



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

# “INDICADORES DE ACTIVIDAD TURÍSTICA DE CÓRDOBA. 1993-2011”

1993-2011

INFORME FINAL

EXPEDIENTE N° 12316 00 01

2 DE OCTUBRE DE 2012



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES  
ECONÓMICAS

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS

**PROYECTO PROPUESTO A LA PROVINCIA DE CÓRDOBA**

**TÍTULO: “INDICADORES DE ACTIVIDAD TURÍSTICA DE  
CÓRDOBA. 1993-2011”**



## Contenido

<b>1. Introducción</b> .....	<b>10</b>
<b>2. Antecedentes</b> .....	<b>12</b>
<b>3. Objetivos</b> .....	<b>14</b>
<b>3.1. Objetivo General</b> .....	<b>14</b>
<b>3.2. Objetivos específicos</b> .....	<b>14</b>
3.2.1. Objetivo Especifico A.....	14
3.2.2. Objetivo Especifico B.....	14
3.2.3. Objetivo Especifico C .....	15
<b>4. Cobertura geográfica</b> .....	<b>17</b>
<b>5. Metodología y Plan de Trabajo</b> .....	<b>19</b>
<b>6. Metodología, información y literatura</b> .....	<b>22</b>
<b>6.1. Regiones turísticas de Córdoba</b> .....	<b>22</b>
6.1.1. Camino Turístico Córdoba Capital .....	24
6.1.2. Camino turístico de la Historia .....	26
6.1.3. Camino turístico de Traslasierras .....	28
6.1.4. Camino turístico de Punilla .....	31
6.1.5. Camino turístico de los Grandes Lagos .....	34
6.1.6. Camino turístico de Mar Chiquita.....	35
6.1.7. Camino turístico de Fortines, Lagos y Lagunas.....	37

<b>6.2. Definición de criterios.....</b>	<b>43</b>
<b>6.3. Repaso de la literatura y desarrollo metodológico de indicadores turísticos .....</b>	<b>44</b>
6.3.1. Experiencias internacionales .....	44
<b>6.4. Desempeño de centros turísticos nacionales .....</b>	<b>46</b>
6.4.1. Noroeste Argentino.....	48
6.4.2. Noreste Argentino.....	50
6.4.3. Cuyo .....	53
6.4.4. Centro.....	54
6.4.5. Región pampeana .....	56
6.4.6. Patagonia .....	57
<b>6.5. Selección, definición y recolección de las variables más importantes .....</b>	<b>63</b>
6.5.1. Información sobre afluencia turística .....	63
6.5.2. Información de Pernoctaciones .....	64
6.5.3. Información de capacidad hotelera utilizada.....	64
6.5.4. Recaudación Municipal de la Tasa de Comercio, Industria y Servicios .....	64
6.5.5. Ventas de entradas en cines y teatros de la Provincia de Córdoba.....	66
6.5.6. Pasajeros transportados en líneas turísticas de la Provincia .....	66
6.5.7. Pasajeros transportados desde otras provincias .....	66
6.5.8. Vehículos pasantes por peajes ubicados en la Provincia de Córdoba .....	67

6.5.9.	Movimiento aeroportuario .....	67
6.5.10.	Ventas de combustibles: tanto de gasoil, naftas y GNC .....	67
6.5.11.	Ventas de entradas en los boliches.....	68
6.5.12.	Visitantes a lugares de recreación .....	68
6.5.13.	Ingreso al Parque Nacional “Quebrada del Condorito” .....	69
6.5.14.	Recaudación de los Casinos y casas de juegos .....	69
6.5.15.	Ventas de Supermercados y Centros de Compras .....	69
6.5.16.	Inversión en hotelería y Restaurantes .....	70
6.5.17.	Empleo registrado en el sector de hoteles y restaurantes.....	70
<b>6.6.</b>	<b>Caso especial: los deflatores de las variables monetarias.....</b>	<b>71</b>
<b>7.</b>	<b><i>Etapa de diseño, recopilación de datos y procesamiento de la información.....</i></b>	<b>73</b>
<b>7.1.</b>	<b>Recopilación de información necesaria: segunda etapa .....</b>	<b>73</b>
<b>7.2.</b>	<b>Desarrollo de la base de datos provinciales .....</b>	<b>73</b>
<b>8.</b>	<b><i>Procesamiento de las series de actividad turística .....</i></b>	<b>76</b>
<b>8.1.</b>	<b>Estadísticas descriptivas.....</b>	<b>77</b>
<b>8.2.</b>	<b>Series componentes del IMATUR .....</b>	<b>80</b>
8.2.1.	Afluencia de turistas: frecuencia anual .....	81
8.2.2.	Duración de la estadía promedio .....	83
8.2.3.	Afluencia de turistas .....	85
8.2.4.	Nivel de ingresos de los turistas .....	87

