



WOELFLIN, María Lidia
ROMERO, Lidia Adelina
LAPELLE, Hernán Claudio
YOYA, María Alejandra
Shocron, Nadia y Biani, Juan F.¹

Instituto de Investigaciones Económicas – Escuela de Economía

EL AUMENTO DEL TURISMO EN ROSARIO: ALGUNOS EFECTOS SOBRE LA ACTIVIDAD DE HOTELES, RESTAURANTES Y COMERCIO.²

1. INTRODUCCION

Durante los últimos años se ha incrementado en forma significativa, el número de turistas que vienen a la ciudad de Rosario y a la región en su conjunto. Los mismos llegan motivados por diversos atractivos naturales y culturales, pero particularmente por negocios o por el desarrollo de congresos, seminarios y eventos de distinta índole.

Este aumento de visitantes tiene importantes efectos multiplicadores sobre actividades económicas relacionadas entre las que se cuentan las que brindan directamente servicios a los turistas, esto es, hoteles y restaurantes, transporte, empresas organizadoras de eventos, guías de turismo, oficinas de información, casas de cambio, junto a otras que de manera indirecta, ven incrementar su actividad tal el caso del comercio.

El turismo es una actividad transversal y no puede identificarse como un sector económico claramente diferenciado, puesto que los bienes y servicios que se ofrecen pueden ser adquiridos por los visitantes y los residentes. Estos bienes y servicios "se originan en varias ramas de la producción y muchas veces sólo una parte se vende al turista y el resto se destina a otras formas de demanda final o usos intermedios"³. Además, es una actividad movilizadora de fondos públicos y privados que por lo tanto afecta las condiciones económico-sociales de la población.

Dados los efectos multiplicadores que posee el turismo, resulta de interés explorar los posibles impactos que produce esta actividad, especialmente desde el cambio de modelo de política económica, es decir, desde el año 2002⁴ a la actualidad. En esta oportunidad y de-

¹ Ayudantes de Investigación. Alumnos de la Licenciatura en Economía, FCEyE - UNR.

² El presente trabajo forma parte de los Proyectos PID "Sectores dinámicos de Rosario y su Región en la postconvertibilidad", Cód. ECO40, SECyT – UNR, dirigido por la Lic. María Lidia Woelflin y del PICT 18211 de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica, "Industria, otras actividades productivas y ambiente local. Nuevas estrategias para el desarrollo de Rosario y su Área metropolitana" dirigido por Alicia Castagna.

³ Facultad de Ingeniería – Universidad Nacional de Cuyo: (en línea) "Efectos del turismo en la economía", <http://fing.uncu.edu.ar/catedras/industrial/economia/archivos>, consulta del 12/10/2007.

⁴ En todas las comparaciones y análisis del presente trabajo se toma como base el año 2002, por ser el primer año del cambio de modelo de política económica, a pesar de ser un año que no reúne las características para ser considerado como año base.



bido a que se está en pleno proceso de estimación del PBG de Rosario y del Aglomerado Gran Rosario (AGR)⁵, se han seleccionado un sector que participa directamente en la generación del producto turístico como es la actividad de hoteles y restaurantes y, otro que recibe esta influencia de manera indirecta, tal es el comercio, de modo especial el minorista; quedando para una etapa posterior los sectores del transporte y el de actividades comunitarias, el cual incluye, entre otras, las de esparcimiento, culturales y deportivas.

Luego de breves consideraciones teóricas, se analizan ambos sectores desde el punto de vista de su contribución a la generación de valor agregado a la economía de Rosario y la evolución de los últimos años, habida de la importante cantidad de inversiones que se han llevado a cabo, tanto en la actividad hotelera y de gastronomía como en la comercial. En forma complementaria se incluyen las actividades que realizan las agencias de turismo receptivo y los diversos circuitos que integran en producto turístico Rosario. Dado que puede calificarse a estos servicios como mano de obra intensivos, se comparan las variaciones del nivel de actividad con las experimentadas por la población ocupada en el sector como una aproximación para mensurar el impacto que el aumento de visitantes y de turistas pueden producir en la actividad de la Región. Seguidamente, se presentan las conclusiones del trabajo.

La serie del Valor Agregado Bruto (VAB) de Hoteles y Restaurantes y del Comercio por Mayor y por Menor para Rosario y el Aglomerado, son un insumo fundamental para estudiar de qué manera el aumento de visitantes impacta sobre la actividad sectorial, -aún cuando los mismos tengan el carácter de provisorios-. 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.

Otras fuentes de información a las que se recurre son la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) y la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) que releva el INDEC, la primera abarca el AGR en tanto que la segunda alcanza a la ciudad de Rosario y está disponible para 2006 y 2007. Los datos de esta última encuesta se utilizarán para complementar los obtenidos en los estudios realizados por el Instituto Superior de Hotelería y Restaurateur (ISHyR) sobre el mercado hotelero de Rosario en base a encuestas realizadas a empresas del sector, en el período 2003-2004 y durante el primer semestre de 2005.

En Rosario hasta el presente no se le ha otorgado demasiada importancia a la actividad turística como factor de desarrollo y tampoco se lleva un registro sistemático sobre los datos de viajeros que arriban a la ciudad. El Ente Turístico Rosario (ETUR) realiza registros mensuales sobre los visitantes que acuden a sus oficinas en busca de orientación sobre los lugares a visitar y actividades a realizar, y si bien éstos no cubren el universo de turistas, podrían ser considerados como una aproximación a la demanda del sector⁶. Pero, lamentablemente, sólo se cuentan con cifras correspondientes al año 2004 y la primera parte de 2005, este hecho impide realizar análisis cuantitativos sobre el comportamiento de la demanda y se transforma en un factor fuertemente limitante para cuantificar la importancia de la actividad turística al producto bruto geográfico de Rosario y el AGR.

⁵ El Instituto Provincial de Estadísticas y Censos de Santa Fe (IPEC), a través de un convenio con CEPAL, sometió a revisión la metodología de cálculo del PBG provincial y publicó los resultados a mediados de noviembre de 2007. La estimación publicada incluye hasta el año 2005 inclusive mientras que la anterior publicación alcanzaba hasta 2004.

⁶ Mina, María Cecilia, "Industria sin chimeneas. Análisis y descripción del sector turístico de Rosario desde el punto de vista de la teoría del cluster", tesina de Licenciatura en Economía, Fac. de Cs. Económicas y Estadística – UNR, 2006.



2. CONSIDERACIONES TEORICAS

Puede ser considerada como *turista* toda persona que, con motivo de su desplazamiento del lugar de residencia habitual, efectúe un gasto en bienes de consumo en un lugar distinto de su origen habitual e inmediato de los ingresos que sirven para financiarlo. Según se desprende de las definiciones adoptadas por la Organización Mundial de Turismo (OMT), el concepto de *turista* es más restrictivo que los de *viajero* y/o *visitante*, ya que un viajero puede ser turista si su desplazamiento se realiza por razones que no sean de trabajo, motivos políticos, diplomáticos, etc., siempre y cuando no pernocte en el lugar que visita, por lo tanto, se considera como turista a todo viajero que pernocta por lo menos una noche en el lugar visitado⁷.

Pueden identificarse diferentes tipos de turismo –de acuerdo a la OMT- según sea la situación de residencia del turista con respecto al destino de su viaje, así se tiene el interno, nacional, internacional, receptivo y emisor, entre otros. En el presente trabajo, dado que se está analizando un territorio particular, una región específica como son Rosario y su Agglomerado, se consideran las actividades del turismo receptivo, es decir, el movimiento hacia esta zona de los que residen fuera de la región.

El turismo es una actividad bastante reciente y no puede identificarse como un sector claramente diferenciado, dado que los bienes y servicios producidos por una economía se venden tanto a turistas como a residentes. Sin embargo, posee una importante capacidad para motorizar otras actividades.

