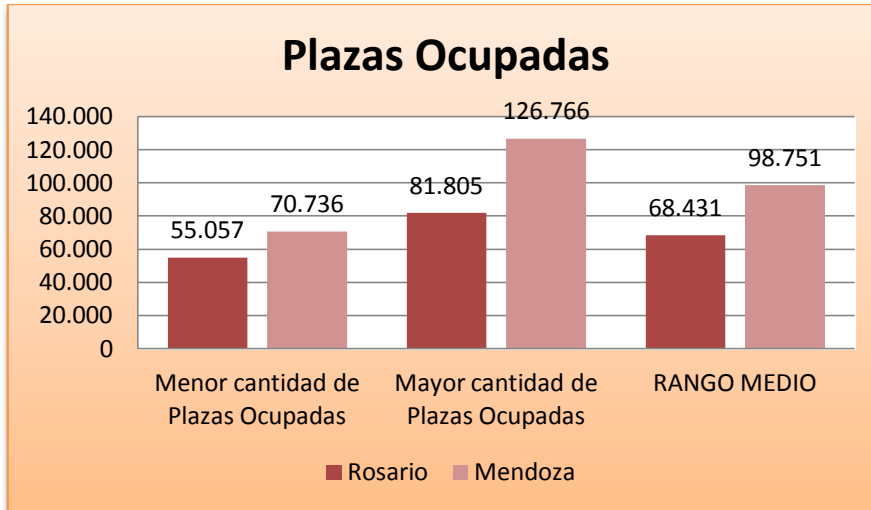
(Elaboración propia)

A través del *Gráfico 2*, se observa que la diferencia entre las dos ciudades es muy pequeña. Si bien en la mayor cantidad de viajeros Mendoza tiene una diferencia de 4.000 viajero, y en el rango medio una de 2.000, a términos comparativos no es muy diferente de Rosario.

Plazas Ocupadas

La variable *Plazas Ocupadas* se refiere al total de noches que cada viajero permaneció en una habitación y se obtiene de multiplicar la cantidad de viajeros por la cantidad de noches que cada uno se haya alojado en el establecimiento.

Gráfico 3



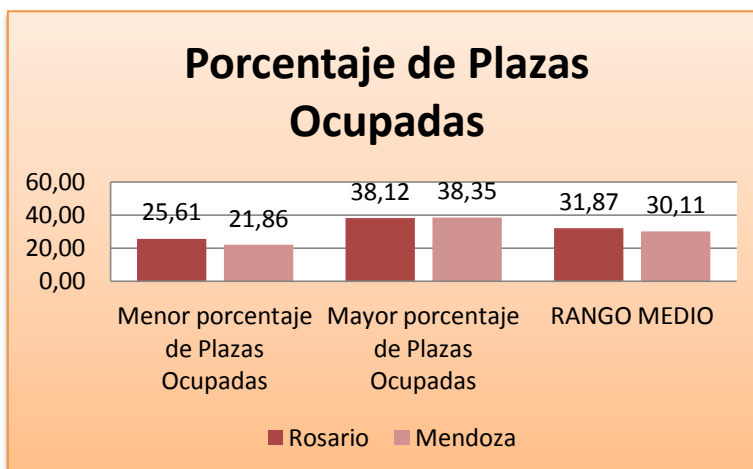
(Elaboración propia)

En este caso, la diferencia es mucho más grande. Es importante reconocer, que la variable nivel de estadía era superior en la ciudad de Mendoza, es por este motivo, que si bien ambas ciudades no presentaron una diferencia importante en la cantidad de viajeros, pero sí la presentaron en el nivel de estadía, y en consecuencia, estos valores influyeron o dictaminaron el total de las plazas ocupadas, marcando la diferencia registrada en el *Gráfico 3*.

Porcentaje de Plazas Ocupadas

La variable *Porcentaje de Plazas Ocupadas*, es un dato que se obtiene de dividir el total de plazas ocupadas, sobre el total de plazas disponibles y luego multiplicar ese valor por 100, para así obtener el porcentaje.

Gráfico 4



(Elaboración Propia)

El *Gráfico 4*, muestra la diferencia que consigue la ciudad de Rosario con Mendoza. Se observa la superioridad que presenta en rango medio, esto es debido a que el menor porcentaje de plazas ocupadas de Rosario, fue un número mayor al de Mendoza. Nuevamente sucede lo mismo que en cuanto a la llegada de viajeros de ambas ciudades. En este caso presentan una mínima diferencia de porcentajes. Sobre un 100% de plazas, se ocuparon como máximo 38.12% en Rosario y 38.35% en Mendoza. Sin embargo, ambas presentaron el mayor índice de porcentaje durante el mes de Julio, lo que corrobora una vez más, que el efecto receso escolar de invierno, genera incrementos y beneficios en estos índices, y lo que corrobora, también, que ambas ciudades presentan similitud de estadísticas.

ANÁLISIS DE LA DURACIÓN DE ESTADÍA PROMEDIO DE LOS TURISTAS (EN DÍAS)

La variable *Duración de estadía promedio de los turistas (en días)*, es un aspecto relevante y que presenta variaciones entre las distintas localidades. Esta variable es importante puesto que, en principio, cuanto más días pase un visitante en la ciudad, mayor será el gasto que realice.

Rosario presenta uno de los valores más bajos; se ubica en el 9º lugar con un promedio de 1.72 días, como máximo de estadía de un visitante, sobre un total de 46 ciudades estudiadas por el INDEC, donde el mayor nivel de estadía de 6.63 días, lo presenta La Falda. Mendoza, en cambio, como dijimos al comienzo de este apartado, se ubica un poco por encima de la mitad de la tabla, en la posición 24, de acuerdo a los índices de estadía.

Cuadro 4

Posiciones	Escala de ciudades con sus niveles máximos de estadía		Posiciones	Escala de ciudades con sus niveles máximos de estadía	
1	Rafaela	1,26	24	Mendoza	2,34
...				
8	Santa Rosa	1,62	31	Ushuaia	3,30
9	Rosario	1,72	32	Río Hondo	3,77
10	Cafayate	1,76	33	V. Langostura	3,82
.....				
17	Corrientes	1,93	40	Bariloche	5,16
18	Córdoba	1,95	41	Malargüe	5,19
19	La Rioja	1,98	42	VGB	5,45
.....				
23	Salta	2,25	46	La Falda	6,63

(Elaboración propia)

Sobre esta variable es importante hacer una aclaración: la estadía de un turista que viaja por placer probablemente sea mayor a la de otro que viaja por negocios, para asistir a un congreso o para realizar algún trámite. Si bien no se puede afirmar que en Rosario hay una proporción mayor de turistas de negocios/congresos que en Mendoza y Córdoba, sí se puede afirmar el nivel de importancia que tiene este tipo de turismo en Rosario.

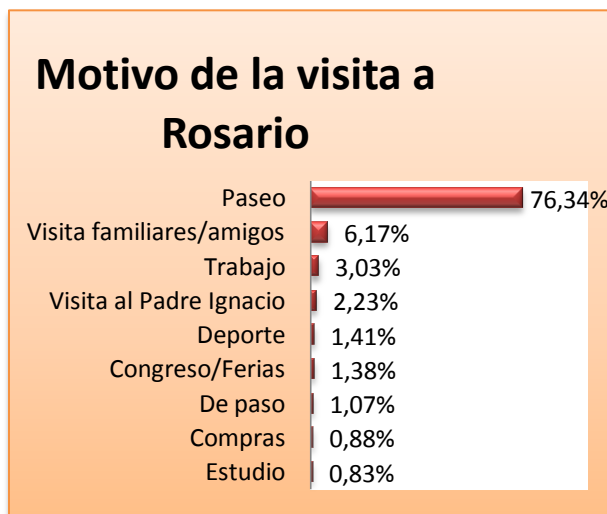
En primer lugar, porque en todas las encuestas realizadas por la Secretaría de Turismo en conjunto con la municipalidad de Rosario, durante el primer semestre del 2013, todas ellas dieron como resultado que el motivo *Trabajo*, sumado al motivo de *Congresos y Seminarios*, ocupa el tercer puesto en cuanto a asistencia de viajeros a la ciudad. Con un porcentaje de 4.41%, superando así a los motivos Religiosos, deportes, compras, etc.

A continuación se exhiben los resultados del primer semestre informados por el ETuR, en conjunto con la Secretaría de Turismo de Rosario.

Cuadro 5

Grafico 5

Motivo	Porcentaje
Paseo	76,34%
Visita familiares/amigos	6,17%
Trabajo	3,03%
Visita al Padre Ignacio	2,23%
Deporte	1,41%
Congreso/Ferias	1,38%
De paso	1,07%
Compras	0,88%
Estudio	0,83%
Otros	1,73%



(Elaboración: ETuR/Municipalidad de Rosario)

En segundo lugar, dicha ciudad está inscripta al programa *Convention & Visitors Bureau*, (explicado anteriormente), presentando la categoría más completa.

El *Bureau* (oficina) en cada ciudad, país o región, presenta 4 responsabilidades importantes:

- Estimular a diferentes grupos para realizar reuniones, convenciones, eventos y ferias en la ciudad o área que estén representando; asistir antes y durante la realización de las reuniones/eventos.
- Animar a los turistas a visitar y disfrutar de los históricos, culturales y recreativos oportunidades que el destino ofrece.
- Representar a un destino específico y ayudar al desarrollo a largo plazo de las comunidades a través de una estrategia de viajes y el turismo.
- Servir como agencia de marketing a la comunidad mediante la promoción de los activos de la ciudad o del país para los visitantes, con el objetivo de aumentar el impacto económico en la economía local.

Rosario presenta la oficina (Bureau) donde se busca desarrollar esta organización.

Es importante que se resalte esto, debido a que con esta idea general, se corrobora la importancia a nivel internacional que representa Rosario, en materia de congresos y convenciones. (Recuperado en 04, de 2014, de: http://kycvb.com/what_is_a_CVB.htm)

Se puede decir, entonces, que Rosario es un punto de referencia para los visitantes, tanto extranjeros como residentes. No solo por sus atractivos edificios, culturales, su historia y la naturaleza que la rodea, sino también, porque se busca posicionarla como una ciudad referente en materia de Congresos y Convenciones. Lo que le va a valer una presencia mayor de turistas.

En el año 2011 la Fundación Banco Municipal hizo un análisis comparativo del sector hotelero de Rosario, donde sostuvo lo siguiente: “Se puede apreciar que en Rosario, el promedio de ocupación es medio y sus visitantes serían de ingreso elevado. Sin embargo, la duración de la estadía y la cantidad relativa de visitantes que recibe son las más bajas, limitando el impacto de la actividad en la economía de la ciudad.”

El estudio continua afirmando: “Dejando de lado las limitaciones de la información en lo referido a los motivos de viaje de los visitantes de la ciudad, se puede conjeturar que durante los meses de verano se combinan dos factores que hacen caer la demanda. Por un lado la actividad económica es menor y eso atrae menos visitantes cuyo motivo de viaje son los negocios. A esto se suma el hecho de que en el verano prácticamente no se realizan congresos ni ferias. Por el otro, los turistas propiamente dichos eligen visitar aquellas localidades cuyos atractivos se aprovechan en los meses de verano y en las que se pueden tomar vacaciones más largas.”

El análisis se refiere al desequilibrio económico en la ciudad en los meses de verano, producto de una disminución en la actividad de ferias, congresos y negocios. Sin embargo, se pudo observar que en el mes de enero, por ejemplo, es cuando se encuentra el mayor nivel de estadía. Es importante aclarar, que igualmente el mayor promedio de estadía es de 1.72, es decir, que no se acerca si quiera a los 2 días. Pero es interesante tener en cuenta este valor, porque quiere decir que es algo beneficioso para la ciudad, saber que en enero el promedio de estadía es el máximo. Se debe recordar que durante ese mes, Rosario cuenta con el factor playa y río, por lo que a través de una mejor promoción y difusión de los atractivos, el promedio 1.72 de estadía podría superarse.

Se observo a través de todo el capítulo que Rosario, se encuentra en igualdad de atractivo para con Mendoza, se encuentra en igualdad de datos estadísticos, ya sea en cuanto a cantidad de viajeros que recibe y en cuanto a porcentaje de plazas ocupados. No sucede lo mismo con la cantidad de plazas ocupadas, ni con el promedio de estadía, pero estas son variables que se pueden ir mejorando a través del tiempo, considerando todo este análisis.