8.2.5.	Medios de transporte .....	92
8.2.6.	Empleo sectorial .....	95
8.2.7.	Recaudación impositiva municipios de las regiones turísticas .....	97
8.2.8.	Préstamos bancarios al sector.....	97
<b>8.3.</b>	<b>Construcción del IMATUR.....</b>	<b>98</b>
<b>8.4.</b>	<b>Metodología de cálculo: pasos sintetizados .....</b>	<b>99</b>
<b>8.5.</b>	<b>Método de selección de las series del Indicador IMATUR .....</b>	<b>101</b>
<b>8.6.</b>	<b>El indicador base 1994=100 .....</b>	<b>103</b>
<b>8.7.</b>	<b>Fases cíclicas de la Actividad Turística de Córdoba .....</b>	<b>107</b>
<b>9.</b>	<b><i>Anexos</i>.....</b>	<b><i>111</i></b>
<b>9.1.</b>	<b>Anexo I: fuentes de información.....</b>	<b>111</b>
<b>9.1.</b>	<b>Anexo II: Información seleccionada .....</b>	<b>113</b>

## **RESUMEN EJECUTIVO**

A diferencia de otros sectores de la economía provincial o nacional donde existen indicadores del desempeño agregado de la actividad, en el turismo se dispone de algunas series o indicadores aislados sobre su comportamiento. En general, se analiza el comportamiento de la afluencia turística, pernoctaciones, ocupación de la capacidad hotelera, entre otras variables; aunque, sería importante integrar todas aquellas variables relacionadas con el sector.

La actividad turística se caracteriza por estar vinculada a múltiples sectores de la actividad económica, entre los que se destacan la industria, electricidad, gas y agua, la construcción, comercios, hoteles y restaurantes, el transporte, actividades de recreación, servicios no personales, entre otros. Es su carácter transversal lo que amerita la construcción o seguimiento del comportamiento cíclico.

El IMATUR viene a llenar un vacío actual y permitir unificar criterios sobre el ritmo de la actividad turística en comparación con el comportamiento de la economía provincial y nacional. Los usuarios que podrían beneficiarse con la construcción del indicador irían desde el sector público, hasta el sector privado, pasando por organismos vinculados al diseño de políticas turísticas, las cámaras empresarias, hasta los inversionistas actuales y potenciales interesados en expandir la oferta de servicios del sector.

El presente estudio tiene la particularidad de haber identificado un conjunto de información relacionada con el movimiento turístico, tanto desde el punto de vista de los ingresos de los turistas, el nivel de gasto que realizan, como así también el nivel de actividad y empleo que genera en la provincia de Córdoba. Al ser un indicador cíclico y con frecuencia mensual permite identificar las diferentes fases, expansivas y recesivas, que se suscitan en la actividad.

Finalmente, el IMATUR se encuentra fuertemente correlacionado con el nivel de actividad de la economía nacional; tal cual se sospechaba en un comienzo.



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

“INDICADORES DE ACTIVIDAD TURÍSTICA DE CÓRDOBA.

1993-2011”

# CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

## **1. Introducción**

A diferencia de otros sectores de la economía provincial o nacional donde existen indicadores del desempeño agregado de la actividad, en el turismo se dispone de algunas series o indicadores aislados sobre su comportamiento. En general, se analiza el comportamiento de la afluencia turística, pernoctaciones, ocupación de la capacidad hotelera, entre otras variables; aunque, sería importante integrar todas aquellas variables relacionadas con el sector.

La actividad turística se caracteriza por estar vinculada a múltiples sectores de la actividad económica, entre los que se destacan la industria, electricidad, gas y agua, la construcción, comercios, hoteles y restaurantes, el transporte, actividades de recreación, servicios no personales, entre otros. Es su carácter transversal lo que amerita la construcción o seguimiento del comportamiento cíclico.