De acuerdo a Ball, Ibáñez y Picardi de Sastre (2003), que un bien o servicio sea o no turístico se determina por quien lo consume y se genera así una demanda adicional al que realizan los residentes habituales de una región. Esta demanda adicional es la que interesa medir como integrante del sector turístico. Como manifiestan los mismos autores, el hecho de que el carácter de turístico lo determine el origen del consumidor –residente o no del lugar introduce un grado de complejidad en el tratamiento de la actividad por la cual aún no se encuentra identificada dentro del marco de las cuentas nacionales.

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) considera como pertenecientes al sector turístico las siguientes ramas de actividad:

- Hostelería
- Agencias de viajes y empresas organizadoras de circuitos turísticos
- Restaurantes, bares y empresas de gastronomía
- Servicios de transporte y automóviles de alquiler
- Artesanías y fabricación de artículos dedicados a los turistas
- Establecimientos que ofrecen instalaciones, diversiones y espectáculos destinados a turistas
- Departamentos del gobierno, entidades públicas y otros organismos relacionados principalmente con el turismo.

⁷ A pesar de las diferencias mencionadas, en este trabajo se utilizan de manera indistinta los términos turista, viajero y visitante, cuando se quiere indicar las actividades de personas que no son residentes de Rosario y el AGR.



Los efectos del turismo sobre la economía son tal vez los más conocidos y pueden manifestarse en generación de empleos, expansión del mercado en el lugar, repercusiones sobre el ingreso y sobre el nivel de precios e incluso, el presupuesto público.

El turismo influye en los centros receptores sobre el mercado de trabajo, por la demanda de mano de obra –cada vez con mayor grado de calificación-, sobre la actividad comercial en general y de los servicios relacionados, sobre el nivel y distribución de ingresos de un país y/o determinada región.

Además, contribuye a la generación de valor agregado y puede actuar como un instrumento de redistribución del ingreso que promueva el desarrollo de una región. También resultan efectos multiplicadores por los gastos de los visitantes, estos gastos generan salarios y otros ingresos en los factores de producción. Así por ejemplo, cuando los hoteles y restaurantes compran productos alimenticios y otras mercancías a los proveedores, generan con estas compras un aumento del valor bruto de producción de la actividad.

El gasto turístico, es decir, la suma del valor monetario del conjunto de bienes y servicios que cada uno de los turistas y/o visitantes ha adquirido o utilizados durante su permanencia en el lugar visitado, provoca efectos de repercusión directos sobre los ingresos que perciben los factores de la producción en el propio sector turismo y en los que producen bienes y servicios destinados al consumo de turistas.

Los efectos directos dan origen a ciertos efectos indirectos como consecuencia de que parte de ese mayor ingreso generado se emplea en la compra de bienes y servicios. Tales desembolsos generan a su vez toda una serie de efectos inducidos porque quienes los reciben los utilizan, también en parte, en el consumo de otros productos y servicios, y así sucesivamente.

La relación existente entre el impulso inicial que se produce en la economía como resultado del gasto que realizan los turistas, y la subsiguiente generación del valor agregado a que este gasto da lugar como consecuencia de los efectos directos e indirectos, se conoce como efecto multiplicador del turismo.

Por otra parte, como toda actividad económica, el turismo produce externalidades positivas y negativas. Entre las positivas se encuentran las ya mencionados derivaciones directas e indirectas, las mayores inversiones que se generan en construcciones, infraestructuras y transportes, incentiva 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, el aumento de residuos, 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 servicios⁸.

3. ACTIVIDAD DE HOTELES Y RESTAURANTES

3.1 Importancia y evolución

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. El nivel de actividad de este

⁸ Es conocido el movimiento de los precios entre temporada alta y temporada baja, que se produce en algunos centros turísticos de importancia en el país.



sector⁹ tomando en consideración los valores proporcionados por el PIB a precios del año base -1993- crece hasta 1999 inclusive, luego cae los años siguientes y a partir de 2003 se recupera de manera ostensible.

En la provincia de Santa Fe, el sector participa –en promedio- con alrededor del 0,8% del PBG y, entre 1993 y 2005 su valor agregado ha descendido.

Cuadro Nº 1 - Participación del sector Hoteles y Restaurantes en el VAB Nacional						
<i>Miles de pesos a precios de 1993</i>						
	1993	2002 (*)	2003 (*)	2004 (*)	2005 (*)	2006 (*)
VAB Rosario / VAB Argentina	3,30	1,85	1,85	2,37	2,80	2,56
VAB AGR/ VAB Argentina	3,64	2,03	2,04	2,61	3,09	2,83

Fuente: elaboración propia en base a datos de INDEC - Dirección de Cuentas Nacionales
Observaciones: Si bien se analiza el período de postconvertibilidad, se incluye el año 1993 debido a que es el año base de las Cuentas Nacionales.
(*) valores provisorios

Con referencia al AGR y a la ciudad de Rosario, su contribución es bastante similar a la del nivel nacional, en efecto, para ambas jurisdicciones alcanza a cerca del 2,6% del PBG, considerando un promedio simple entre 1993 y 2004¹⁰.

El VAB por el sector en Rosario y el AGR ha ido disminuyendo su colaboración en el valor agregado por el sector a nivel nacional. Es de hacer notar que durante los años más crudos de la recesión, la participación del sector no alcanzaba al 2% del valor registrado a nivel nacional, recuperando su contibución en los últimos años.

Si se considera el período de postconvertibilidad y se toma a 2002 como año base se puede apreciar en el cuadro y gráfico siguientes la evolución que ha tenido la actividad en las cuatro jurisdicciones bajo consideración.

En Argentina la actividad del sector crece en poco más de 30 p.p. en los cinco años considerados, y un ritmo similar se observa a nivel provincial. Muy distinto es el panorama que presenta el indicador para Rosario y el AGR, dado que luego de un crecimiento prácticamente igual al registrado en todo el país, a partir de 2004 se advierte un fuerte incremento en su VA, llegando al año siguiente a ser 85 p.p. superior que en el año considerado como base, registrando una pequeña caída en 2006.

⁹ En la serie del PIB el valor agregado del sector Hoteles y Restaurantes no se presenta en forma separada por tipo de actividad, por lo tanto no se puede determinar de manera individual, la contribución de cada una de las actividades que lo componen. Lo mismo sucede en el nivel provincial.

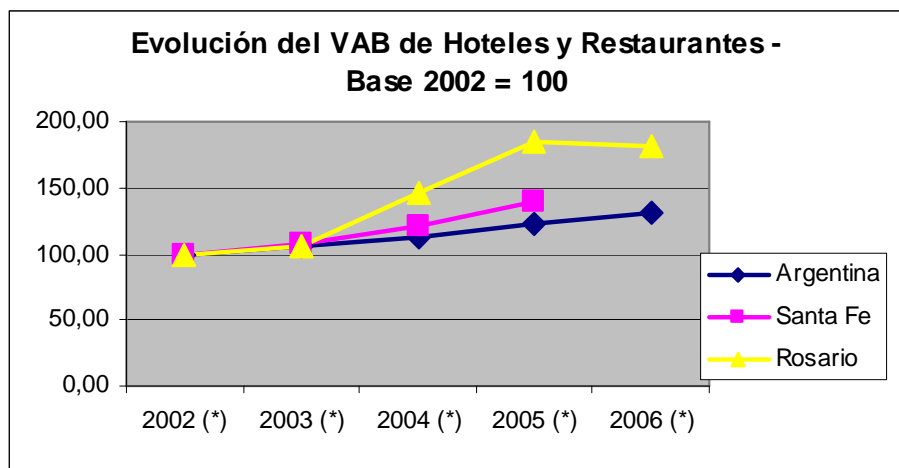
¹⁰ La serie del PBG de Rosario y del Aglomerado Gran Rosario se encuentran estimadas hasta el año 2004, siendo aún provisorios los valores de los tres últimos años. Están en proceso de estimación los años 2005 y 2006 –que también deben considerarse como provisorios- aunque, dada la metodología de cálculo para algunos sectores, por medio de indicadores indirectos, se tropieza con el inconveniente que el PBG de Santa Fe está calculado hasta 2005.