Sin embargo, hay un dato, que no se puede pasar por alto y es importante considerarlo, porque influiría en las futuras variables. Rosario se encuentra a 281 km de Capital Federal, mientras que Mendoza se encuentra a 987km de distancia. Ello implica que para ir en auto desde Mendoza a Capital Federal serian alrededor de 13hs, mientras que para ir a Rosario, serían alrededor de 3.30hs. En avión desde Capital Federal a Rosario sería una hora de viaje, mientras que para Mendoza serían 2hs de viaje. Si consideramos que el 58.88% de los visitantes a Rosario provienen de Capital Federal (dato que se observará en el Anexo), entonces la cercanía juega un factor fundamental en el desarrollo turístico de la ciudad y hay que considerar como ventaja frente a Mendoza.

Se podría decir entonces, que la ciudad de Rosario, se encuentra como un destino no solo de ferias, congresos y negocios, sino también como un destino rico en cultura, historia y naturaleza. Cuenta con atractivos suficientes para competir con ciudades turísticamente estables. Solo es necesaria una buena promoción y un buen manejo de los recursos, para lograr atraer la atención del turista y así, lograra también, aumentar el nivel promedio de estadía.

CAPÍTULO IV

MEDICION DEL IMPACTO DEL TURISMO EN ROSARIO

Para medir el impacto del turismo en Rosario se plantea lo siguiente:

En primera instancia, se propone mostrar una descripción del valor creciente del turismo a nivel nacional. La descripción será fundamentada a través de organismos y planes federales.

Luego, se buscará exponer la importancia relativa creciente del turismo en Rosario como proporción en su región (según la EOH, Litoral), mediante el uso de las variables de oferta de plazas, ocupación de plazas, y total de viajeros recibidos. Se comparará con el crecimiento del PBG de la Provincia.

Inmediatamente después, se buscará revelar el valor absoluto y relativo de la actividad turística dentro del producto bruto geográfico (PBG) de la Provincia de Santa Fe (región para la que se encontró el dato correspondiente). Para ello se utilizan los datos obtenidos de la dirección de estadísticas de la provincia, y de estimaciones de los especialistas, ya mencionadas, en la introducción de este trabajo.

En función de todo esto, se buscarán elaborar coeficientes y elasticidades que sirvan de parámetros puente para estimar el incremento del valor de la actividad turística ante cambios en las variables que se puedan impulsar, como la ocupación de plazas, la cantidad de viajeros recibidos o nivel de estadía promedio en la ciudad.

Finalmente se describirán otro tipo de impactos económicos que conlleva el aumento de la estadía promedio en cuestiones como el tránsito, la seguridad, la limpieza, la contaminación ambiental visual y sonora, la recaudación fiscal, el valor de la tierra, la pobreza, etc.

IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL TURISMO EN ARGENTINA

“Declárese de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país. La actividad turística resulta prioritaria dentro de las políticas de Estado.”(Ley Nacional de Turismo N° 25997)

Dicha ley, sancionada en el año 2004 y promulgada en el año 2005, busca enmarcar a la actividad del turismo, dentro de una política de estado, considerándolo de importancia socioeconómica, estratégica y esencial para el país.

En Agosto del 2011, la Presidente Cristina F. de Kichner, durante la presentación de la actualización del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020, junto al Ministro de Turismo, Enrique Meyer, remarcó la importancia que presenta el Turismo en la actualidad para la Argentina y sostuvo que la actividad "ha crecido" en la Argentina en los

últimos ocho años a partir de "una política muy clara" de desarrollo por regiones. (Recuperado el 05 de 2014, de: <http://www.ejido-asesores.com/se-presento-la-etapa-2020-del-plan-federal-estrategico-de-turismo-sustentable/>)

El Ministro de Turismo Enrique Meyer, por su parte, se refirió a números de ingresos, donde resaltó, que el ingreso de divisas por Turismo receptivo en el año 2010, fue superior a los usd 4.800 millones colocando al Turismo como el principal sector de servicios en términos de generación de divisas y ubicándolo en el quinto lugar en relación a los grandes rubros de exportación en términos de generación de ingresos; y afirmó: "En lo que se refiere al mercado interno, considerado hoy como uno de los mercados prioritarios, se observa un incremento del 7% respecto del 2009, registrando un total de 37,6 millones de turistas y un crecimiento acumulado del 39% desde el año 2003". (Recuperado el 05 de 2014 de: <http://www.cienaniosdeturismo.gov.ar/uploads/file/191boletin100a%C3%B1os.pdf>)

En el año 2008, la Cámara Argentina de Turismo (CAT), realizó un informe basado en la importancia, que representa la actividad económica de turismo y viajes en el país. En el informe, se hallaron 2 datos muy importantes

- ⇒ Por un lado, se resaltó que "durante la medición del PBI del año 2007 -a precios constantes de 1993-, la participación de la AETV (Actividad Económica de Turismo y Viajes), fue del 7.6%, en el PBI de toda la economía nacional."
- ⇒ Por otro lado, se observó que, "la AETV generó 1.198.36 puesto de trabajo en Argentina, lo cual representó el 7,2 % del empleo total." Con estos valores, la actividad estaría superando a sectores como el de construcción, transporte, almacenamiento, comunicaciones, entre otros.

Es fundamental aclarar que la actividad del turismo y viajes, depende de variables como transporte, alojamiento, alimentación y entretenimiento. Los cuales, según la cuenta satélite de turismo, pueden ser muy diferentes en naturaleza, calidad y cantidad, generando así variaciones en sus valores finales. (Recuperado el 05 de 2014, de: http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF_80S.pdf)

IMPORTANCIA DEL TURISMO DE ROSARIO EN LA REGIÓN LITORAL

Para analizar la oferta del Turismo en la región Litoral, se utilizaron diversos factores de oferta y demanda, extraídos de la encuesta de ocupación hotelera, donde además se elaboró una relación con los datos del año 2007 al 2013.

Como factor de la oferta, se utilizó el dato de *Plazas Disponibles*. Según el INDEC, son el número total de camas fijas y supletorias. Una cama matrimonial no se contabiliza como dos plazas. Se encuentran multiplicadas por la cantidad de días que se encuentra abierto cada establecimiento.

Como factor de la demanda, se utilizó el dato de *Plazas Ocupadas* y de *Viajeros*.

Cuadro 6

LITORAL	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Plazas disponibles	1.373.127	1.390.659	1.406.906	1.426.211	1.419.369	1.434.182	1.412.922
Plazas ocupadas	467.436	427.522	393.015	423.949	448.915	469.310	422.131
Viajeros	3.273.207	3.028.767	2.839.251	2.937.352	3.187.648	3.217.328	2.949.426
ROSARIO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Plazas disponibles	178.407	178.776	181.085	197.373	204.092	208.463	210.150
Plazas ocupadas	56.767	57.489	47.641	60.122	65.440	67.829	66.049
Viajeros	428.117	446.298	384.434	458.037	504.920	503.442	500.397

(Elaboración propia)

Con los datos extraídos de la encuesta hotelera, se utilizaron los valores tanto de la región Litoral como de la ciudad de Rosario, y luego se hizo una relación entre ambas, para poder observar el grado de importancia de Rosario para la región.

Ahora bien, en cuanto a las plazas disponibles, el Litoral, presento un crecimiento en el inicio, y una leve caída tanto en el año 2011 como en el 2013. No sucedió lo mismo con Rosario, quien mostró incremento durante todos los años y una suba de hasta el 9% entre el 2009 y el 2010.

Por el lado de la demanda, con las plazas ocupada, tanto Rosario como el Litoral fueron aumentando y disminuyendo sus capacidades del mismo modo, excepto entre los años 2007 y 2008, donde Rosario tuvo un aumento de 1000 plazas disponibles, a diferencia de la región que disminuyo en 40.000 la ocupación de plazas.

En la ciudad de Rosario, entre el año 2011 y el 2012, las plazas disponibles aumentaron un 2.1%, las plazas ocupadas, aumentaron un 3.5% y la llegada de visitantes disminuyó un 0.29%.

En apartados anteriores, se dijo que la cantidad de plazas ocupadas es un valor que se obtiene del producto entre la cantidad de viajeros y la cantidad de noches de estadía. Por lo tanto, si el número de ocupación de plazas aumento y la cantidad de viajeros disminuyo, quiere decir, que dichos viajeros han permanecido por más tiempo en la ciudad, a diferencia de años anteriores.

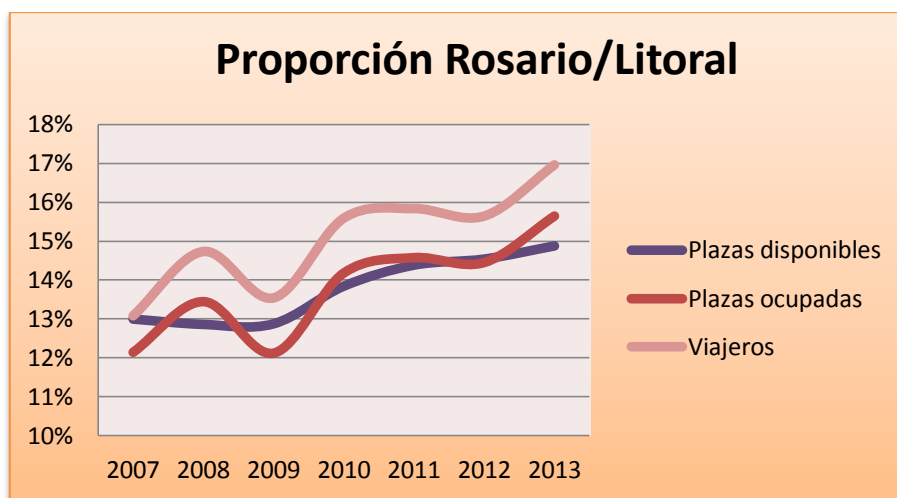
A continuación se realizó un análisis para observar el aporte que le brinda Rosario a la región en materia de turismo, para ello se llevo a cabo un cálculo de la proporción Rosario/Litoral, donde se dividió el total, por ejemplo, de plazas ocupadas de la ciudad sobre el total de plazas ocupadas de la región. De este modo se obtuvieron los resultados expuesto en el *Cuadro 7*:

Cuadro 7

Proporción Rosario/Litoral	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Plazas disponibles	12,99%	12,86%	12,87%	13,84%	14,38%	14,54%	14,87%
Plazas ocupadas	12,14%	13,45%	12,12%	14,18%	14,58%	14,45%	15,65%
Viajeros	13,08%	14,74%	13,54%	15,59%	15,84%	15,65%	16,97%

(Elaboración propia)

Gráfico 6



(Elaboración Propia)

En el *Gráfico 6* se puede observar con claridad el aumento que presenta la proporción de Rosario en la región Litoral. Además se observa una clara tendencia a aumentar tanto las plazas ocupadas y disponibles como la llegada de visitantes. Si bien la llegada de viajeros y las plazas ocupadas, muestran un abrupto descenso en el año 2009, pero la tendencia muestra que todas las variables van en aumento, lo que implica un incremento de turismo. Es importante resaltar que ambas variables, mantuvieron una escala de subidas y bajadas, con una diferencia de casi 1% y corriendo paralelamente.

IMPORTANCIA DEL TURISMO DE ROSARIO EN LA PROVINCIA

En el *Cuadro 8* se ponen en evidencia, las tasas de crecimiento que sufre tanto el PBG y los servicios de Santa Fe, como las plazas disponibles y ocupadas y los viajeros de la ciudad de Rosario.

Cuadro 8

Tasas de Crecimiento	2007 a 2008	2008 a 2009	2009 a 2010	2010 a 2011	2011 a 2012
Tasa crecimiento PBG Santa Fe	4,53%	-2,85%	9,07%	7,41%	-0,23%
Tasa crecimiento Servicios Santa Fe	5,35%	-0,31%	7,76%	6,32%	1,77%
Tasa crecimiento Plazas Disponibles (ROS)	0,21%	1,29%	8,99%	3,40%	2,14%
Tasa crecimiento Plazas Ocupadas (ROS)	1,27%	-17,13%	26,20%	8,84%	3,65%
Tasa crecimiento Viajeros (ROS)	4,25%	-13,86%	19,15%	10,24%	-0,29%

(Elaboración propia)

Se podría leer el cuadro de abajo hacia arriba para entender como está compuesto (al menos con los datos expuestos), el PBG de Santa Fe. De este modo, se dice que todo lo relacionado con la actividad turística –en este caso plazas ocupadas, disponibles y viajeros-, se enmarca dentro del sector *Productores de servicios*, contenidos dentro del PBG de la provincia, por lo tanto, los aumentos y disminuciones de las variables, sucederán en los mismos períodos.