El indicador coyuntural podría llenar un vacío actual y permitir unificar criterios sobre el ritmo de la actividad turística en comparación con el comportamiento de la economía provincial y nacional. Los usuarios que podrían beneficiarse con la construcción del indicador irían desde el sector público, hasta el sector privado, pasando por organismos vinculados al diseño de políticas turísticas, las cámaras empresarias, hasta los inversionistas actuales y potenciales interesados en expandir la oferta de servicios del sector.

Además, con el estudio se estaría cumplimentando una primera etapa de diagnóstico y comprensión del funcionamiento del sector, para posibilitar, en una etapa siguiente, el vínculo existente entre el turismo de la provincia y el de otros destinos turísticos regionales e internacionales. Para ello se recopiló información inherente al desempeño de la afluencia o actividad en otros destinos, el origen de los turistas de la provincia, sus niveles de ingresos, los medios de movilidad, el perfil de gasto o demanda de calidad de alojamiento, etc.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

“INDICADORES DE ACTIVIDAD TURÍSTICA DE CÓRDOBA.

1993-2011”

# CAPÍTULO 2

ANTECEDENTES

## **2. Antecedentes**

Los antecedentes sobre la construcción de indicadores cíclicos de la actividad turística son muy escasos en Argentina e incluso a nivel internacional. Es muy frecuente encontrar estimaciones de la cuenta satélite del sector turismo para aproximar el impacto o generación de ingreso del sector, como así también indicadores estructurales del sector.

En España poseen un indicador coincidente y varios adelantados de la actividad turística con frecuencia trimestral, dada la relevancia del sector para la economía Ibérica. Sin embargo, ese indicador utiliza variables de muy difícil disponibilidad para la medición a nivel provincial, como es el caso de la provincia de Córdoba. De acuerdo a esta experiencia se utilizan indicadores que aproximan la demanda turística, principalmente la extranjera. Las variables recopiladas son cinco

A diferencia de los estudios desarrollados en España no es posible trabajar a nivel provincial con información continua sobre los ingresos generados por la actividad; aunque si se podría trabajar con indicadores indirectos.

En la provincia se elaboraron trabajos vinculados al sector turísticos con resultados interesantes, especialmente desde el punto de vista de la recopilación de la información, tanto estructural como coyuntura. Estos trabajos provienen de la Agencia Córdoba Turismo. Además, desde la Secretaría de Turismo de la Nación y desde el INDEC se desarrolla desde el año 2005 las Encuestas de Capacidad Hotelera; donde se resume información más destacada para una muestra representativa de establecimientos hoteleros, de la demanda y oferta.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

“INDICADORES DE ACTIVIDAD TURÍSTICA DE CÓRDOBA.

1993-2011”

# CAPÍTULO 3

OBJETIVOS

### **3. Objetivos**

Entre los objetivos propuestos, se deben distinguir el general y los específicos.

#### ***3.1. Objetivo General***

Diseñar un Indicador Agregado que resuma el comportamiento de la Actividad Turística de Córdoba, junto a una base de datos sistematizada de las variables más relevantes del sector.

#### ***3.2. Objetivos específicos***

Este proyecto pretende alcanzar y cubrir numerosos objetivos específicos concatenados; entre los cuales se destacan:

##### **3.2.1. Objetivo Específico A**

Recopilación y construcción de una base de datos con frecuencia mensual y/o trimestral de series representativas de la Actividad Turística de la provincia de Córdoba

##### **3.2.2. Objetivo Específico B**

Construcción del indicador sintético de la Actividad Turística de la provincia de Córdoba con frecuencia mensual. Al mismo tiempo generar indicadores representativos de los rubros más importantes del sector, tales como alojamiento, transporte, recreación y diversión, alimentación, empleo, inversión, ventas del sector, entre otras.

### **3.2.3. Objetivo Específico C**

Generar una base de comparación de la actividad turística en los últimos 20 años de los centros turísticos más importantes del país, y algunos de Uruguay y Brasil.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

“INDICADORES DE ACTIVIDAD TURÍSTICA DE CÓRDOBA.

1993-2011”

# CAPÍTULO 4

COBERTURA GEOGRÁFICA



#### **4. Cobertura geográfica**

Como punto de partida se deben aclarar ciertas definiciones. En primer lugar que se entiende por turismo; y segundo, cuál será el área de cobertura de las zonas turísticas en la provincia de Córdoba.

Por turismo se entiende, de acuerdo a la definición de las Naciones Unidas<sup>1</sup>:

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado”.