Cuadro N° 2 - Evolución del VAB del sector Hoteles y Restaurantes					
Base 2002 = 100					
<i>Miles de pesos a precios de 1993</i>					
	2002 (*)	2003 (*)	2004 (*)	2005 (*)	2006 (*)
Argentina	100,00	106,01	113,42	122,40	131,24
Santa Fe	100,00	107,03	121,25	139,85	-
Rosario	100,00	106,16	145,42	185,62	181,94
AGR	100,00	106,22	145,61	186,12	182,51

Fuente: elaboración propia en base a datos de INDEC - Dirección de Cuentas Nacionales y de IPEC – CEPAL/CFI

Observaciones: Los valores del PBG provincial se encuentran publicados hasta 2005.



Si se tienen en cuenta las cifras desde 1993, el nivel de actividad sectorial en todo el país se ha incrementado pero manteniéndose siempre por encima del valor del año base; en cambio en Rosario y el AGR hacia finales de los noventa comienza a disminuir dicho nivel pero a partir de 2003 se inicia un fuerte proceso de recuperación cuyo crecimiento supera al registrado en el ámbito nacional.

Al contrario de lo que sucede con el VAB del sector en los niveles nacional y provincial, la serie de Rosario y el AGR permiten estudiar por separado el comportamiento de ambos tipos de actividad.

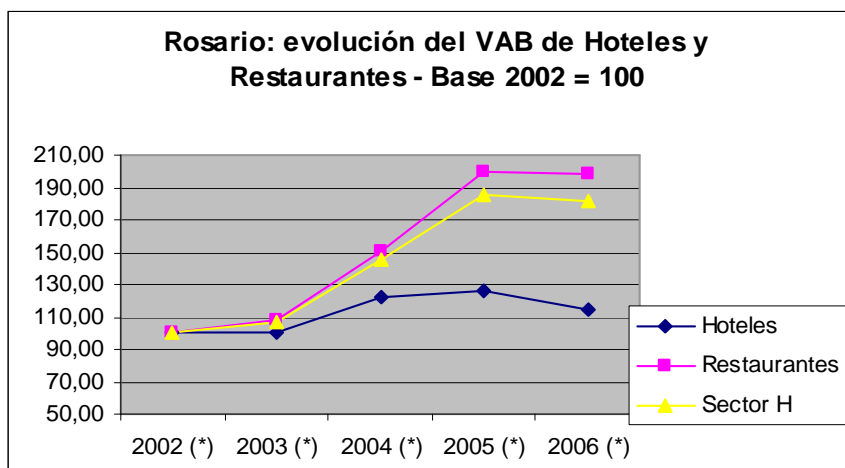
El VAB de los Hoteles representa en promedio alrededor del 15% del producto sectorial, aunque de forma paulatina, en los últimos años viene aumentando su participación.



Cuadro Nº 3 - Rosario: Evolución del VAB de Hoteles y Restaurantes - Base 2002 = 100					
<i>Miles de pesos a precios de 1993</i>					
	2002 (*)	2003 (*)	2004 (*)	2005 (*)	2006 (*)
Hoteles	100,00	99,78	122,22	126,34	114,52
Restaurantes	100,00	107,68	150,93	199,72	197,98
Sector H	100,00	106,16	145,42	185,62	181,94

Fuente: elaboración propia en base a datos Municipalidad de Rosario

El cuadro anterior muestra que el sub sector de Bares y Restaurantes prácticamente ha duplicado su nivel de actividad en los primeros cuatro años transcurridos desde el abandono del modelo de convertibilidad, y desde allí pareciera haberse llegado a un amesetamiento.



El sub sector de Hoteles prácticamente mantiene su nivel en los dos primeros años, para recuperarse en los siguientes y también aquí, se observa una disminución en el VA durante 2006, más acentuada que la registrada por el sector en su conjunto.

3.2 Caracterización de la Oferta y Demanda hotelera

Para describir el mercado hotelero de Rosario se estudia la composición y evolución de la oferta y demanda de alojamientos en la ciudad.

La Encuesta de Ocupación Hotelera que releva el INDEC¹¹ abarca en Rosario a 57 establecimientos hoteleros y para-hoteleros –de los cuales 47 corresponden a los primeros y los 10

¹¹ "La EOH releva 44 localidades en todo el país para poder expandir los resultados a nivel regional. Estas localidades fueron seleccionadas entre aquellas que reunían el 80% de las plazas disponibles en cada región y sus resultados, por ende, tienen esa cobertura". Rosario está incluida en dicha encuesta como integrante de la Región Litoral conformada por las provincias de Entre Ríos, Corrientes, Misiones, Santa Fe, Chaco y Formosa. Encuesta de Ocupación Hotelera. Enero-Junio 2007, pág. 10. www.sectur.gov.ar/esp/prensa/gacetillas/2007/eoh_09_07 , consulta el 25/10/2007.



restantes a los segundos-, incluyendo entre los primeros a aquéllos categorizados como hoteles de una a cinco estrellas¹² y los apart-hoteles, en tanto que en los segundos contiene a los albergues, cabañas, hospedajes, bed&breakfast, hosterías, residenciales, etc.

La disponibilidad de plazas en Rosario ha crecido de manera importante sobre todo en los últimos años, llegando en la actualidad –según datos recabados de distintas fuentes- a más de 6.300 plazas¹³, pero en 1994 se contabilizaban poco más de 2.800. Se puede observar que en el término de trece años la oferta se ha más que duplicado, sobre todo con la habilitación de establecimientos de mayor categoría y las nuevas modalidades como hostels, que por sus características particulares son elegidos por huéspedes jóvenes o turistas extranjeros.

Alrededor del 35%¹⁴ de las plazas pertenecen a hoteles de 4* y 5* estrellas (se incluyen dos calificados como apart-hotel), esto indica que la Ciudad dispone de alojamientos apropiados para albergar tanto a turistas exigentes que demandan junto al alojamiento mayores servicios, como a viajeros que conceden menor importancia a este tipo de atenciones y privilegian otros tipos de gastos como pueden ser las excursiones.

Es importante señalar el cambio que se ha estado produciendo en la composición de la oferta hotelera a lo largo de la década pasada y la actual, y hoy se pueden diferenciar dos segmentos, uno más tradicional -que según informantes calificados del sector se corresponde en buena parte con aquéllos que se instalaron antes de los años noventa-, la mayoría de ellos son establecimientos categorizados como de una y dos estrellas, que ocupan menos de 10 empleados, es decir de pequeña escala. El otro segmento se correspondería con aquéllos que, o bien se emplazan desde principios de los noventa o son firmas ya instaladas que emprenden inversiones para incorporar nuevos servicios y aumentar de categoría. Estos establecimientos se refieren en general a los de jerarquía superior¹⁵, y son los que emplean mayor cantidad de personas -más de treinta-, según el ISHyR (2004, pág. 10).

La diversificación de la oferta hacia modalidades de alojamiento no tradicionales como pueden ser los hostels, los que ofrecen servicios de alojamiento en habitaciones compartidas, pero una gran parte de ellos cuenta con Internet y buen asesoramiento en excursiones, paseos y espectáculos –algunos combinan hospedaje con una propuesta de espectáculos-, se han transformado en una buena opción para visitantes jóvenes y turistas extranjeros.

La ocupación promedio de la capacidad instalada del sector hacia finales de 2003 era del 62%, donde los de cuatro estrellas alcanzaban el 71% y los de tres estrellas sólo el 48%, en tanto, los de menor categoría rondaban el 65 a 68% (ISHyR, 2004, pág. 13). El nivel de ocupación de plazas fue incrementándose y dos años después se posiciona en el orden del 68% promedio. No obstante la misma presenta una marcada estacionalidad permitiendo de esta manera distinguir una temporada de alta ocupación que se verificaría en los meses de mayo a julio, con valores que oscilan entre el 73 y el 90% aproximadamente, en tanto que

¹² Según la metodología de la EOH, el diseño de la muestral incluye a todos los hoteles de cuatro y cinco estrellas.

¹³ Las plazas se refieren al número total de camas fijas y supletorias. Una cama matrimonial se contabiliza como dos plazas. INDEC, Encuesta de Ocupación Hotelera, 2006. www.mecon.gov.ar/indec/nuevaweb/cuadros/9/eoh_2006_rosario, consulta 15/10/2007.