Se observa entonces, que en el período 2009-2010, es cuando se llega a la tasa de crecimiento más alta, donde se alcanzan los 26.2% en las plazas ocupadas. Se puede deducir que los crecimientos en las tasas de servicios, y por ende en el PBG de la provincia, en parte fueron producto de los crecimientos que hubo en materia de turismo como se observa en las variables. A partir de ese período, se produce una desaceleración hasta la última etapa 2011-2012.

EL VALOR RELATIVO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ROSARIO

El siguiente *Cuadro 9* muestra la evolución reciente de la actividad económica de la Provincia de Santa Fe según el Instituto de Estadísticas de la Provincia, y la estimación de la actividad económica en Rosario y del valor que representa el turismo en base a los porcentajes deducidos de las entrevistas que se han desarrollado con especialistas en el tema. De ellas se dedujo que el 62% de la actividad económica de la Provincia se desarrolla en el área metropolitana y rural circundante a Rosario y que hoy día la actividad turística representa alrededor del 7% del Valor Agregado Bruto del producto en Argentina.

Cuadro 9

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
PBI	359.169.903	383.444.183	386.704.385	422.130.052	459.571.105	468.301.017
PBG Santa Fe	29.425.357	30.756.933	29.881.559	32.592.868	35.007.525	34.927.702
Proporción Santa Fe/Nación	8,19%	8,02%	7,73%	7,72%	7,62%	7,46%

PBG Rosario (62%)	18.243.721	19.069.298	18.526.567	20.207.578	21.704.665	21.655.175
Proporción Rosario/Nación	5,08%	4,97%	4,79%	4,79%	4,72%	4,62%
VAB turismo (7% del PBI)	25.141.893	26.841.093	27.069.307	29.549.104	32.169.977	32.781.071
Valor del turismo de Rosario/Nación	1.277.060	1.334.851	1.296.860	1.414.530	1.519.327	1.515.862
Proporción Rosario/Nación	0,36%	0,35%	0,34%	0,34%	0,33%	0,32%
Tasa de variación anual		4,53%	-2,85%	9,07%	7,41%	-0,23%

(Elaboración propia)

Según el Indec, el Producto Bruto Interno es un indicador que permite medir la producción de bienes y servicios finales dentro del territorio argentino. Por el lado de la oferta, se presentan datos del Valor Agregado (en este caso el turismo) y por el lado de la demanda, datos relacionados con el consumo privado, público, inversión interna bruta fija, exportaciones, importaciones, etc.

Ahora bien, a través del *Cuadro 9*, se puede inferir que el turismo de Rosario es una actividad que genera producción por valor de más de mil doscientos setenta millones de pesos en 2007, superando en 2012 los mil quinientos millones de pesos. Representa además, un 0.34% dentro del Producto Bruto Interno de la Nación. Dicho dato se obtuvo a partir de que si Rosario representa el 62% del PBG de Santa Fe, entonces representa el 5% del PBI de la Nación. A partir de allí, se dedujo, que si el turismo representa el 7% del VAB, por proporción, el Turismo de Rosario representa el 0,34%, generando los millones mencionados anteriormente.

Con el cálculo de la tasa de variación anual, vemos que, como consecuencia de la caída del PBG de la Provincia de Santa Fe en 2009, y su estancamiento en 2012, el valor de la actividad turística sufre los mismos cambios (vemos una caída del PBG de la Provincia de Santa Fe, y consecuentemente de la actividad turística, a causa del modo utilizado para su estimación). Lo mismo se observa con el alza que presenta el PBG de Santa fe en el 2010 y su leve descenso en el 2011 y del mismo modo sufre los mismos cambios el turismo que se estipuló. Este comportamiento buscará ser ratificado o refutado en los siguientes cuadro.

Cuadro 10

Algunos componentes PBG Rosario	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Comercio	4.254.979	4.566.621	4.393.558	4.929.521	5.357.088	5.486.863
Restaurantes y hoteles	194.377	208.072	215.983	213.749	233.923	243.823
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	1.938.214	2.083.250	2.062.120	2.457.315	2.845.170	2.726.519

Servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler	7.607.450	7.950.470	8.012.867	8.365.289	8.619.536	8.786.880
TOTAL	13.995.020	14.808.413	14.684.528	15.965.874	17.055.718	17.244.085
62 % de c/u (Rosario)	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Comercio	2.638.087	2.831.305	2.724.006	3.056.303	3.321.395	3.401.855
Restaurantes y hoteles	120.514	129.004	133.909	132.524	145.032	151.170
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	1.201.693	1.291.615	1.278.515	1.523.535	1.764.005	1.690.442
Servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler	4.716.619	4.929.292	4.967.977	5.186.479	5.344.112	5.447.866
TOTAL	8.678.919	9.183.224	9.106.416	9.900.852	10.576.556	10.693.344
Proporción de Turismo dentro del PBG de Rosario	0,147	0,145	0,142	0,143	0,144	0,142
Composición del turismo al xxx%	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Comercio	388.182	416.613	400.824	449.720	488.727	500.566
Restaurantes y hoteles	17.733	18.982	19.704	19.500	21.341	22.244
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	176.823	190.055	188.127	224.181	259.565	248.740
Servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler	694.027	725.321	731.014	763.165	786.360	801.627
TOTAL	1.278.772	1.352.979	1.341.678	1.458.576	1.558.004	1.575.189

(Elaboración propia)

El Cuadro 10 muestra los sectores que intervienen directamente en el turismo. A partir de los datos obtenidos del PBG de la provincia, se calculó el 62% que correspondería a Rosario, según los datos obtenidos por las entrevistas. Considerando que el turismo representa el 7% dentro del PBI, se obtuvo la proporción que ocupan los sectores analizados, dentro del turismo nacional y se obtuvieron los datos expuestos en el último segmento "Composición del Turismo al xxx%", quiere decir, qué valor tiene cada uno de esos sectores y a partir de allí, se obtiene el total de lo que genera el turismo de Rosario.

Es importante advertir que en algunos sectores, Rosario puede generar más del 62% de la producción y en otros casos, puede que genere menos.

Debido a que los datos fueron obtenidos, en este caso, a partir del PBG de la provincia, los valores cambiarán paralelamente a medida que se va avanzando en el estudio. Es decir, si el sector comercio, en el PBG del 2009 creció, lo mismo sucederá con el sector comercio obtenido en el 62% calculado para Rosario y en la proporción que ocupa cada sector en el turismo.

Es a partir de esta aclaración que se deduce que la caída que tuvo la actividad turística en el 2009, pudo deberse al descenso en los beneficios por comercio y transporte y de almacenamiento y comunicaciones. Sin embargo para el 2010, ambos sectores aumentaron con mucha diferencia respecto al año anterior.

VARIABLES TURÍSTICAS

A continuación, se presentan los valores anuales de las Plazas Ocupadas en la ciudad de Rosario, su porcentaje de ocupación, la cantidad de viajeros recibidos y la estadía promedio de los turistas para el mismo período (EOH, 2007 a 2012).

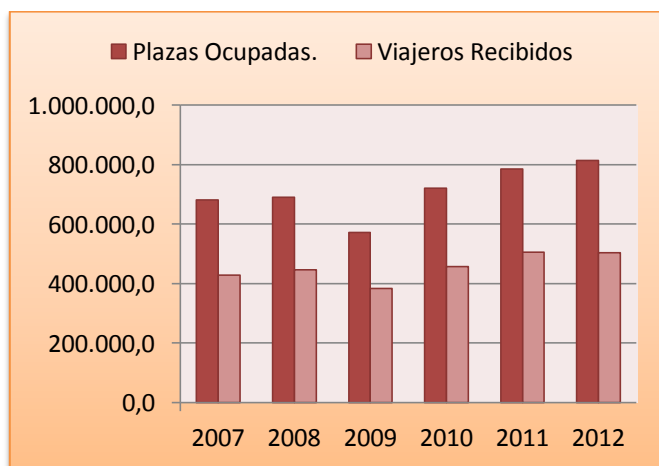
En el *Cuadro 11* y el *Gráfico 7* siguiente se puede visualizar el comportamiento de estos datos.

Cuadro 11

Rosario	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Plazas Ocupadas	681.206	689.867	571.690	721.468	785.277	813.953
Tasa de Crecimiento Anual		1,27%	-17,13%	26,20%	8,84%	3,65%
Porcentaje promedio de Ocupación	31,79	32,13	26,31	30,42	32,02	32,58
Cambio Absoluto Interanual		0,34	-5,82	4,11	1,60	0,55
Viajeros Recibidos	428.117	446.298	384.434	458.037	504.920	503.442
Tasa de Crecimiento Anual		4,25%	-13,86%	19,15%	10,24%	-0,29%
Estadía Promedio	1,60	1,55	1,49	1,57	1,56	1,62
Cambio Absoluto Interanual		-0,04	-0,07	0,09	-0,02	0,07

(Elaboración propia)

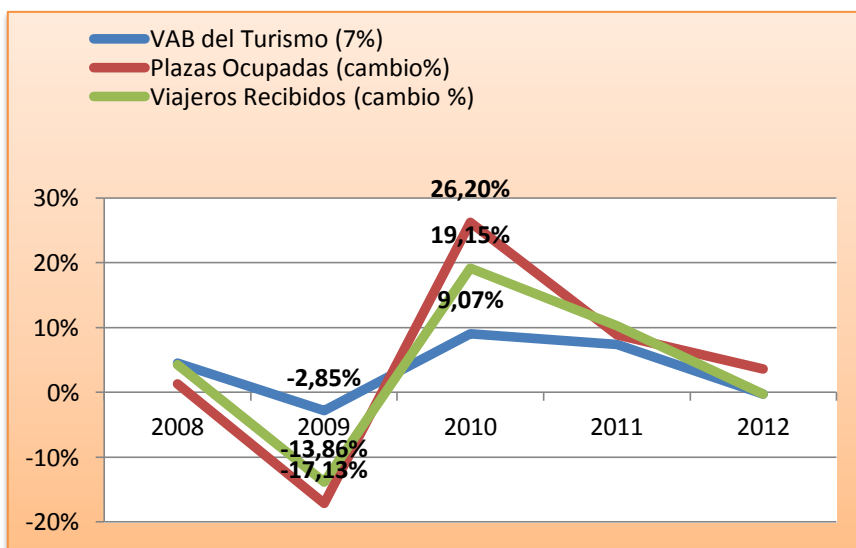
Gráfico 7



(Elaboración propia)

Se puede apreciar, en el año 2009 la cantidad de plazas ocupadas fue 17,1% menor que en 2008, la cantidad de viajeros cayó un 13,8%, a la vez que el porcentaje promedio de ocupación de plazas cayó casi 6 puntos porcentuales con respecto al año anterior. Esto implica que el movimiento de turistas es pro-cíclico, es decir, se mueve de manera similar a la actividad económica como se explico anteriormente. También se observa el incremento importante que tuvo en el año 2010 donde la cantidad de Plazas ocupadas subió un 26% más que el año anterior y lo mismo sucedió con la cantidad de viajeros arribados, lo cuales llegaron a aumentar en un 19%. Esto se observa mejor en el *Gráfico 8* en el que se incluyen los cambio porcentuales, anuales, del VAB turístico (señalado en el *Cuadro 9*), de las plazas ocupadas, y de los viajeros recibidos.

Gráfico 8



(Elaboración propia)

En el gráfico están más explícitos los cambios que sufren los 3 incisos. Se observa la gran caída en el año 2009 y el despunte que muestra en el año 2010, donde en el 2011, cae solamente unos pocos números, para luego estancarse, como se dijo anteriormente, en el año 2012.

Incluso se podría afirmar -a partir de observar el cuadro- que a finales del 2009 y principios del 2010 es cuando se produce el gran quiebre.