Si bien la definición es general y muy amplia, ayuda a marcar un límite entre la persona que se mueve de un lugar a otro por motivos laborales o por motivos de ocio o negocio.

En relación al área de cobertura, se adoptará la definición de zonas turísticas utilizada por la Agencia Córdoba Turismo. Se estipula la totalidad de los centros turísticos más importantes de la Provincia, Valle de Calamuchita, Punilla y Traslasierras.

---

<sup>1</sup> Definición internacional y aceptada de turismo

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

“INDICADORES DE ACTIVIDAD TURÍSTICA DE CÓRDOBA.

1993-2011”

# CAPÍTULO 5

METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO

## **5. Metodología y Plan de Trabajo**

Si bien sería ideal contar con una cuenta satélite<sup>2</sup> del sector, ya que posee impacto sobre numerosos sectores económicos de forma directa e indirecta, se debe apostar al desarrollo de una metodología alternativa. Más aún, considerando que en la provincia no existe un indicador que permita determinar el ritmo de la actividad turística.

Entre las metodologías alternativas se encuentra la utilización de un indicador compuesto coincidente del sector, donde se combinarían las diferentes series que representen a las actividades vinculadas al turismo en la provincia de Córdoba.

El trabajo constará de cinco etapas. La primera y segunda están orientadas a la coordinación del equipo, gerenciamiento del proyecto, a la identificación, búsqueda y desarrollo de la metodología de construcción del indicador de la actividad turística de Córdoba. En esta última etapa se realizó un exhaustivo proceso de recopilación de información sobre la actividad turística brindada por fuentes vinculadas al sector, tales como: cámaras empresarias, organismos de control estatal y registros del sector público.

En la tercera etapa de trabajo se continuará con la recopilación de la información de la actividad turística de la provincia de Córdoba, un repaso de la bibliografía y metodología vinculada a la elaboración del indicador agregado de la actividad turística de la provincia, junto a los indicadores individuales que lo integran.

En la cuarta etapa se construirá el indicador de Actividad Turística de la provincia de Córdoba para el período 1993-2011, en nivel general como también en sus

---

<sup>2</sup> Se considera Cuenta Satélite, en este caso del sector turístico, a aquella actividad que si bien no se calcula como cualquier otro sector del Producto Bruto Interno, posee un impacto transversal en muchas actividades del PBI. Es así que el turismo tiene impactos en la industria, el comercio, y servicios varios. Para cuantificar su impacto se realiza un cálculo o estimación adicional.

componentes más relevantes. Luego se analizará su desempeño con los indicadores relacionados y con otros indicadores turísticos disponibles para Argentina; además de su comportamiento cíclico y tendencial.

Por último, en la quinta etapa, se confeccionará el informe final del proyecto, donde se sistematizará, ajustará y mejorará lo generado en las etapas previas.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

“INDICADORES DE ACTIVIDAD TURÍSTICA DE CÓRDOBA.

1993-2011”

# CAPÍTULO 6

METODOLOGÍA, INFORMACIÓN Y LITERATURA

## **6. Metodología, información y literatura**

La experiencia y capacidad de los consultores del equipo, junto a las pautas metodológicas que servirán de guía, garantizaron la incorporación de variables relevantes e ideas innovadoras en el proceso de definir los criterios de trabajo.

El punto de partida para el tratamiento del turismo en la provincia corresponde a la definición de las áreas o regiones turísticas de importancia de la provincia. Si bien existen algunas regiones con mayor protagonismo que otras, se recurre a la clasificación utilizada por la provincia. Por ello se resaltan las características más importantes de cada una de ellas a modo introductorio.