¹⁴ Datos extraídos de Anuario 2006//2007 de Rosario Conventions&Visitors Bureau, págs. 20 a 22.

¹⁵ A finales del año pasado se inauguró el primer establecimiento de cinco estrellas, aunque otro que originalmente había sido proyectado en la misma categoría, por la profunda recesión que atravesó la economía no pudo ser construido como tal y está llevando a cabo importantes inversiones para sumar salas de reuniones y convenciones y oficinas temporarias y posicionarse en una categoría superior (Mina, Ma. Cecilia, op.cit.)



en los meses de verano, la misma desciende y se ubicaría entre el 48 y el 53% (ISHyR, 2005, pág. 12).

La oferta de la ciudad tiene importantes perspectivas de expansión, dadas las inversiones que se están llevando a cabo, que abarcan la instalación de nuevos establecimientos de categoría superior como también las previstas para ampliar los servicios existentes que se brindan en la actualidad.

Pueden diferenciarse dos tipos de clientes que demandan los servicios de alojamiento, los visitantes corporativos y los que vienen a la ciudad por razones de negocios por una parte, y por la otra, los huéspedes de ocio. De acuerdo a los estudios realizados por el ISHyR, Rosario evidencia una clara especialización de viajeros corporativos, en 2003 el 72% de la demanda promedio de alojamientos eran realizadas por este tipo de visitantes, el 22% son turistas –viajeros de ocio- y el 6% restante lo hace por cuestiones de salud, eventos deportivos, religiosos, entre otros. Paulatinamente, la composición ha ido cambiando y, en 2005, cobra mayor importancia la participación de los turistas de ocio (29%) en desmedro de los que arriban por motivos de negocios o asistencia a congresos y otros eventos.

Si se toma en cuenta la categoría de los establecimientos, los de mayor jerarquía, principalmente de cuatro estrellas y aparts, explican un 75% promedio de su demanda por huéspedes de negocios, marcándose una preferencia de este tipo de visitantes por mayor calidad y cantidad de servicios. Los hoteles de menor categoría son demandados principalmente por los viajeros en busca de esparcimiento, que privilegian el precio del alojamiento por sobre la cantidad y calidad de servicios, así es que en 2005, los de una estrella y los hostels explican el 77% de su demanda por este tipo de visitantes (ISHyR, 2005, pág.6).

Respecto del lugar de procedencia de los turistas se puede afirmar que aproximadamente un 85% son nacionales, principalmente Buenos Aires, Córdoba y Entre Ríos, mientras que los extranjeros provienen principalmente de los países del MERCOSUR. En general la duración de la estadía ronda los tres días.

3.3 Caracterización de la actividad de restaurantes

Como ya se mencionara, a partir del período de postconvertibilidad que se inicia en el año 2002, ha crecido fuertemente la actividad de bares, confiterías, pizzerías y restaurantes, los cuales explican en promedio alrededor del 84% del valor agregado bruto del sector.

Los diversos establecimientos gastronómicos se distribuyen en diferentes zonas de la ciudad, pero se concentran mayoritariamente en lugares tales como Av. Pellegrini, el barrio Pichincha, la costanera, entre otras, además de los ubicados en los hoteles y apart-hoteles de mayor jerarquía; y, en conjunto están dirigidos a todos los gustos y públicos. Se encuentran restaurantes gourmets, las tradicionales parrillas rosarinas, lugares con comidas típicas de carácter internacional -italiana, española, griega, árabe, china, alemana, entre otras- y cocina específica como pescados, carnes, vegetariana, pizzerías, resto-bares, pubs, muchos de los cuales ofrecen también espectáculos artísticos a los comensales.

El cuadro siguiente muestra los distintos tipos de locales que ofrecen servicios de comidas y bebidas y el incremento observado entre 2004 y 2006, el que ronda el 62% entre ambos años. La modalidad de resto-bar¹⁶ es la que experimenta el mayor crecimiento junto a las choperías y pizzerías, mientras que han tenido una variación negativa las tradicionales parrillas

¹⁶ Es muy posible que el gran incremento de este tipo de establecimientos se deba más a un cambio de denominación porque está de moda utilizar este término, y muchos locales pueden haberse refaccionado y remodelado y ahora además de los servicios tradicionales de bar ofrezcan un menú de comidas rápidas o minutas a sus clientes.

llas¹⁷.

Cuadro Nº 4 - Oferta Gastronómica de Rosario			
Tipo de establecimientos	2.004	2.006	Variación %
Restaurantes Convencionales	51	72	41,18
Parrillas	24	22	8,33
Cocina especializada	11	13	18,18
Cocina internacional	17	23	35,29
Pizzerías	13	25	92,31
Resto-bares	25	74	196,00
Restaurantes y bares con espectáculos	17	24	41,18
Karaokes	-	3	-
Total	158	256	62,03

Fuente: Extraído de Mina, Ma. Cecilia, op.cit., pág. 44

El aumento de locales y la diversificación de la oferta permiten atender no sólo la demanda de los residentes –el habitante de Rosario en general, tiene una costumbre muy arraigada de reunirse en bares o en restaurantes- sino también la que realizan los visitantes y turistas.

4. ACTIVIDAD COMERCIAL

4.1 Importancia y evolución

En el total de la economía argentina la actividad comercial a lo largo de los últimos catorce años representa en promedio alrededor del 13% del PIB y un valor similar en el PBG provincial, mientras que en Rosario su aporte al valor agregado alcanza a cerca del 22% y en el AGR su contribución ronda en el 20% promedio¹⁸.

Luego de la fuerte recesión que se inicia a finales de la pasada década y que se agudiza marcadamente en el 2002, el comercio a nivel nacional pierde participación y, a pesar de la importante recuperación de los últimos años, en el año 2006 su aporte al PIB es inferior al

¹⁷ El Anuario 2006/2007 del Rosario Convention&Visitors Bureau, incluye un listado de establecimientos gastronómicos en los que predominan los restaurantes, 44%, seguidos por resto-bares 32% aproximadamente. De estos últimos, casi un 25% ofrece espectáculos.

¹⁸ Para Santa Fe la participación está calculada entre 1993 y 2005, último año publicado; mientras que para Rosario y el Aglomerado Gran Rosario, está calculada entre 1993 y 2004, debido a que la serie se encuentra en proceso de estimación.



que registraba en 1993. En el ámbito provincial, se observa un comportamiento similar y, hacia 2005 –último año de la serie de PBG- su contribución no llega al 14%.

Distinta es la situación de Rosario y la Región, la misma ha sido desde antaño un centro comercial de trascendencia regional, por tanto esta actividad contribuye en mayor proporción a la generación de valor agregado de la Ciudad y el Area, oscilando la misma en alrededor del 22% y el 20%, respectivamente. Es de hacer notar que en la segunda mitad de la década de 1990, se inicia un proceso de reestructuración que impacta fuertemente en la actividad, por lo tanto, en la postconvertibilidad se observa que el sector mantiene su aporte al PBG, superando inclusive a algunos períodos de la pasada década.

En el cuadro siguiente, se presenta la importancia del comercio local a través de su participación en el VAB de la actividad a nivel nacional y de la provincia de Santa Fe. En el mismo se observa que Rosario a partir del año 2000 incrementa gradualmente su participación en el comercio del país, llegando a cerca del 6% en 2005 con un ligero descenso en 2006. Un comportamiento similar se observa en la actividad del Aglomerado.

Si la comparación se efectúa con el sector a nivel provincial, se pone en evidencia la importancia que reviste la actividad comercial de Rosario y el AGR en Santa Fe, sobre todo en la post convertibilidad. Como muestran las cifras, la participación de la Ciudad en los últimos años de la serie supera holgadamente el 55% y si se toma en cuenta todo el AGR, la misma alcanza prácticamente al 70%.