COEFICIENTES TURÍSTICOS

Seguidamente, se calculan los coeficientes del valor turístico, expresados en forma de cuadro, los cuales permitirán sacar conclusiones acerca de la importancia relativa de la

actividad turística. Luego se tratará de extrapolar estos datos con el fin de medir económicamente el impacto de incrementar la afluencia de turistas en Rosario o su estadía promedio, para corroborar el objetivo general del trabajo.

Cuadro 12

Coeficientes	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Promedio
PBT Por Plaza Ocupada	1,9	1,9	2,3	2,0	1,9	1,9	2,0
PBT Por 1% de Ocupación	40.172,8	41.549,6	49.288,4	46.497,5	47.448,1	46.533,3	45.248,3
PBT Por Viajero	3,0	3,0	3,4	3,1	3,0	3,0	3,1
PBT Por día de Estadía	799.829,7	858.529,1	872.867,2	900.084,8	976.172,7	934.124,6	890.268,0

(Elaboración propia)

Se utiliza la sigla PBT, para referirse al Producto Bruto Turístico específicamente, obtenido a través de todo este apartado.

PBT por plaza ocupada: es el producto bruto de la actividad turística (valor agregado bruto en términos del Cuadro 9 de la sección) dividido el número de plazas ocupadas en el año (dato del Cuadro 11). Dicho número muestra cuánto dinero aportó al producto bruto turístico cada plaza ocupada en promedio ese año. Por ejemplo, cada plaza ocupada aportó \$1.900 a la actividad turística de la región en 2007, subiendo a \$2.300 en 2009 y volviendo a bajar a \$1.900 en 2012. El promedio de la serie entre los años 2007 y 2012 es de \$2.000, lo que se esperaría que cada plaza adicional que se pueda generar de turismo en el futuro aporte directamente un valor de \$2.000 al producto de la región.

Es importante aclarar que el impacto adicional de los efectos indirectos y secundarios sobre actividades relacionadas que “no son consideradas” en el 7% que se estima de la actividad turística, junto a los efectos intangibles y redistributivos, será descripto más adelante.

PBT por 1% de ocupación: es el producto bruto de la actividad turística (valor agregado bruto en términos del Cuadro 9 de la sección) dividido el porcentaje de ocupación de plazas del mismo año (dato del Cuadro 11). Esto implica que cada 1% de ocupación de plazas en 2009 generó más de \$40 millones, mientras que generó más de \$46,5 millones en 2012. El promedio de la serie entre 2007 y 2012 es de \$45,2 millones, lo que implica que si ninguna otra variable se modificara, incrementar el porcentaje de ocupación de plazas en 1% incrementaría el producto de la región en más de \$45 millones.

PBT por viajero: es el producto bruto de la actividad turística (valor agregado bruto en términos del Cuadro 9 de la sección) dividido el número viajeros recibidos en el año (dato del Cuadro 11). De manera análoga a las interpretaciones anteriores, podemos sostener

que cada viajero generó \$3.000 de valor en 2007, ascendiendo a \$3.400 en 2009, y con un promedio de \$3.100. Inferimos que un viajero, incrementaría el valor económico en \$3100, pero para ser más gráficos, lo multiplicamos por 10.000 viajeros, lo que acrecentaría el valor económico turístico en \$31 millones.

PBT por día de estadía: es el producto bruto de la actividad turística (valor agregado bruto en términos del *Cuadro 9* de la sección) dividido el valor de la estadía promedio en el año (dato del *Cuadro 11*). Por ejemplo, si la estadía fuera de 1 día el valor de la actividad turística sería de casi \$800 millones en 2007, ascendiendo a \$934 millones en 2012, con un promedio de \$890 millones en el período de 2007 a 2012. Así, se esperaría que aumentar la estadía promedio de la región en 0,1 días impactaría con un aumento de \$89 millones en la actividad económica

Distintos tipos de políticas deberán ser tomadas para aumentar los diferentes parámetros analizados, de manera de aumentar el Valor Agregado Bruto Turístico de la región. Por ejemplo, el impulso o fomento a la cantidad de plazas ocupadas, o de viajeros recibidos debe buscarse en políticas de tipo cuantitativo, como aumentar la promoción de los atractivos existentes, mejorar los accesos a la ciudad, o promocionar el destino en lugares de donde no provienen turistas a Rosario. Durante la entrevista que se le realizó al Director de la ETuR, sostuvo que actualmente, buscan incrementar su ocupación de plazas, a través de un turismo regional, ya sea termal, de islas, rural y de ese modo, la ciudad se utilizaría como pernocte, aumentando así el nivel ocupacional de plazas y generando ingresos. Además, hay que tener en cuenta que la ciudad tiene accesos no sólo por vía terrestre sino también, por vía fluvial y por vía aérea, donde a medida que se vayan aumentando la cantidad de vuelos y de sitios, ello ayudará también a aumentar el flujo turístico en la ciudad. La oferta también se ve beneficiada por la cercanía que tiene la ciudad, con las grandes aglomeraciones del país, lo que implica un movimiento superior a ciudades más lejanas.

Las políticas que se dirijan a aumentar el porcentaje de ocupación de plazas o la cantidad de días de estadía promedio en Rosario deben ser de tipo cualitativas, buscando mejorar la imagen de la ciudad, la calidad de los alojamientos y entretenimientos, o promocionar a la región como un destino de otro tipo, para que los turistas permanezcan más tiempo en el destino. Fue a través de la entrevista, donde Héctor de Benedictis manifestó, que la ciudad busca cubrir los días de semana también. Es decir, Rosario se posiciona como un destino de fin de semana, pero actualmente buscan alternativas para

poder incentivar el turismo durante la semana y así aumentar el promedio pernocte. Mediante el estímulo del turismo de negocios y a través de movilizar los eventos corporativos y que se realicen de lunes a jueves, intentan aumentar la estadía promedio. Otra manera de implementar un turismo de tipo cualitativo, es a través del turismo deportivo, puesto que la ciudad de Rosario, corre alrededor de 20 maratones al año, lo que implica congregarse a más de 3.000 personas (dependiendo del motivo del maratón) en promedio. Se realizan también, maratones internacionales donde participan no solo corredores nacionales, sino también maratonistas mundiales, generando así un turismo interior, donde se beneficia principalmente la ciudad.

Por lo tanto, si este sistema se ordenara y los maratones se llevaran a cabo solamente los fines de semana cortos, la asistencia de visitantes se encontraría más equilibrada en relación a los fines de semana largos. Asimismo se estaría promocionando no solo la región y la imagen de la ciudad, sino que además se estaría elevando el porcentaje de ocupación de plazas e impidiendo la estacionalidad del turismo.

VARIABLES ELÁSTICAS

En función a los datos recogidos, y a los coeficientes calculados, se trató de elaborar un cuadro de elasticidades que sirva para estimar el incremento del valor de la actividad turística, individualizados de la unidad de medida de las variables. Para ello se obtuvo el cambio porcentual en la actividad económica turística (variable dependiente), para cada par de años, y se los dividió por el cambio porcentual en las variables que se poseen acerca de la actividad turística, variables independientes, para cada año. De este modo se obtienen coeficientes de sensibilidad para cada salto de año (los cuales se muestran en el cuadro siguiente). Se formula que el valor representativo de cada elasticidad debe ser el promedio para los años seleccionados. Se obtuvieron los siguientes valores:

Cuadro 13

Elasticidad	2008-2007	2009-2008	2010-2009	2011-2010	2012-2011	promedio	Variabilidad
E - PBT / Oc.	3,559	0,166	0,346	0,838	-0,062	0,969	2,970
E - PBT / % Oc.	4,262	0,157	0,581	1,409	-0,132	1,256	3,557
E - PBT / Viaj.	1,066	0,205	0,474	0,724	0,779	0,650	0,651
E - PBT / Est.	-1,726	0,641	1,571	-7,690	-0,053	-1,452	7,380

(Elaboración propia)

La *Elasticidad* es una medida, sin unidades, de la sensibilidad de la cantidad demandada u ofrecida de un bien, ante un cambio en alguna de sus variables

determinantes, cuando todas las demás variables independientes, permanecen constantes. (PARKIN; 2006)

Fue a partir de análisis y porcentajes deducidos, que se obtuvieron los números expuestos en el cuadro de elasticidades.

E-PBT/oc. Elasticidad del Producto Turístico al número de plazas ocupadas. El coeficiente tiene un valor de 0,969 y solo arroja un valor negativo (y bajo en valores absolutos) en 2012. El valor del coeficiente significa que un aumento del 1% en el valor de las plazas ocupadas un año determinado, hará aumentar en poco menos de 1% el valor de la actividad turística directa.

Por lo tanto buscar alternativas para aumentar el número de plazas ocupadas, elevaría los ingresos en materia de producto bruto turístico

E-PBT/%oc. Elasticidad del Producto Turístico al porcentaje de ocupación de plazas. El coeficiente tiene un valor de 1,256 y solo arroja un valor negativo (y bajo en valores absolutos) en 2012. El valor del coeficiente significa que un aumento del 1% en el porcentaje de las plazas ocupadas un año determinado, hará aumentar en 1,256% el valor de la actividad turística medida por el valor agregado bruto turístico.

E-PBT/viaj. Elasticidad del Producto Turístico al número viajeros recibidos. El coeficiente tiene un valor de 0,650 sin valores negativos en toda la serie. El valor del coeficiente significa que un aumento del 1% en la cantidad de turistas recibidos un año determinado, hará aumentar en 0,65% el valor económico (VAB) de la actividad turística. Esta medida es otra justificación a nuestro objetivos, donde al aumentar la cantidad de visitantes, se verá favorecido positivamente, el VAB turístico.

E-PBT/est. Elasticidad del Producto Turístico al nivel de la estadía promedio. El coeficiente presenta tres valores negativos y dos positivos siendo su promedio -1,452. Esto implicaría que un aumento de 1% en el nivel de la estadía promedio haría reducir en 1.452% el nivel de la actividad económica turística. Este resultado es opuesto a la hipótesis y a las intenciones de este trabajo. Se piensa que esto ocurre porque no necesariamente existe correlación teórica positiva o directa entre la estadía del turista en Rosario y el valor económico que genera (no existe en la serie de datos presentados).

A continuación explicaremos porqué sucede esto, para luego concluir que un mayor nivel de estadía de los turistas en la ciudad incrementaría el nivel de la actividad económica del sector, *ceteris paribus* el resto de las variables relacionadas.

A través de la elasticidad del *PBT/est*, se observaron mayoritariamente números negativos, excepto en los períodos 2009-2008 y 2010-2009, que se podría atribuir al análisis anterior, que allí es cuando se produce el quiebre en la economía, llegando así a obtener el valor máximo de plazas ocupadas y de llegada de viajeros. Sin embargo, el promedio final es negativo, y esto puede deberse a muchas causantes:

Primero, es importante aclarar, que para obtener dichas medidas se utilizaron promedios, coeficientes, sumatorias de años, números explicados por diversos organismos, etc., por lo que, al momento de afrontar estas elasticidades, seguramente se haya perdido exactitud en los resultados y no reflejen la realidad absoluta.

Segundo, dado que todas las variables se encuentran relacionadas, es posible que en algunos casos, cuando se hable de aumento de estadía no se hable específicamente de mayor cantidad de viajeros, sino que por el contrario puede ser menor cantidad de viajeros pero con un nivel de estadía mayor.

Tercero, no hay que dejar de mencionar que la ciudad de Rosario en la actualidad, busca posicionarse como un destino de negocios y trabajo, lo que implica una estadía menor pero con un consumo de turismo elite, superior a lo que puede consumir un turismo de ocio, beneficiando de este modo, al Producto Bruto Turístico.

Si bien todos estos motivos, sirven para justificar el porqué de la elasticidad negativa, es fundamental luchar contra ello, mediante diversos acuerdos y políticas, y lograr que las variables sean positivas para conseguir que la elasticidad también lo sea.

Por ejemplo, se podrían lograr acuerdos para incentivar a las agencias de viajes receptoras, a vender el producto Rosario, solo como un destino de 3 días o más. De ese modo aumentaría el nivel de estadía y la ocupación de plazas, generando así, beneficios en el PBT.