Cuadro Nº 5 - Participación del sector Comercio de Rosario y su Aglomerado en el VAB del sector Comercio de Nacional y Provincial						
	<i>Miles de pesos a precios de 1993</i>					
	1993	2002 (*)	2003 (*)	2004 (*)	2005 (*)	2006 (*)
VAB Rosario / VAB Argentina	3,86	5,53	5,04	5,16	5,86	5,44
VAB Rosario / VAB Santa Fe	44,30	64,32	57,38	58,74	64,94	-
VAB AGR/ VAB Argentina	4,25	5,91	5,37	5,50	6,27	5,82
VAB AGR/ VAB Santa Fe	48,68	68,78	61,25	62,52	69,50	-

Fuente: elaboración propia en base a datos de INDEC - Dirección de Cuentas Nacionales y de IPEC – CEPAL/CFI
Observaciones: (+) Los valores del PBG provincial se encuentran publicados hasta 2005. (++) Si bien se analiza el período de postconvertibilidad, se incluye el año 1993 debido a que es el año base de las Cuentas Nacionales.

Para analizar la evolución del sector durante la postconvertibilidad, se procede de manera similar que para Restaurantes y Hoteles, se construye un indicador que toma como base el año 2002y desde allí estimar su comportamiento a lo largo del período.

Conviene recordar que la razón por la cual se toma como base 2002¹⁹ es que el abandono del "Modelo de convertibilidad" se produce en el mes de enero de ese año, y no se pierde de vista el hecho que ese año fue el de mayor recesión y, es muy posible que las tasas de crecimiento resulten más elevadas.

¹⁹ Esta circunstancia corrobora la hipótesis con la que se viene trabajando en el IIE, sobre el carácter marcadamente pro cíclico de la economía rosarina.

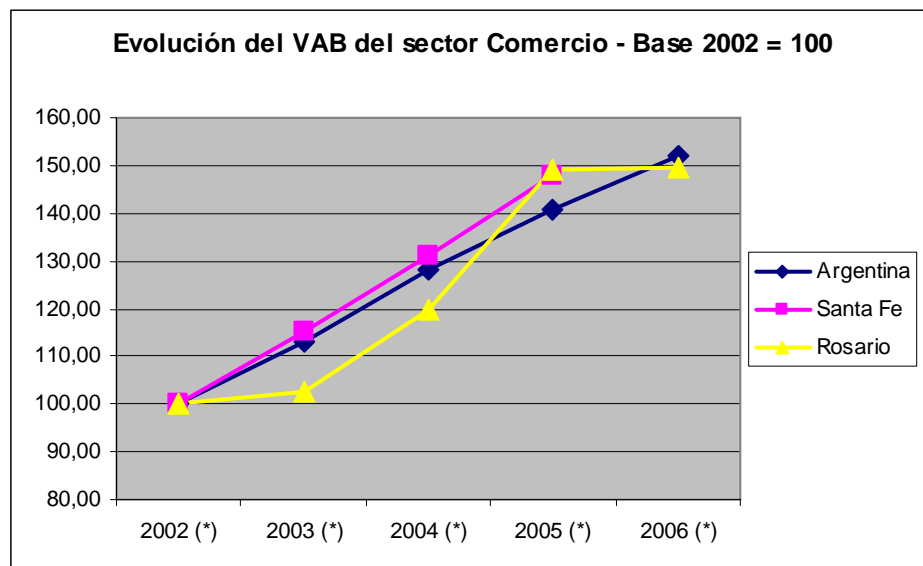


Tanto el cuadro como el gráfico²⁰ siguientes, muestran el importante crecimiento que ha experimentado la actividad en el período bajo estudio.

Cuadro Nº 6 - Evolución del VAB del sector Comercio - Base 2002 = 100					
<i>Miles de pesos a precios de 1993</i>					
	2002 (*)	2003 (*)	2004 (*)	2005 (*)	2006 (*)
Argentina	100,00	112,94	128,27	140,86	152,01
Santa Fe	100,00	115,25	131,15	147,76	-
Rosario	100,00	102,81	119,76	149,18	149,54
Aglomerado Gran Rosario	100,00	102,63	119,20	149,32	149,70

Fuente: elaboración propia en base a datos de INDEC - Dirección de Cuentas Nacionales, de IPEC – CEPAL/CFI y de IIE.
Observaciones: Los valores del PBG provincial se encuentran publicados hasta 2005.

Puede verse que en todos los años el incremento del VAB del sector en el país es creciente y excede al registrado en la provincia y en la región, salvo durante 2005 en que el crecimiento de la actividad en Rosario y la Región superan al que se registra en el nivel nacional. En 2006, el comercio del total del país sigue incrementándose, mientras que en Area se observa un amesetamiento.²¹



Es importante recordar que la actividad comercial en Rosario sufrió a mediados de los años

²⁰ Dada la similitud de los valores del indicador para Rosario y el AGR, en el gráfico se incluye únicamente la ciudad cabecera.

²¹ Situación que es concordante con las opiniones recabadas de informantes calificados.



noventa, un fuerte proceso de reestructuración con el ingreso de grandes superficies comerciales de capitales extrarregionales. El mencionado proceso implicó, en un primer momento, una caída en el valor agregado sectorial y luego el mismo comienza a aumentar y se estabiliza a finales de la pasada década y principios de la siguiente, experimentando una caída durante el año 2002 de menor magnitud a la experimentada en las otras jurisdicciones. Superada la crisis del abandono del modelo de convertibilidad, el crecimiento que se advierte en Rosario y el AGR es significativamente superior al registrado en el nivel nacional y provincial. Esto permite aseverar que la actividad comercial en la región se ha reafirmado como centro de referencia de importancia para una amplia región que abarca el noreste de la pampa húmeda y el sur del litoral.

4.2 Comportamiento del comercio en Rosario²²

La CIIU Rev. 3 clasifica las actividades comerciales en tres grandes divisiones: 50 - Venta al por mayor y menor, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y venta al por menor de combustible para automotores; 51 - Comercio al por mayor y en comisión, excepto automotores y motocicletas y, la 52 - Comercio al por menor (excepto de automotores, motocicletas y sus combustibles), reparación de efectos personales y enseres domésticos. De acuerdo a la misma, se estima el valor agregado por cada una de las divisiones.

El comercio por mayor es la división que más aporta al VAB generado por el comercio, si se hace un promedio simple de los catorce períodos que abarca la serie de PBG de Rosario y el AGR, la misma participa con poco más del 48%, seguida por el comercio minorista que prácticamente alcanza al 35% y la contribución de la venta, mantenimiento y reparación de automotores y motocicletas se ubica en el 17%.

Cuadro Nº 7 - Rosario: VAB Comercio. Evolución por divisiones - Base 2002 = 100					
	<i>Miles de pesos a precios de 1993</i>				
	2002 (*)	2003 (*)	2004 (*)	2005 (*)	2006 (*)
Div. 50: Automotores	100,00	121,50	209,94	261,63	269,30
Div. 51: Mayorista	100,00	96,46	96,15	139,54	139,34
Div. 52: Minorista	100,00	111,39	146,36	140,72	140,39

Fuente: elaboración propia en base a datos Municipalidad de Rosario

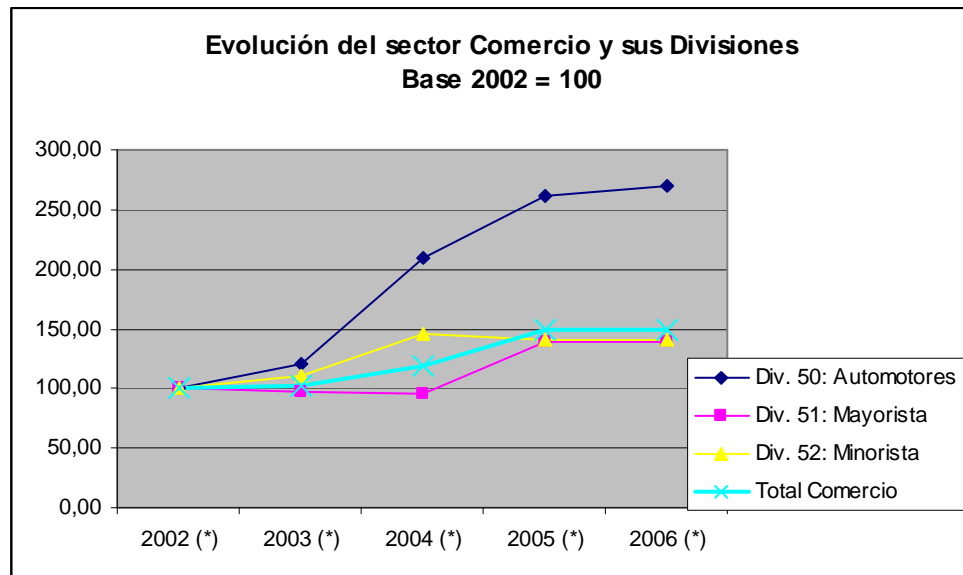
El valor agregado por el comercio mayorista disminuye hasta 2004 inclusive, y al año siguiente incrementa de manera ostensible su actividad y se estabiliza. En tanto, el comportamiento del comercio minorista durante este período es relativamente más parejo, si bien se aprecia un fuerte incremento en su VAB, sus tasas de crecimiento tienen menos oscilaciones y permanece bastante sostenido desde 2004, aunque con una pequeña caída²³.

²² Habida cuenta que el VAB por el sector de la Ciudad representa poco más del 90% del valor que el comercio produce en el Aglomerado, para este apartado se considerará representativo el comportamiento del sector en Rosario.

²³ Si se cambia la base del indicador de evolución a 1993, pese al notorio crecimiento del comercio de automotores y motocicletas, el VAB de esta división en 2006, es apenas 5 puntos superior al de 1993, en tanto el valor que agrega la comercialización de bienes al por mayor es, entre puntas, una vez y media superior. El comercio minorista por su parte, genera en el último año de la serie, un valor 30 puntos superior al de inicio.



Por otra parte, aunque las actividades de la Div. 50 no tienen mucha relación con el movimiento turístico, las cifras obtenidas muestran que la venta de automotores, su mantenimiento y reparación crece de manera muy acentuada –en dos años más que duplica el valor de la base- y lo sigue haciendo en los posteriores, aunque en el último año se puede observar una desaceleración. No obstante, no debe dejar de considerarse que esta división es la que menos participa en la generación del VAB sectorial.



4.3 El turismo y el comercio

El aumento del número de visitantes a la Ciudad y el AGR tracciona el nivel de actividad de otros sectores, entre ellos el comercio, especialmente algunas ramas del minorista. De acuerdo un estudio del año 2003, el aumento de ventas registrados en los shoppings centers sobre todo de marroquinería, artículos de cueros, regalos, entre otros se debe en gran medida a la presencia de turismo extranjero²⁴.

Con relación a Rosario la performance de la actividad comercial se manifiesta en los nuevos espacios comerciales inaugurados en los últimos años impulsados por la fuerte recuperación económica que goza la región. Estos nuevos centros de compra por su ubicación y tamaño están dirigidos a una demanda regional y extrarregional que elige la ciudad como destino para realizar compras, además de atraer visitantes que pernoctan en la misma, aumentando la ocupación de hoteles y de bares y restaurantes.

En la Ciudad se pueden contabilizar cuatro shopping centers, además de innumerables locales ubicados a lo largo del centro tradicional –calles Córdoba, San Martín y aledaños- y

²⁴ Según la Encuesta de Centros de Compra que releva el INDEC, aproximadamente el 50% de las ventas en los shoppings centers corresponde a indumentaria, calzado y marroquinería. <http://www.mecon.gov.ar/indec/comercio>, consulta 04/10/2007.



los otros centros tales como Echesortu –centro comercial a cielo abierto²⁵-, Av. San Martín y Av. Alberdi, por mencionar los más reconocidos. Si bien cuando a fines de 2004 y en 2005 se inauguran los nuevos centros de compras, esta situación en principio impacta negativamente sobre los comercios ya instalados, pero el hecho que, por una parte, los grandes hoteles se sitúen en el radio céntrico, hizo que en un corto plazo esta situación se revirtiera²⁶ ya que en muchos casos al turista le resulta conveniente la proximidad a la hora de realizar compras y, por la otra, el centro sigue siendo un factor de atracción de personas de los diversos barrios de la ciudad y de localidades vecinas.

En el cuadro siguiente se muestra el comportamiento que ha tenido la recaudación del DREI²⁷ sobre diversas ramas del comercio minorista, las que se han seleccionado por considerarlas como las más representativas de las compras que pueden realizar los turistas, aunque de ningún modo pueden diferenciarse las adquisiciones de los residentes y de no residentes. En el cuadro no se incluyen las ferias artesanales ubicadas en diversos puntos de la ciudad, que funcionan los fines de semana y días festivos y son asiduamente visitadas por los turistas y también por los residentes.

Cuadro Nº 8 - DREI: Índice de evolución de la recaudación por rubro. Ramas seleccionadas del comercio minorista relacionadas con turismo. Base 1993 = 100					
Descripción	2002	2003	2004	2005	2006
VTA. DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO LAS DE CUERO	100,00	130,81	194,47	214,49	214,27
CARTERAS Y DEMAS ARTICULOS DE MARROQUINERIA	100,00	153,14	208,95	298,12	271,66
VTA. DE PRENDAS DE VESTIR DE CUERO Y SUCEDANEOS.	100,00	83,65	215,28	459,35	593,60
VTA. DE ARTS. PARA REGALOS. REGALERIAS.	100,00	104,94	178,32	259,70	236,91
VTA. DE ARTS. REGIONALES EN GENERAL.	100,00	114,73	142,27	192,84	135,46

Fuente: elaboración propia en base a datos de Municipalidad de Rosario - Sec. de Hacienda

El indicador de evolución muestra que las ventas han crecido en todos los rubros, destacándose el sustancial incremento que ha tenido la Venta de Prendas de vestir de cuero y sucedáneos. En tanto, los artículos regionales, si bien aumentan, lo hacen de manera modesta en comparación con ventas de los otros rubros.

²⁵ Según los dichos del Presidente de la Asociación Empresaria de Rosario .."hay que crear la conciencia del centro comercial a cielo abierto con gerentes especializados para cada barrio, de tal forma que todos tengan un color de bolsa común, envoltorio común, etc., que sirva como elemento de identificación del lugar de compras."

²⁶ En la actualidad –de acuerdo a informantes calificados- el centro comercial tradicional de la ciudad se está expandiendo hacia las calles laterales.

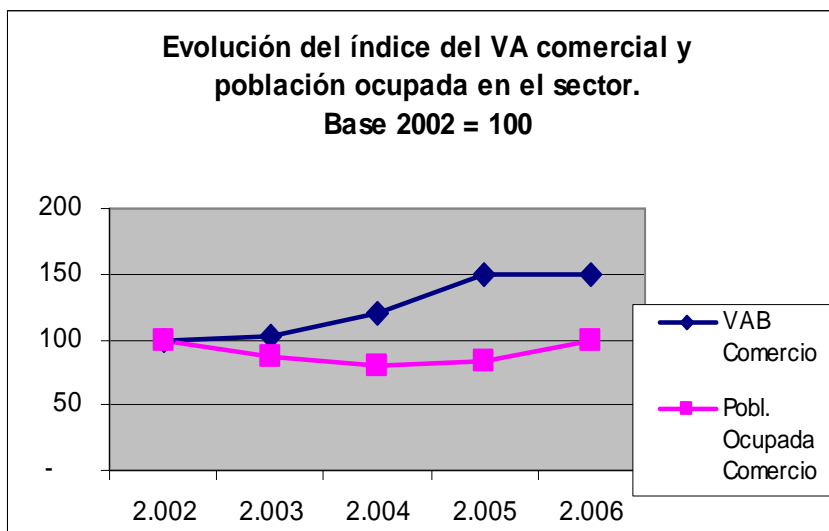
²⁷ La recaudación del Derecho de Registro e Inspección, deflactada por el IPC, permite construir un indicador que muestre una tendencia del comportamiento de la actividad, suponiendo que los contribuyentes no varíen su conducta respecto a evasión y elusión.