Durante las entrevistas al titular de la ETur y a la directora de Aeghar, ambos sostuvieron, que las agencias minoristas receptoras de la ciudad, poco estaban ofreciendo del producto Rosario. Entonces considerando que ellas son las mediadoras con el turista que va a consumir, es importante insertar una política que “obligue”, por decirlo de algún modo, a promocionar a la ciudad como un destino superior a las 3 noches y 3 días, como mínimo. Para ello es necesario capacitar a estas agencias en el tema y poner en marcha las opciones que se expusieron en apartados anteriores sobre todos los atractivos y actividades que tiene para ofrecer la ciudad.

Otra alternativa es buscar una alianza entre el ente turístico y las compañías aéreas, donde promocionen, por ejemplo, el vuelo de vuelta con un importante descuento, siempre y cuando el turista haya superado los 4 días de pernocte.

Del mismo modo, se podría armar un convenio entre el Ente y Asociación Empresarial Hotelera donde, al igual que con las aerolíneas, la tercera noche sea de regalo o se ofrezca a un precio reducido.

En ambos casos, el turista, se verá seducido a quedarse otra noche más y en conjunto con las agencias receptoras, éstas podrían ofrecer el abanico de actividades para realizar, a partir de ese cuarto día.

ANÁLISIS DE LOS EFECTOS INTANGIBLES

A continuación se realizará un análisis de todos aquellos efectos que genera el turismo, pero que no puedan ser medibles a través de números. En los cuales el turismo influye directa o indirectamente y que son necesarios analizar en contexto, para poder estudiar todos los beneficios y costos, que en este caso, nos daría el cumplimiento del objetivo general.

Tránsito: se define como “erosión de parajes naturales de singular belleza por la circulación intensa en vehículos todoterreno, motos, bicicletas, incluso a pie” (CASANUEVA ROCHA, et al.; 2000) En febrero del corriente año, diversos medios anunciaron el movimiento vehicular que sufrió la ruta 2 con destino a Mar del Plata - destino de Sol y Playa-, donde afirmaron que alrededor de 2800 autos por hora circularon por la autovía.

Hay que considerar que un aumento de turismo, necesariamente ocasiona mayor circulación de autos por vías de la ciudad, lo que podría producir congestión e incluso accidentes por falta de control. Es necesario tener en cuenta este aspecto al momento de incentivar el turismo en la ciudad.

Seguridad: durante el congreso internacional de Turismo, realizado en el año 1997, se abordó el tema de la seguridad en los turistas y ciudadanos. En el congreso se sostuvo lo siguiente: “Mientras las ciudades crecen en forma acelerada, también crecen las necesidades sociales, las que generalmente no se desarrollan paralelamente con el crecimiento de la población, resultando en el aumento de delincuencia. Estas situaciones afectan tanto a la población residente como también, y de manera muy lamentable, a ciertos segmentos del turismo que cotidianamente nos visitan. Es así como a lo largo de los últimos años, la industria del turismo se ha visto seriamente afectada debido a la

creciente inseguridad ciudadana, en la cual se ha visto involucrado el sector turismo a través de diferentes manifestaciones.”(OEA; 1997). Es importante entonces, que se elaboren políticas de seguridad tanto para el ciudadano, como para el turista, al momento de abrir las puertas a dicha actividad.

Contaminación ambiental visual y sonora: en el libro de Casanueva Rocha y otros (2000) se considera que la actividad turística podría ocasionar: impactos auditivos, ya sea en zonas de bares con música fuerte y ruidos de autos, como en espacios naturales protegidos, con el sonido de vehículos y turistas; mismo los ruidos que sufren los vecinos de zonas próximas a los aeropuertos.

Recaudación Política fiscal: es el uso de los impuestos y del gasto público para controlar la actividad económica de un país. El turismo impulsa a la actividad económica y por lo tanto a la recaudación de impuestos que estén relacionados con ella directamente.

En este caso, la actuación tributaria es de 3 tipos:

- *Objetivos recaudatorios:* uno de los impuesto con fines recaudatorios es el DNT, destinado a la Dirección Nacional de Turismo, para la constitución del Fondo Nacional de Turismo, dictaminado por la ley N°25997. Impuesto sobre pasajes aéreos al exterior, sobre pasajes marítimos al exterior, sobre pasajes fluviales al exterior, etc.
- *Cobertura de costes convencionales:* es una financiación específica del sobre-coste que ocasionan los turistas en la provisión de bienes y servicios públicos. Por ejemplo reforzar la seguridad pública, o el saneamiento, etc.
- *Internalización de costes externos:* aquí se incluyen los costes ambientales y de congestión, producto de la producción del sector turístico.(Díaz; 2012)

Es a través de esta actuación tributaria que se logra la recaudación fiscal, destinada al turismo. Son el tributo retenido al turista por su consumo.

Valor de la tierra: Jaramillo Samuel en *Los fundamentos económicos de la `participación en plusvalías´* (2005), explica lo siguiente sobre el valor de la tierra en la ciudad: “La tierra entra en conexión con un proceso productivo, que es la construcción, a lo que llamaremos *Articulación Primaria* de la tierra urbana. En el caso de las ciudades, la tierra entra además en relación con un conjunto de otras actividades que requiere del espacio construido para su operación. Se trata de las mencionadas actividades urbanas con las cuales la tierra se relaciona a través del ‘espacio construido’. A esto lo llamamos *Articulación Secundaria* de la tierra urbana. Los inmuebles se destinan a procesos muy variados, como el comercio, la vivienda, a industria, etc. y las características espaciales

de la tierra que soporta estas edificaciones y que son decisivas para el desempeño de estas actividades y determina sus potencialidades. Son precisamente estas circunstancias las que permiten la emergencia de un nuevo tipo de rentas. Así, en la tierra urbana, dada esta articulación compleja (Articulación Primaria y Articulación Secundaria) aparecen las Rentas Primarias, ligadas a la construcción, y las Rentas Secundarias, ligadas a las actividades o ‘usos’ urbanos. Las dos influyen y se entrelazan para modular los precios de los terrenos de la ciudad.”

Se observa, que el valor de la tierra, cambia a raíz de todo el proceso productivo que se lleva a cabo una vez comprada la parcela. Ello genera un aumento en el valor de la tierra y por lo tanto beneficios para la ciudad, producto de la “articulación secundaria” como explica Samuel, que lleva a instalar comercios e industrias para su consumo. El turismo en este caso, genera lo mismo. A partir de la instalación, ya sea de un aeropuerto, un complejo turístico, un hotel o la promoción de un sitio natural, lleva a una serie de modificaciones en el entorno para consumo no solo de los turistas sino también de los vecinos y de los ciudadanos mismos.

De ese modo se afirma, que una ciudad que está creciendo por el turismo, es una ciudad donde se valoriza la tierra aun mas, generando un nivel adquisitivo superior en los ciudadanos del lugar.

Pobreza: La red de organización mundial del turismo, en un informe realizado en el 2010 sostuvo que “El turismo, en muchos países en desarrollo y menos adelantados, es la opción de desarrollo económico más viable y sostenible y, en algunos de ellos, la principal fuente de entrada de divisas. Parte de estos ingresos revierte en diferentes grupos de la sociedad y, si el turismo se gestiona centrándose prioritariamente en la atenuación de la pobreza, puede beneficiar directamente a los grupos más pobres mediante el empleo de la población local en empresas turísticas, el suministro de bienes y servicios a los turistas, la gestión de pequeñas empresas y empresas comunitarias, etc., con el consecuente impacto positivo en la reducción de la pobreza.” (UNWTO; 2010) Pero como bien dice el texto, es necesaria una buena gestión para poder utilizar al turismo como una herramienta positiva para combatir la pobreza.

Es importante resaltar que, como toda actividad económica, el turismo produce estas externalidades positivas y negativas. Entre las positivas se encuentran las mayores inversiones que se generan en construcciones, infraestructuras y transportes, el incentivo a la comercialización de productos locales, el intercambio de ideas y estilos de vida. No

menos importantes son las externalidades negativas, tales como el aumento en el consumo de energía y de agua, la contaminación, la destrucción del paisaje habitual que producen las nuevas construcciones, y por último, cabe mencionar la posibilidad de aumentos de precios a nivel local provocado por la mayor demanda de bienes y servicios (WOELEFIN, et al; 2007)

Con esto se quiere decir, una vez más, que si bien se busca aumentar el promedio de estadía en la ciudad ya mencionada, es importante para ello, también tener una conciencia de turismo sostenible, donde a través de la búsqueda de mayores beneficios económicos, también se logre un equilibrio con el ambiente y con todos estos efectos.

CONCLUSIÓN

El aumento del nivel de estadía en la ciudad de Rosario es completamente viable, ya que las diferentes empresas y organismos, se ven muy involucrados en el tema turismo, y sobre todo en posicionar a la ciudad como un destino de mayor permanencia y más reconocido a nivel nacional e internacional.

A través de todo el análisis, se pudo observar que es posible el objetivo general, porque presenta atractivos, servicios e infraestructura. Además, el estudio basado en el impacto económico y en los índices obtenidos, los números indicaron que es posible (si bien una variable dio negativa, pero se puede trabajar sobre ello para que se revierta); y a través de la comparación con otras ciudades, mejor posicionadas en el ranking turístico del país, se demostró que las condiciones de Rosario también son óptimas para lograr el objetivo general.

Se puede decir entonces, que el aumento de estadía depende de una correcta promoción y planificación, tanto de los sectores público y privado, como de la participación activa de la comunidad local, para lograr brindar un servicio de excelencia a todo pasajero/turista que pase por la ciudad y conseguir que tenga más motivos para volver y permanecer en Rosario.

BIBLIOGRAFÍA

Libros Consultados:

Barcos, S. J., Denda, E. M., Paolini, N. A., Álvarez Gelvez, D., Di Giovan Battista, N., (2007). *Aprendiendo El proceso administrativo y algo más...* La Plata: Dei Genetrix.

Barcos, S. J., (2009). *Una aproximación teórico práctica al estudio de las organizaciones turísticas y su administración.* La Plata: Ediciones Haber

Casanova Ferro, G. (2007). *Derecho y turismo.* Buenos Aires: Ediciones Turísticas

Casanueva Rocha, C., García Del Junco, J., Caro González, F. J., (2000). *Organización y gestión de empresas turísticas.* Madrid: Ediciones Pirámides.

Díaz, Eduardo A., (2012) *Herramientas de política turística;* citado de: Mochón, F. (2004) *Economía y Turismo.* España: McGRAW-HILL

Mcintosh, R., Goeldner, C., Ritchie, J. (2005). *Turismo, planeación, administración y perspectivas.* México: Limusa (2a ed.)

Munuera Alemán, J. L., Rodríguez Escudero, A. I. (2007). Madrid: ESIC. Disponible en: <http://books.google.com.ar/books?id=aj7wABSD7-MC&pg=PA33&lpg=PA33&dq=sostenible+en+el+tiempo+y+defendible+frente+a+la+competencia+munuera+y+rodriguez&source=bl&ots=nwFMXbRC82&sig=e4GI3188fHMCLILjlsXwug1IDT0&hl=es->

Parkin, M., (2006) *Microeconomía (7ma edición).* Versión para Latinoamérica. México: Addison-wesley.

Sancho, A. (1998) *Una introducción al turismo.* Organización mundial del turismo (OMT)

Recursos electrónicos

Barenboim, C. A. (2011). *Estructuración, crecimiento y transformación urbana en la ciudad de rosario. Proyección 10: planificación territorial: presencias... y ausencias. Vol. v,* págs.124-142. Disponible en: www.proyeccion.cifot.com.ar

De marco, A. (2001). *Rosario. Su historia y región.* Adaptación de la conferencia dada por el autor en el marco del foro de preservación del patrimonio histórico, semana de rosario. Museo histórico provincial "julio Marc", octubre 2001. PDF

Díaz, E. (2012). *Herramientas de política turística.* Unidad 6. FCE. UNLP

Duque Brito, A. (2008). *El agroturismo en los municipios de la zona metropolitana de Mérida. Realidad y posibilidades. Visión gerencial, año 7 (nº1),* 59-82. Disponible en:

<http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/25169/2/articulo5.pdf> citado de: Briceño, F.

(Comp.) (2000). *Turismo 2020*. Caracas: ediciones iesa

García, A. (2011). *Algunas consideraciones sobre la actividad turística. Conceptos y definiciones de turismo. Notas en turismo y economía*. UNLP.

García, E., Rebollo, S. T. (1994) *Un nuevo campo de actuación: turismo deportivo*. Revista motricidad. Universidad de granada

Jaramillo, S. (2005). *Los fundamentos económicos de la participación en plusvalías*. Ecuador: LILP.

Maluguer, M. H. (2008). *La cooperación público-privada como elemento estratégico para el desarrollo local. Buenas prácticas en Barcelona*. Barcelona activa. Director general. PPT

Mantero, J. C. (sf). *Turismo metropolitano: la potencia de lo urbano*. Centro de investigaciones turísticas. Facultad de ciencias económicas y sociales. Universidad Nacional de mar del plata.

Maoderey, O. (2009). Semestre económico. *Un análisis de caso desde la perspectiva del desarrollo territorial*. Rosario, Argentina, 1995-2008, 12 (24), 69-92. PDF

Meyer, E. (2012, febrero 2). *La importancia del boom turístico para la economía de la argentina*. Diario tiempo argentino. Disponible en: <http://tiempo.infonews.com/notas/importancia-del-boom-turistico-para-economia-de-argentina>

Monfort Mir, V. M., (2000). *La política turística: una aproximación*. Universitat jaume I. Cuadernos de turismo, nº 6, págs. 7-27. España

Municipalidad de Rosario, secretaria de turismo. Ente turístico de rosario. (2013). *En rosario sos vos: guía para el turista*. Disponible en: <http://www.rosario.gov.ar/sitio/paginainicial/> y <http://www.rosarioturismo.com/es/>

Muñoz Manzón, A., Fuentes Moraleda, I. (2013). *La cooperación público privada en el ámbito de la promoción de los destinos: el análisis de redes sociales como propuesta metodológica*. Cuadernos de turismo, nº 31, pp. 199-223. PDF

Quinteros Santos, J. L., (2004). *Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible*. Universidad complutense de Madrid. PDF

Fundación Banco Municipal (2011). *Análisis comparativo del sector hotelero de Rosario*. PDF

Clarín (2009). Guías visuales de la argentina. Tomo 13: Entre Ríos y Santa Fe. (pp. 24)

Leyes, Planes y Ordenanzas

Ley de turismo de la ciudad de autónoma de Buenos Aires. Ley n° 600/01(2001)

Ley nacional de turismo. Ley n° 25997. Sancionada 2004

Ordenanza n°8.887: La municipalidad de rosario ha sancionado lo siguiente: apruébense las funciones de la secretaría de turismo creada por decreto del d.e. n° 3092/11(2011) disponible en:

https://www.rosario.gov.ar/normativa/verarchivo.jsessionid=6da11c4504356933a44b03cad7d1a45d.nodo11_tomcat04?tipo=pdf&id=81234

Plan estratégico rosario metropolitana. Perm+10 (2008). Recuperado de:
<http://www.perm.org.ar/perm-libro.pdf>

Plan federal estratégico de turismo sustentable. Turismo 2016. (2005) Buenos Aires. Disponible en: http://issuu.com/bicinorte/docs/plan_20federal_20de_20turismo_20_20argentina_2020

Plan federal estratégico de turismo sustentable. Turismo 2020. (2005) actualizado en 2011. Buenos Aires. Disponible en:
<http://issuu.com/desarrolloturistico/docs/ec25280f7fd1d2585cb8e81feafa6259376c9f00?e=2005141/3008325#search>

Levin, M. Arq., Secretaria de Planeamiento. *Plan urbano. Rosario 2007-2017*. Municipalidad de Rosario

Páginas electrónicas

<http://www.santafe.gov.ar/>

<http://www.turismo.gov.ar/indexfs.html>

<http://www.rosario.gov.ar/>

<http://www.iccaworld.com/>

http://www.rosariotipica.com.ar/site/rio_costanera.php?cat_var=3&sub_var=6&id_var=1

<http://www.rosarioturistica.com.ar/turismo/turismoalternativo.php>

<http://www.ciudaddemendoza.gov.ar/turismo>

<http://www.indec.mecon.ar/>

http://www.buenosaires.gob.ar/areas/hacienda/sis_estadistico/operativos/eoh/index.php

<http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>

<http://www.minutouno.com/notas/312268recambioturisticoexodoymuchotransitolaruta2>

ANEXO

ENTREVISTAS

Entrevista a Héctor de Benedictis (Titular del Ente Turístico de Rosario)

1. ¿Ud. podría hacerme una breve reseña histórica sobre la ciudad de Rosario?

No era una ciudad turística hace 15 años. Fue turística como ciudad de servicio y de paso desde sus inicios como pueblerio y no llegó a ser como posta por su cercanía con Buenos Aires. Era un pueblerio donde paraba la gente que iba en tránsito, entonces por eso nació como ciudad de servicio, luego como ciudad portuaria, industrial, etc. En los años '70 '80 era una ciudad *Fenicia, la gente venía* (lo que hoy conocemos como *turismo de negocio*) y eso hacía que la hotelería estuviera cubierta de lunes a jueves. Antes también la ciudad se conocía por su medicina, es decir, todos los pueblos aledaños de 300km a la redonda, iban a atenderse a Rosario (lo que hoy conocemos como turismo de salud). Entonces desde este punto de vista siempre fue turística.

Lo que cambió en los últimos 10/15 años, fue gracias a toda una operación pública. El momento bisagra fue cuando todos los terrenos que bordean al río, fueron cedidos por la nación, a la municipalidad de Rosario. Eso fue en el año 94 aproximadamente, ahí empiezan todas las operaciones públicas para revalorizar todo el espacio que da al río, porque antes lo único que le pertenecía a Rosario, eran 600mts a continuación del monumento y todo lo que es la Florida. Todo lo demás estaba dividido por una reja, que cuando se derribó, la ciudad recupera todo un espacio que le fue negado históricamente.

A pesar de que la Florida es un espacio histórico con terreno en el río, a Rosario siempre se la conoció como una "ciudad de espaldas al río". Pero a partir del año 92 cuando se hace el parque España, eso genera un quiebre para entrar al río y ver que se puede disfrutar de la vista del Paraná. Toda esa zona comienza a valorizarse hasta lo que hoy es la cancha de central, es decir, el barrio Arroyito. Se recupera paisaje que hoy está puesto en valor. Todo es nuevo y los servicios que se crean en estos lugares también son nuevos. Primero el parque de España, después el museo contemporáneo, después el museo de la juventud, luego el museo macro, más tarde las islas de los inventos (espacio multipremiado) y todos los servicios relacionados con la gastronomía; entonces se crea todo un contexto, que da lugar al disfrute del río desde lo recreativo, entonces "Rosario está linda" empieza a escucharse en la boca de más personas.

Otro punto clave es el congreso de la lengua de la real academia española en el 2004. En ese año, la ciudad empieza a mostrar la hotelería que presenta. Allí empiezan a aparecer los hoteles 5 estrellas, hoy dos en la ciudad, entonces toda la hotelería cambia. Aparecen los dos shopping, y los centros de convenciones (hoy 5 centros de convenciones donde el más antiguo tiene 2 años). A partir de allí la ciudad se forma como referencia como centro de convenciones y referencia también para eventos deportivos. En el 2012 fue la primera ciudad de argentina en materia de eventos deportivos.

Es por todo esto que hoy la ciudad no es meramente recreativa sino más bien turística desde todos los puntos de vista.

Con respecto a lo que es el aspecto de la conectividad, la ciudad en ese aspecto es única en el país. Se conecta por autopista, a las ciudades más grandes de argentina que son Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y a través del puente Victoria, con la zona del noroeste. Considerando que el turismo se mide en tiempo, Rosario está realmente favorecida. Donde hoy por autopista se llega mucho más rápido a cualquier lado.

Hace 2 años se implemento la ley de feriados largos, donde el tiempo de viaje es importante y todos quieren conocer más lugares. Entonces es por eso que los fines de semana largo, Rosario esta a full en la hotelería.

En cuanto a la autopista con buenos aires, esta se abrió principalmente porque la ciudad siempre tuvo muchísimo movimiento económico. Se la considero en un momento como la "Chicago argentina". Siendo la bolsa de Chicago la más importante de EEUU y cerraba después que cerraba la bolsa de Rosario como para tener un panorama de lo importante que era la economía de Rosario para el mundo, en los años 20/30/40.

2. ¿Por qué piensa que El turista se queda solo 3 días? ¿Le parece bien que así sea o se busca aumentar el nivel de estadía?

Hoy el promedio de pernocte es 2.8, los fines de semana, lo que se busca actualmente es aumentar el pernocte en los días de semana. Porque hoy de lunes a jueves el turismo y la hotelería tienen poca demanda. Se busca también mantener el pernocte de los fines de semana.

Hoy somos potencia en materia de turismo de infancia (el tríptico para los niños es de orden publica) y la oferta privada que es el museo de los niños que está en el shopping. Para venir con chicos es bárbaro: poco viaje, buenas actividades, buena hotelería, gastronomía muy buena y en crecimiento. Se busca trabajar sobre la tela que sostiene todo, tanto la calidad, como la diversidad, servicios, etc.

Para incrementar la estadía en la semana, la idea es dirigir todos los eventos corporativos como de congresos y convenciones, a los días de baja ocupación a través de medidas concretas, porque dependen del Bureau para los congresos y convenciones.

En cuanto al pernocte genérico, la estrategia es aumentar la estadía pero con una oferta regional. El pernocte va a aumentar en la medida en que Rosario se comprometa con un turismo regional, por ejemplo el turismo termal, el de islas y que pernocte en la ciudad.

3. ¿Cuál es la función de la ETuR? ¿Por qué surgió?

ETUR: organismo mixto descentralizado con un presidente puesto por el poder ejecutivo y conformado por 12 miembros: 3 ejecutivo, 3 legislativo y 6 del sector privado que determina la intendenta (hotelería gastronomía, fundación ciudad de rosario, asociación empresaria hotelero gastronómica, asociación rosarina de agentes de viaje, bureau de congresos y convenciones y la federación gremial) por eso es importante forjar las buenas comunicaciones para poder llegar a cumplir los objetivos. Porque hoy se favorece toda la cadena de valor. El turismo es la unidad de producción

Con las escuelas de turismo hotelería y gastronomía es q también se dan cuenta que con eso generan profesionalismo que es lo que buscaban para presentar a la ciudad

4. ¿Cuáles son los planes a futuro?

Están en un plan de desarrollo gastronómico que incluye desde un centro de investigaciones culinarias hasta la semana gastronómica que hoy va por la cuarta edición.

Antes no había estrategias de turismo. Se cree que en poco tiempo se han posicionado muy bien. Están bien en materia de turismo deportivo y en fines de semana largos. Están luchando para que el sector de la salud también se involucre para afianzar y consolidar el turismo de salud.

Turismo de maratón es un fenómeno mundial. El 50% de los que corren son del exterior y se alojan en la ciudad.

Congreso y convenciones funciona como alternativa a Buenos Aires porque sigue siendo más barata, y segura y la infraestructura es nueva.

Entrevista a María Ofelia Polto (Gerente de la Asociación Empresarial Gastronómica Hotelera y Afines de Rosario)

1. ¿Qué opina Ud. sobre aumentar el nivel de estadía? ¿Ud. cree que beneficiará a la hotelería y a la gastronomía de la ciudad?

Ella cree que es posible. Hay que generar motivos de estadía. Rosario tiene una agenda cultural muy importante y en materia de deporte también, en cuanto a propuestas de alojamiento hay para todas las necesidades. Desde hoteles 5* con casinos y la actividad comercial, en lo que respecta a un turismo recreativo, con propuestas gastronómicas como los corredores y la costa. Rosario ha sido elegida como ciudad para fines de semana largo y la ciudad trabaja muy bien.

El hecho de elegirla como destino a comparación de otras ciudades con mayor estadía, es más complicado porque hay que plantear más propuestas en lo que respecta al turismo.

La hotelería necesita más pernoctes, para poder llegar a un equilibrio y no llegar a una sobreinversión como se teme en este momento.

Aumentando el pernocte beneficiaría económicamente a la ciudad y el movimiento turístico que tiene la ciudad. Ella apunta a aumentar el pernocte, los eventos y a trabajar en conjunto, tanto lo gastronómico como lo hotelero, en el sentido de saber guiar al turista y que no se pierda de ningún evento ni de ninguna comida. Plantea en despertar la motivación de volver a Rosario. No solo desde el punto de vista histórico y tradicional.

2. ¿En qué período del año, es más concurrida la ciudad?