5. COMERCIO Y HOTELES Y RESTAURANTES COMO DEMANDANTES DE MANO DE OBRA

Teniendo presente que generalmente los servicios son, proporcionalmente, más demandantes de mano de obra que otras actividades, interesa observar si los efectos del crecimiento de estos sectores, producto en alguna medida, del incremento de visitantes a la Ciudad y la región, se traducen en aumentos del empleo. Es por ello que en este apartado se relacionan el VAB con la población ocupada en el comercio y en hoteles y restaurantes.

A tal efecto se utiliza el indicador de evolución del VA comercial y del VA de Hoteles y Restaurantes del AGR²⁸ ya presentado, y se elaboran además índices que ponen de manifiesto la evolución de la población ocupada en base a los datos proporcionados por la Encuesta Permanente de Hogares²⁹ en ambas ramas de actividad.



El gráfico anterior permite observar que, en el período bajo estudio, el crecimiento del VAB comercial no fue acompañado paso a paso por un aumento en la población ocupada, aunque sí lo hicieron las horas trabajadas.

Debe tenerse en cuenta que en la medición que realiza la EPH se incluyen los ocupados en todos los subsectores del comercio, es decir, venta y reparación de automotores, mayorista y minorista, así como también el VA por las tres divisiones mencionadas del sector.

Esta disparidad entre ambos indicadores es más acentuada en el período de postconvertibilidad que si se consideran los datos de la serie 1993 a 2006.

²⁸ Consultar Cuadros N° 2 y N° 6. Debido a que las cifras de la EPH son representativas del AGR, se considera el indicador de evolución del VAB de comercio y de restaurantes y hoteles correspondientes al AGR. Ambos indicadores tienen como base el año 2002.

²⁹ Se utilizan los datos de la EPH Puntual correspondientes a las Ondas de Octubre entre 1993 y 2002 y, luego se hace un promedio de los valores del tercer y cuarto trimestre de la EPH Continua, entre 2004 y 2006. Para el año 2003 se toma el valor de la onda mayo.

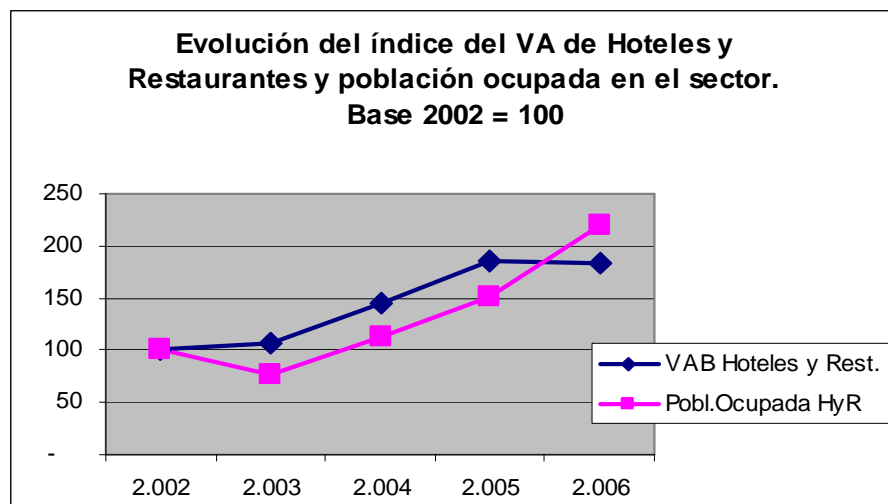


Los índices presentados deben tomarse sólo como aproximaciones que ponen en evidencia una tendencia, debido a que no es posible con los datos publicados, obtener un indicador de la evolución del empleo en las actividades del comercio minorista que se consideran más relacionadas con el turismo, como tampoco realizar la estimación de su VA dado que el mismo carecería de representatividad.

La situación se presenta diferente para el sector de Hoteles y Restaurantes cuando se comparan ambos indicadores, como se muestra en el gráfico siguiente.

Se observa que el comportamiento del empleo es más dinámico, crece de manera más acentuada la población ocupada –y no solamente las horas trabajadas- que el valor agregado por el sector, sobre todo en el último año. Es decir, durante los años de postconvertibilidad, la tendencia al aumento del empleo es mayor que la del aumento del producto sectorial. Si se realiza el mismo ejercicio, pero ampliando la serie a 1993 – 2006 se observa un patrón de comportamiento bastante similar desde fines de la pasada década.

Una explicación posible para esta situación puede ser la reestructuración que se viene produciendo en la oferta de alojamiento, con la instalación de establecimientos más grandes y de mayor categorización, los que –según las encuestas llevadas a cabo por el ISHyR³⁰-, los hoteles de mayor jerarquía declaran dar ocupación a más de 30 empleados. Algo similar se está produciendo con el incremento y diversificación en el rubro de gastronomía, no debe olvidarse que en los dos últimos años el número de locales de comida aumentó en un 62%, aproximadamente.



En general las empresas están requiriendo una mayor profesionalización de los recursos humanos. En los últimos tiempos ha aumentado la demanda laboral del sector, debido fundamentalmente a la ya mencionada apertura de restaurantes y de nuevos hoteles para brindar servicios a la mayor cantidad de visitantes para asistir a diversos eventos, congresos y convenciones.

A su vez, estos nuevos establecimientos se organizan con una administración más profesional, lo cual se traduce en requerimientos de mayor calificación de los recursos humanos a emplear, los cuales deben contar con conocimientos de administración, gestión de alimen-

³⁰ ISHyR, op. cit.



tos y bebidas, distintos servicios a los clientes, estrategias de comercialización, etc. De esta forma, se estaría produciendo una suerte de segmentación de la oferta hotelera en relación a los recursos humanos empleados, un grupo de hoteles tradicionales que tiene un personal cuya calificación es de nivel medio y bajo, junto a otro grupo con personal profesionalizado en los mandos medios y superiores.

7. EFECTOS SOBRE OTRAS ACTIVIDADES

El turismo también involucra a una serie de agentes que se ocupan de prestar servicios a los viajeros, entre ellos pueden contarse la agencias de viaje y empresas organizadoras de circuitos turísticos, particularmente las dedicadas a la recepción de visitantes.

Dado que hasta hace pocos años, Rosario y la región no formaban parte de las plazas o sitios turísticos del país, prácticamente no existían empresas dedicadas al turismo receptivo, sino que la actividad se centraba en el turismo emisor.

El cambio de escenario –el incremento de la actividad y la mejora de la situación económica a partir de la postconvertibilidad- propició la apertura de un gran número de agencias,³¹ la cuales se encargan no solamente de la recepción del pasajero, sino también de sus traslados, gastronomía y de la organización de tours dentro de la ciudad visitando los puntos más atractivos de la misma, entre ellos el Monumento a la Bandera y los diversos museos, y también, aprovechando la conexión vial Rosario – Victoria, se visita la ciudad entrerriana.

Las agencias de viajes para poder funcionar, deben contar con la habilitación de la Dirección Nacional de Servicios Turísticos, la cual exige que el titular de la misma sea un técnico idóneo; esta situación se ve reflejada en la importante demanda de capacitación en carreras afines, que ofrecen institutos de nivel terciario y universitario, e inclusive de posgrado.

Dado el perfil de la mayoría de los visitantes, esto es, por razones de negocios o el asistente a ferias y congresos, también los efectos multiplicadores del turismo se extienden hacia las empresas que ofrecen instalaciones, diversiones y espectáculos destinados a turistas. En otras palabras, el aumento de visitantes produce efectos sobre los organizadores de eventos, tanto privados como públicos.

Con las inversiones que están realizando, se ha ampliado la capacidad que contaba la ciudad para llevar a cabo ferias, congresos y distintos tipos de presentaciones de productos y proyectos que puedan ejecutar tanto las empresas privadas como organismos públicos y universidades, entre otros.

8. REFLEXIONES FINALES

El abandono de la convertibilidad a raíz de la crisis de 2001 y la consecuente depreciación del peso, crearon condiciones para un cambio en las pautas de desarrollo local en Rosario y su Región. El cambio de precios relativos además de provocar fuertes transferencias inter-

³¹ En la actualidad, de acuerdo a informantes calificados del sector, se cuentan alrededor de doce agencias de turismo receptivo.



sectoriales de ingresos, produjo una reactivación de la demanda interna que derivó, entre otros efectos, en un aumento de los gastos de consumo en bienes y servicios que realiza la población.

Rosario y la región debido a características estructurales se vieron beneficiadas por la nueva situación. En el AGR se localiza el complejo de puertos exportadores más importantes del país y ocupa una posición estratégica como nexo entre la pampa húmeda y los mercados internacionales, así como entre diversas regiones del país. Del mismo modo, opera como centro de comercio y de provisión de servicios para un vasto hinterland agrícola pampeano.

El aumento de la demanda de bienes de consumo y servicios se ve reflejado en un aumento de la actividad turística, la cual, hasta hace pocos años no era tenida en cuenta como un elemento dinamizador de la economía local.

El turismo es una actividad que involucra a varios sectores y tiene importantes efectos multiplicadores sobre otras relacionadas, tales como las que desarrollan los hoteles y restaurantes, empresas de transporte, agencias de viajes, guías turísticos, entre otras, junto a otras que, de manera indirecta, ven incrementar su actividad tal el caso del comercio.

Durante los últimos años se ha incrementado en forma significativa, el número de turistas que vienen a la ciudad de Rosario y a la región en su conjunto. Los mismos llegan motivados por diversos atractivos naturales y culturales, pero particularmente por negocios o por el desarrollo de congresos, seminarios y eventos de distinta índole.

Aproximadamente el 70% de los turistas que se alojan en la Ciudad corresponden al submercado de huéspedes de negocios, hecho que puede estar explicado porque en la zona norte del AGR se localizan las más importantes empresas exportadoras de granos, de la industria aceitera y de otras ramas que, en los últimos años, han tenido una fuerte reactivación.

Este incremento de visitantes ha producido efectos multiplicadores en el sector de Hoteles y Restaurantes y, de manera más indirecta, en el del Comercio.

A partir de 2004, el crecimiento del VA por los Hoteles y Restaurantes en Rosario es superior al registrado en todo el país. El mismo se verifica fundamentalmente en el sub sector de Restaurantes, el que en el término de cinco años prácticamente duplica al VA al inicio de la postconvertibilidad.

En el subsector de los Hoteles, también crece el VA aunque el rasgo más característico es el aumento de la cantidad de plazas, pasando de alrededor de 2.800 en 1994 a unas 6.300 en 2006. Se producen una serie de inversiones que significan la habilitación de hoteles de más categoría y nuevas modalidades de alojamiento como los hostels, bed and breakfast, entre otras.

Por el lado de la demanda, también ha aumentado la ocupación de las plazas hoteleras, creciendo un 6% en promedio, durante los últimos tres años. Paulatinamente, la demanda de alojamiento por parte de los turistas de ocio aumenta su participación, aunque está muy lejos de equilibrar a los turistas de negocios.

En el sub sector de Restaurantes, también se verifica un importante incremento en el número de establecimientos en los últimos años, acompañado por una diversificación de la oferta, orientada a satisfacer los gustos de un amplio y variado público.

Mientras en el sector Comercio, aumenta el VA prácticamente en la misma magnitud que en el ámbito nacional, especialmente la venta de automotores –el indicador muestra que en dos años más que duplica el valor del año tomado como base-.

Con referencia al comercio minorista –que estaría más relacionado con el turismo-, crece



especialmente en el año 2004 y luego se mantiene en los años siguientes. Según la Encuesta de Centros de Compra que releva el INDEC –para todo el país-, una buena parte del aumento de ventas registradas en los shoppings sobre todo de marroquinería, artículos de cuero, regalos, entre otros, se debe a la presencia del turismo. Se verifica esta situación en Rosario a través de un indicador que toma como base la recaudación deflactada del DREI y la misma muestra un importante aumento en rubros tales como prendas de vestir de cuero, artículos de marroquinería, etc.

La ocupación de mano de obra por parte de las empresas de la actividad de Hoteles y Restaurantes durante el período bajo estudio ha crecido más que el propio VAB del sector, contrario a lo que sucede en el sector Comercio, en el cual se observa que aumenta el VAB pero la población ocupada se mantiene bastante estable respecto de 2002.

Es decir, a partir de la postconvertibilidad la situación de Rosario y el AGR ha cambiado en forma notable. El cambio de precios relativos ha beneficiado, entre otros, a sectores como el comercio y los servicios al inducir un aumento en el número de visitantes y de turistas. De considerar al turismo como meramente emisor, se está pasando a considerarlo como una actividad que influye y promueve el crecimiento y desarrollo de la Región, por los importantes efectos multiplicadores que tiene sobre otros sectores de actividad.

El dinamismo que presenta el turismo en la actualidad no puede atribuirse únicamente a un cambio de precios relativos, sino que es quizá tan importante como aquel, el significativo papel llevado a cabo –en forma conjunta o separada- por las instituciones, empresas y el sector público para insertar a Rosario en los circuitos turísticos de nivel nacional.

En la actividad turística intervienen muchos agentes, por lo tanto, debería profundizarse el camino iniciado y pensar su desarrollo de forma tal que el mismo sea equilibrado “creciendo simultáneamente la capacidad de prestación de servicios de los diferentes sectores involucrados” (Saglione, G., 2004).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALL, F., IBÁÑEZ, J. y PICARDI DE SASTRE, M. (2003): “*Multiplicador turístico*”, Cód. de campo JEL: F0 – C6 (en línea), XXXVIII Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Política, Mendoza, noviembre, <<http://www.aaep.org.ar/espa/anales>>, [consulta 04/10/2007].

CEPAL / CFI / IPEC (2007): “Producto Geográfico Bruto de la Provincia de Santa Fe (1993 a 2005). Resultados preliminares”, Santa Fe, octubre, <http://www.portal.santafe.gov.ar>, [consulta 15/11/2007].

ELIAS, S., FERNANDEZ, M. y LEGNINI, C., (2003): “*Impacto del Turismo: Un análisis sectorial empírico*”, Cód. de campo JEL: O4 – 05 (en línea), XXXVIII Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Política, Mendoza, noviembre, <http://www.aaep.org.ar/espa/anales/PDF_03/Elias-Fernandez-Legnini.pdf>, [consulta 04/10/2007]



INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y CENSOS (INDEC), "Encuesta de Ocupación Hotelera, Enero – junio 2007", (en línea), < www.sectur.gov.ar/esp/prensa/gacetillas/2007 >, [consulta el 25/10/2007]

INSTITUTO SUPERIOR DE HOTELERÍA Y RESTAURATEUR, "El mercado hotelero de la ciudad de Rosario", Informe de Investigación N° 1, Rosario, 2004.

_____, "Informe de estadísticas básicas sobre el sector alojamiento en la ciudad de Rosario", Espacio ISHyR, Rosario, 2005.

ROSARIO CONVENTIOS & VISITORS BUREAU, "Anuario 2006/2007", Rosario, noviembre de 2006.

SAGLIONE, G., (2007): "Potencialidad del turismo en Rosario", Espacio ISHyR publicación del Instituto Superior de Hotelería y Restaurateur, Rosario, noviembre 2004.

SERUZIER, Michel (2003): "Medir la economía de los países según el sistema de cuentas nacionales", CEPAL - Alfaomega Colombiana SA, Colombia.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO, Facultad de Ingeniería, (2003): "Efectos del turismo en la economía", Cátedra de Economía, (en línea), <<http://fing.uncu.edu.ar/catedras/industrial/economia/archivos>>, [consulta el 12/10/2007]

FUENTES

INDEC (EPH): Instituto Nacional de Estadística y Censos, *Encuesta Permanente de Hogares Puntual (EPH), Bases Usuarías Ampliadas*, Octubre 1993 – octubre 2002.

-----, *Encuesta Permanente de Hogares Continua (EPH), Bases Usuarías Ampliadas*, 2004 - 2006.

-----, *Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)*, 2005 y 2006.