Vienen todos los fines de semana largo y se llena, los comunes viene un 30-40% de ocupación. En los fines de semana largos hay una ocupación de las categorías más altas. Es así todo el año. Excepto que haya habiendo un evento muy cerca, es posible que el fin de semana siguiente caiga un poco.

3. ¿Cómo es la cooperación con el sector público?

Tienen un trabajo en conjunto permanente. Trabajan en la planificación turística, en adaptar el plan actual a las necesidades del plan del 2010. Siempre hay cosas para seguir corrigiendo, porque a veces los tiempos no son los adecuados. Por ejemplo, las propuestas para el verano, siempre llegan muy cerca de la fecha o arreglar reuniones con los hoteleros para definir tarifas, no son con los tiempos correspondientes para poder planificar. La cooperación es buena y de dialogo permanente.

Ellos pertenecen al directorio del ETuR.

4. ¿Cómo es la cooperación con la asociación de agencias de viajes y turismo?

La Asociación Rosarina de Agencias de Viajes, compone también el ETuR. Sostiene que hay pocas agencias de turismo receptivo en Rosario. Asume que el trabajo que el trabajo de los hoteles con las agencias, es un trabajo potencial y a mejorar.

ANALISIS COMPARATIVO DE LA CIUDAD DE MENDOZA Y DE ROSARIO

El INDEC es el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. Es el organismo público, de carácter técnico, que unifica la orientación y ejerce la dirección superior de todas las actividades estadísticas oficiales que se realizan en el territorio de la Republica Argentina. (Recuperado 03, 2014 de: <http://www.indec.mecon.ar/>)

El objetivo del estudio de estas encuestas, es conocer las características generales del sector hotelero, como la disponibilidad y ocupación de habitaciones y plazas, tarifas promedio, personal ocupado, origen de los pasajeros, etc. (Recuperado 04, de 2014 de: http://www.buenosaires.gob.ar/areas/hacienda/sis_estadistico/operativos/EOH/index.php)

Cuadro 1

Regiones	CABA	CENTRO	LITORAL	PATAGONIA	Buenos Aires	CUYO	NORTE
Duración de estadía promedio: MÍNIMO	2,34	1,36	1,12	1,15	1,23	1,61	1,24
Duración de estadía promedio: MÁXIMO	2,57	6,63	2,91	5,16	6,17	5,19	3,77
Rango Medio	2,46	4,00	2,02	3,16	3,70	3,40	2,51

(Elaboración propia)

Un RANGO o recorrido, es una medida de dispersión que muestra la diferencia entre el mayor y el menor, muestra la longitud del intervalo en el que se hallan todos los datos. El RANGO MEDIO, entonces, es la media del menor y mayor valor, o la mitad del recorrido.

Los llamados *Anuario Estadístico de Turismo*: son “un trabajo de recopilación y digesto de la información estadística básica de Turismo producida en la República Argentina. Es un documento de actualización anual que tiene como marco el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016, donde la producción y socialización de información estadística de calidad, así como la gestión del conocimiento, juegan un rol determinante en la toma de decisiones.”(Recuperado el 04 de 2014 de: <http://desarrolloturistico.gob.ar/estadisticas/anuarios-estadisticos>)

Nivel de estadía promedio

A continuación se realizará un análisis de los valores, números y datos extraídos de la encuesta de ocupación hotelera (EOH) de la ciudad de Mendoza. Allí se buscará obtener resultados para ir comparando, al mismo tiempo, con Rosario.

Según el INDEC, se obtiene *El nivel de estadía promedio* de turistas en días, a través de dividir el total de plazas ocupadas, sobre la cantidad total de viajeros.

En la Encuesta, se observa que en el mes de Diciembre, Mendoza presentó el promedio de estadía más bajo, con una duración de estadía promedio de los turistas (en días) de 2.04, a comparación de los meses de Febrero y Julio donde el promedio de estadía fue el más alto, con un índice de 2.34 días establecido el viajero en la ciudad. En este aspecto, puede haber influido el factor nieve (en el mes de Julio) y el factor naturaleza y aire libre en el mes de febrero. El Rango medio del nivel promedio de estadía de los turistas del año 2013 fue de 2.19 días para Mendoza, siendo la 4ta ciudad de la región con el menor rango medio de promedio de nivel de estadía.

Se puede ver en el *Cuadro 2* comparativo, a las ciudades de la región de Cuyo, y observar el nivel de estadía de la ciudad (tanto mínimo como máximo) sobre el nivel de estadía de la región.

Cuadro 2

Ciudades de la región Cuyo	La Rioja	Malargüe (Las Leñas)	Mendoza	Merlo	San Juan	San Luis	San Rafael
Nivel de estadía mínimo	1,66	2,44	2,04	3,37	1,64	1,61	1,89
Nivel de estadía máximo	1,98	5,19	2,34	4,12	1,84	1,87	2,93
RANGO MEDIO	1,82	3,82	2,19	3,75	1,74	1,74	2,41

(Elaboración Propia)

La situación de Rosario, en algunos aspectos, sucedió lo mismo que la ciudad de Mendoza. En el mes de Diciembre, presentó el promedio de estadía más bajo con un índice 1.51 en promedio de días, a comparación del mes de Enero, donde presentó la mayor duración de estadía de 1.72 promedio. Esto pudo deberse a que en Enero es receso escolar y período de vacaciones para los mayores. Esto se debe, a la Ley de contrato de trabajo N° 20.744, afirma que las vacaciones, se deben tomar, entre los meses de octubre y el mes de abril del siguiente año: "El empleador deberá conceder las vacaciones entre el 1° de octubre y el 30 de abril del año siguiente." (Consultado el 05 de 2014 de: <http://www.trabajo.gov.ar/derechos/#ancla10>)

El Rango Medio del nivel promedio de estadía de los turistas del año 2013 fue de 1.62 días para Rosario, siendo, al igual que Mendoza, la 4ta ciudad de su región con el menor rango medio en cuanto a promedio de nivel de estadía de todo el año.

En el *Cuadro 3* se pueden ver claramente los datos mencionados y sus comparaciones con las otras ciudades de la región Litoral.

Cuadro 3

Ciudades del Litoral	Corrientes	Formosa	Gualeguaychú	Paraná	Posadas	Rafaela	Resistencia	Rosario	Pto. Iguazú	Santa Fe
Nivel de estadía mínimo	1,58	1,3	1,75	1,72	1,59	1,12	1,45	1,51	2,19	1,21
Nivel de estadía máximo	1,93	1,59	2,91	2,15	2,01	1,26	1,6	1,72	2,49	1,29
RANGO MEDIO	1,76	1,45	2,33	1,94	1,80	1,19	1,53	1,62	2,34	1,25

(Elaboración propia)

Viajeros

El INDEC sostiene que *Viajero*, es toda aquella persona “que se ha trasladado de su lugar de residencia habitual por razones de diversa índole, tales como el ocio, los negocios, la visita a familiares o amigos, etc.; que realiza una o más pernотaciones seguidas en el mismo establecimiento hotelero o para-hotelero y que abona por tal servicio. Un bebé que se aloja sin cargo no se considera viajero porque no ocupa una plaza.”

El mes de Julio fue para Mendoza el mes con mayor asistencia, con una presencia de 54.241 viajeros. Mientras que Junio se presentó con 32.421 viajeros en total, siendo el mes con menor asistencia. La ciudad presentó un rango medio de 43.331 viajeros en todo el año.

A continuación, del mismo modo que la estadía, se observa el *Cuadro 4* con la ciudad en relación a las otras ciudades de la región. Se puede analizar claramente, que Mendoza supera ampliamente el rango medio y presenta el mayor número de toda la región en cuanto a incidencia de viajeros.

Cuadro 4

Ciudades de la región Cuyo	La Rioja	Malargüe (Las Leñas)	Mendoza	Merlo	San Juan	San Luis	San Rafael
Menor cantidad de Viajeros	3.727	1.114	32.421	8.218	12.387	8.433	10.420
Mayor cantidad de viajeros	7.194	8.845	54.241	18.647	18.140	16.914	25.064
RANGO MEDIO	5.461	4.980	43.331	13.433	15.264	12.674	17.742

(Elaboración propia)

En el caso de Rosario, Julio fue (al igual que Mendoza) el mes con mayor asistencia de viajeros, con una presencia de 50.623 personas. Mientras que Enero, a diferencia de Mendoza, se presentó con 31.963 viajeros en total, siendo el mes con menor incidencia de visitantes. La ciudad presentó un rango medio de 41.293 viajeros en todo el año 2013.

A continuación, se observa en el *Cuadro 5*, los datos analizados y su relación con la región. Se puede observar claramente, que Rosario supera ampliamente el rango medio y presenta el mayor número de toda la región en cuanto a incidencia de viajeros, como sucedió con la ciudad de Mendoza.

Cuadro 5

Ciudades de la región Litoral	Corrientes	Formosa	Guaaleguaychú	Paraná	Posadas	Rafaela	Resistencia	Rosario	Pto. Iguazú	Santa Fe
Menor Cantidad de Viajeros	6.024	10.281	5.316	9.101	6.889	5.017	12.157	31.963	29.262	9.916
Mayor cantidad de Viajeros	15.023	17.746	16.540	14.184	12.812	6.363	18.515	50.623	47.707	15.433
RANGO MEDIO	10.524	14.014	10.928	11.643	9.851	5.690	15.336	41.293	38.485	12.675

(Elaboración propia)

Con estos dos datos, se reafirma que Mendoza y Rosario presentan, no solo aspectos urbanísticos parecidos sino que también, presentan datos estadísticos similares.

Los meses con menor nivel de estadía, ambas lo presentaron en el mes de Diciembre, en el mes de Julio, presentaron la mayor cantidad de asistencia de viajeros. Esto puede deberse, que durante ese mes es el receso invernal, sobretodo para los escolares, y en el caso de Mendoza siempre influye también el factor nieve con sus actividades de montaña.

Si se observan los dos cuadros con atención, puede destacarse los valores que ambas presentaron con respecto a la cantidad de viajeros y en relación a su región. No sólo se destacan por encima de las otras ciudades, y del rango medio, sino que además, presentan valores similares. Sin importar los meses, se observa lo siguiente:

- ~ Menor cantidad de viajero: 32.421 (Mendoza) y 31.963 (Rosario)
- ~ Mayora cantidad de viajeros: 54.241 (Mendoza) y 50.623 (Rosario)
- ~ Rango medio: 43.331 (Mendoza) y 41.293 (Rosario)

Así se observa la similitud de valores. Considerando que la ciudad de Mendoza cuenta con el atractivo natural montañoso -eso lleva a poder realizar actividades de nieve, lo que permite pensar que lleva a un turismo masivo en los meses de invierno-, Rosario, contando con la urbanización, río y espacios verde, puede igualar a Mendoza en la asistencia de viajeros e incluso superarla. Esto lleva a pensar que a través de una correcta promoción de los servicios, la ciudad de Rosario podría lograr insertarse entre las ciudades más concurridas de Argentina.

Plazas ocupadas

Cuando se habla de *Plazas ocupadas* (según el INDEC) se refiere a la cantidad de noches que permanece un viajero en un establecimiento. Se obtiene de multiplicar la cantidad de viajeros por la cantidad de noches que cada uno se haya alojado en el establecimiento. Este dato, generalmente se encuentra relacionado al número de asistencia de viajeros.

De este modo, se puede afirmar que la ciudad de Mendoza, en los meses de Junio y Julio, presentó menor y mayor número de plazas ocupadas, respectivamente. En junio hubo 70.736 plazas ocupadas, mientras que en Julio hubo 126.766. Estos datos indican un rango medio de 98.751 plazas ocupadas en el año 2013.

A continuación se elaboró un *Cuadro 6* comparativo de las ciudades de las Región de Cuyo, donde se puede observar que Mendoza (al igual que el cuadro anterior, por su relación) presenta la mayor cantidad de plazas ocupadas, superando el promedio de la región.

Cuadro 6

Ciudades de la región Cuyo	La Rioja	Malargüe (Las Leñas)	Mendoza	Merlo	San Juan	San Luis	San Rafael
Menor cantidad de Plazas Ocupadas	6.219	3.742	70.736	30.867	22.786	14.311	19.684
Mayor cantidad de Plazas Ocupadas	13.498	3.288	126.766	76.867	33.452	31.584	73.338
RANGO MEDIO	9.859	3.515	98.751	53.867	28.119	22.948	46.511

(Elaboración propia)

La situación de Rosario, también fue proporcional a la asistencia de viajeros, presentando en el mes de Julio el mayor número de plazas ocupadas y el mes de enero, el menor número. Con un rango medio de 68.431 de cantidad de plazas ocupadas en el año 2013.

Cuadro 7

Ciudades de la región Litoral	Corrientes	Formosa	Gualeguaychú	Paraná	Posadas	Rafaela	Resistencia	Rosario	Pto. Iguazú	Santa Fe
Menor cantidad de Plazas Ocupadas	10.308	15.638	10.123	16.306	12.917	6.136	18.645	55.057	66.791	11.962
Mayor cantidad de Plazas Ocupadas	23.895	23.663	41.306	26.717	24.962	7.850	27.691	81.805	113.969	19.655
RANGO MEDIO	17.102	19.651	25.715	21.512	18.940	6.993	23.168	68.431	90.380	15.809

(Elaboración propia)

En este cuadro, a diferencia de Mendoza, se observa un dato curioso, y es que la ciudad de Puerto Iguazú, es quien supera ampliamente el Rango de toda la región. Esto es así, debido a que la cantidad de plazas ocupadas es un valor que se obtiene de multiplicar la cantidad de días de estadía por la cantidad de viajeros. Si bien, la cantidad de viajeros fue mayor en la ciudad de Rosario con respecto al resto de la región; Pto. Iguazú presentó el mayor promedio de estadía de los turistas, obteniendo así, una diferencia importante de plazas ocupadas con respecto al resto de las ciudades del Litoral.

Porcentaje de ocupación de plazas

El porcentaje de ocupación de plazas, muestra que cantidad de plazas fueron ocupadas sobre el total de las plazas disponibles. Este cálculo se realiza haciendo (cantidad de plazas ocupadas/cantidad de plazas disponibles)*100.

Del resultado de este cálculo, se obtuvo que Mendoza presenta un porcentaje menor en el mes de Mayo de 21.86% plazas ocupadas, mientras que en Julio presenta un 38.35% de plazas ocupadas. A través de esto, se observa que el rango medio de porcentaje de plazas ocupadas durante el año 2013 fue del 30.11%. De este modo se encuentra en la posición 4ta dentro de una región de 7 ciudades. Esto revela que este porcentaje ya no depende del factor nieve sino que puede depender de muchas otras variables, que se relacionan con la disponibilidad de plazas: ya sea por construcción, por refacción, por renovación, por demolición, etc., y que hacen que haya suficientes plazas disponibles pero que por diversas razones no puedan ser ocupadas.

Cuadro 8

Ciudades de la región Cuyo	La Rioja	Malargüe (Las Leñas)	Mendoza	Merlo	San Juan	San Luis	San Rafael
Menor porcentaje de Plazas Ocupadas	12,53	7,16	21,86	28,03	24,73	21,18	13,00
Mayor porcentaje de Plazas Ocupadas	26,14	36,51	38,35	52,09	36,07	45,64	45,88
RANGO MEDIO	19,34	21,84	30,11	40,06	30,40	33,41	29,44

(Elaboración propia)

El mayor porcentaje de plazas ocupadas de la ciudad de Rosario se dio en el mes de Julio, con un 38,12%, siendo el mes de Diciembre, el mes con menor porcentaje de ocupación de 25,61%, sobre un rango medio de 31,87% de la ciudad. Esto puede deberse, a que en el mes de Julio, es cuando se da inicio al receso escolar de invierno.

Cuadro 9

Ciudades de la región Litoral	Corrientes	Formosa	Gualeguaychú	Paraná	Posadas	Rafaela	Resistencia	Rosario	Pto. Iguazú	Santa Fe
Menor % de Plazas Ocupadas	16,87	44,64	11,08	30,94	16,44	20,32	33,06	25,61	27,71	18,60

Mayor % de Plazas Ocupadas	38,23	67,55	40,96	44,86	31,25	26,09	48,16	38,12	50,16	30,54
RANGO MEDIO	27,55	56,10	26,02	37,90	23,85	23,21	40,61	31,87	38,94	24,57

(Elaboración propia)

Se obtuvo entonces, que la ciudad de Mendoza, no presenta el mayor nivel de estadía de su región, pero si presenta el mayor número de viajeros, lo que implica un mayor número de plazas ocupadas. Quiere decir que la ciudad, al presentar atractivos naturales, edilicios y culturales, combinado con la cercanía de Las Leñas (destino de nieve), es probable que durante el año, su asistencia de viajeros sea mayor al resto de las ciudades de la región.

La ciudad de Rosario, en cambio, presentó un crecimiento hasta mediados de años, precisamente Julio, y a partir de allí, los datos, se mantuvieron constantes a través de todo el año.

LA IMPORTANCIA DEL TURISMO DE ROSARIO EN LA PROVINCIA

“La serie del Valor Agregado Bruto (VAB) de Hoteles y Restaurantes y del Comercio por Mayor y por Menor para Rosario, son un insumo fundamental para estudiar de qué manera el aumento de visitantes impacta sobre la actividad sectorial. Estos indicadores se complementan con una caracterización, evolución y situación actual de la oferta de alojamiento, bares y restaurantes y de lugares de compras y esparcimiento que los visitantes tienen a su disposición.

En la economía nacional, el sector de Hoteles y Restaurantes contribuye –en promedio desde 1993- con aproximadamente el 2.5% del PIB, experimentando a lo largo del período un crecimiento superior al registrado en el total de la economía.

En la provincia de Santa Fe, el sector participa –en promedio- con alrededor del 0,8% del PBG.” (WOELFIN, M. L. et al; 2007)

Los datos actuales muestran, según el INDEC, que desde el año 2007 en adelante, tomándose como referencia el año 2004, el sector Hoteles y Restaurantes contribuye con aproximadamente el 2.23% del PIB en la economía nacional.

En la provincia de Santa Fe, el sector participa-en promedio-con alrededor del 0.71% del PBG, con precio constantes de 1993 y analizado hasta el año 2012.

Ahora bien, para poder calcular el impacto económico que genera el turismo de Rosario en la provincia, se utilizaron varios informes, desde el año 2007, llamados

Informes de Coyuntura. Dichos informes son realizados en el Ministerio de Economía, a través del Instituto Provincial de Estadísticas y Censos. Los Informes de Coyuntura brindan información sobre los principales indicadores utilizados para medir la evolución económica coyuntural en la Provincia de Santa Fe. (Portal de la provincia de Santa Fe, consultado el 05 de 2014 en: [http://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/view/full/111709/\(subtema\)/93664](http://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/view/full/111709/(subtema)/93664)). El análisis se realiza, en este caso, sólo de las ciudades de Rafaela, Rosario y la ciudad de Santa Fe, dado que son las ciudades con características que influyen en la economía de la provincia.

Arribo de viajeros (promedio)

El cuadro siguiente muestra un promedio de las llegadas de viajeros por año, por ciudad y donde además se analizó la variación que existió año tras año:

Cuadro 10

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 (hasta Mayo)
Rafaela	8.534	7.777	6.630	6.526	6.733	6.189	5.579	6.350
Rosario	35.676	37.192	32.036	38.170	42.077	41.954	41.700	46.896
Variación porcentual		4,25%	-13,86%	19,15%	10,24%	-0,29%	-0,61%	12,46%
Ciudad de Santa Fe	13.338	12.568	11.744	10.116	13.140	13.482	12.352	13.993
TOTAL	57.548	57.537	50.410	54.812	61.950	61.625	59.631	67.239
Variación porcentual		-0,02%	-12,39%	8,73%	13,02%	-0,52%	-3,24%	12,76%

(Elaboración propia)

Para evaluar el Turismo en la provincia, los informes de coyuntura, obtienen los datos a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera que realiza el Indec.

En el esquema se observan sólo estas 3 ciudades, por dos motivos.

- Por un lado, las tres presentan el mayor número de habitantes: Rosario con 1.300.000, le sigue Santa Fe con 530.000 y luego Rafaela (cabecera del partido Castellanos) con 92.000 habitantes. Datos aproximados extraídos del Indec en el último censo del año 2010.
- Por otro lado, por su importancia para la provincia: Rosario presenta el segundo Producto Bruto Geográfico, luego de la ciudad de Buenos Aires y eso por ser punto estratégico por su conexión con el Mercosur; Santa Fe, por ser capital de la provincia, es área administrativa, industrial y comercial; y Rafaela por ser cuenca lechera de la provincia y la más grande de Sudamérica. Por lo tanto las tres presentan características suficientes como para ser atractivas y así generar turismo.

Ahora bien, se observa que en el *Cuadro 10* está reflejada la importancia del turismo de Rosario en la provincia, quien presenta el mayor número de visitas a comparación de las otras dos ciudades.

En el año 2008 aumenta la asistencia de viajeros, luego desacelera para el 2009, donde solamente arribaron 32.036 viajeros a diferencia del 2010 que presenta su mayor índice de llegadas y una asistencia de 38.170 viajeros. Luego continúa aumentando para el año 2011, a partir de allí desacelera para los dos siguientes años, para nuevamente incrementar la llegada de visitantes con más de 46.500 para lo que va del año 2014.

En el transcurso de estos 8 años –si se incluye el 2014- Rosario tuvo un aumento de llegada de visitantes del 4.48%. De este modo es quien presenta mayores turistas de la provincia, puesto que Santa Fe y Rafaela presentaron variaciones del 1.60% y -3.73% respectivamente.

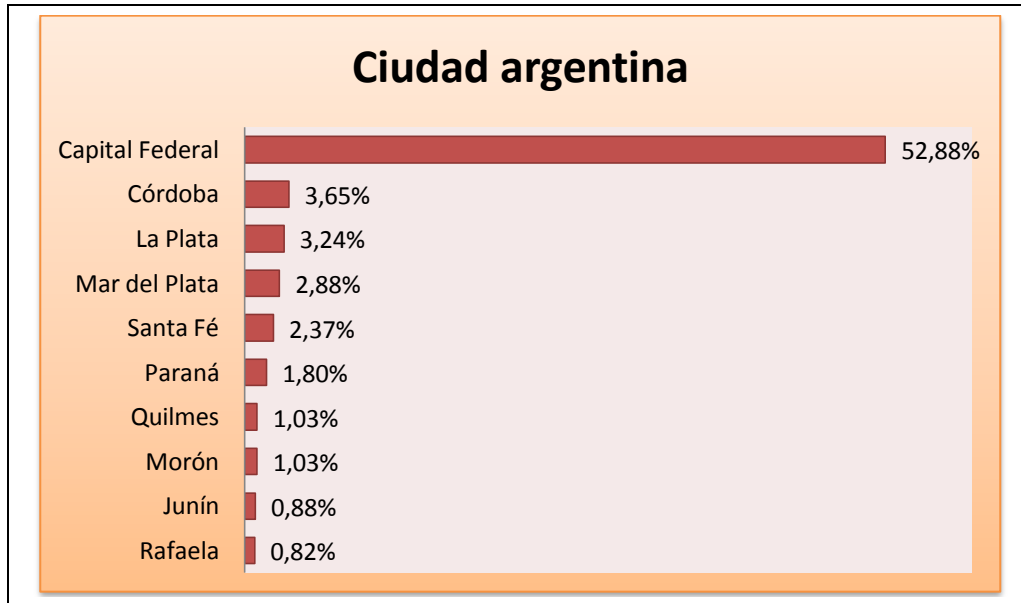
La tasa de variación porcentual muestra la diferencia que existe en la llegada de los viajeros a la provincia, entre año y año. La provincia presentó una tasa de variación promedio del 2.62%, durante esos años.

Procedencia de los visitantes a la ciudad de Rosario

Cuadro 11

CIUDAD ARGENTINA	PORCENTAJE
CAPITAL FEDERAL	52,88%
CÓRDOBA	3,65%
LA PLATA	3,24%
MAR DEL PLATA	2,88%
SANTA FÉ	2,37%
PARANÁ	1,80%
QUILMES	1,03%
MORÓN	1,03%
JUNÍN	0,88%
RAFAELA	0,82%

Gráfico 1



Obs: calculado sobre un total de 1942 encuestados argentinos a los cuales se les preguntó ciudad de residencia en los meses de marzo, mayo, junio de 2013.

(Municipalidad de Rosario/ETuR)