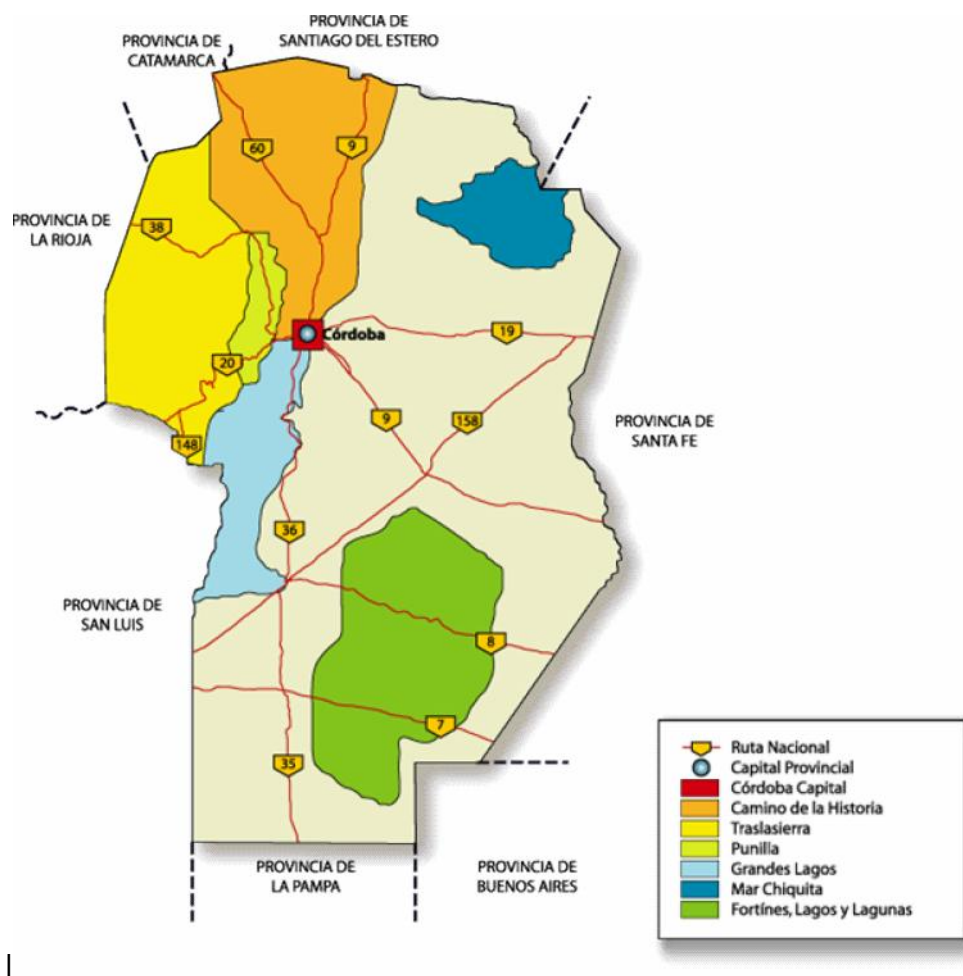
Luego de mencionar los aspectos salientes de cada una de las regiones, se presentarán algunas definiciones de importancia, un breve repaso de la literatura existente sobre construcción de indicadores del sector turístico y finaliza con la enumeración (y descripción) de las variables más importantes a considerar en el proyecto.

### ***6.1. Regiones turísticas de Córdoba***

La Provincia de Córdoba se encuentra posicionada en el centro del país, esto le permite ser un punto estratégico de actividad turística, abalado además por su inmensidad de recursos naturales, sociales, culturales y económicos que la caracterizan desde antaño. Sus límites geográficos están marcados al norte con Santiago del Estero y Catamarca; al este con Santa Fe y Buenos Aires; al sur con La Pampa; y al oeste con La Rioja y San Luis. Con un territorio de 165.321 km<sup>2</sup>, su población según el censo del año 2010 es de 3.308.876 habitantes, con una densidad de veinte habitantes por kilómetros cuadrados.

Actualmente, la actividad turística provincial se encuentra enmarcada en el Decreto 552/86, el cual divide en diez áreas turísticas dicha actividad, siendo Traslasierras, Noroeste, Norte, Mar Chiquita, Capital, Paravachasca, Calamuchita, Sierras del Sur, Sierras Chicas y Punilla. En consonancia estas áreas se encuentran entrelazadas por alguno de los siete caminos turísticos que caracterizan a la Provincia. Estos son el de la Historia, el de Córdoba Capital, el de Fortines, Lagos y Lagunas, el camino de los Grandes Lagos, el de Mar Chiquita, el de Punilla y finalmente el de Traslasierras como se aprecia en el Mapa 1.

**Mapa 1: Regiones turísticas de Córdoba**



Fuente: IIE sobre la base de Córdoba Turística.

Como se mencionó en el párrafo anterior uno de los principales atractivos de la Provincia son los Caminos Turísticos, distinguiéndose de la siguiente forma.

#### **6.1.1. Camino Turístico Córdoba Capital**

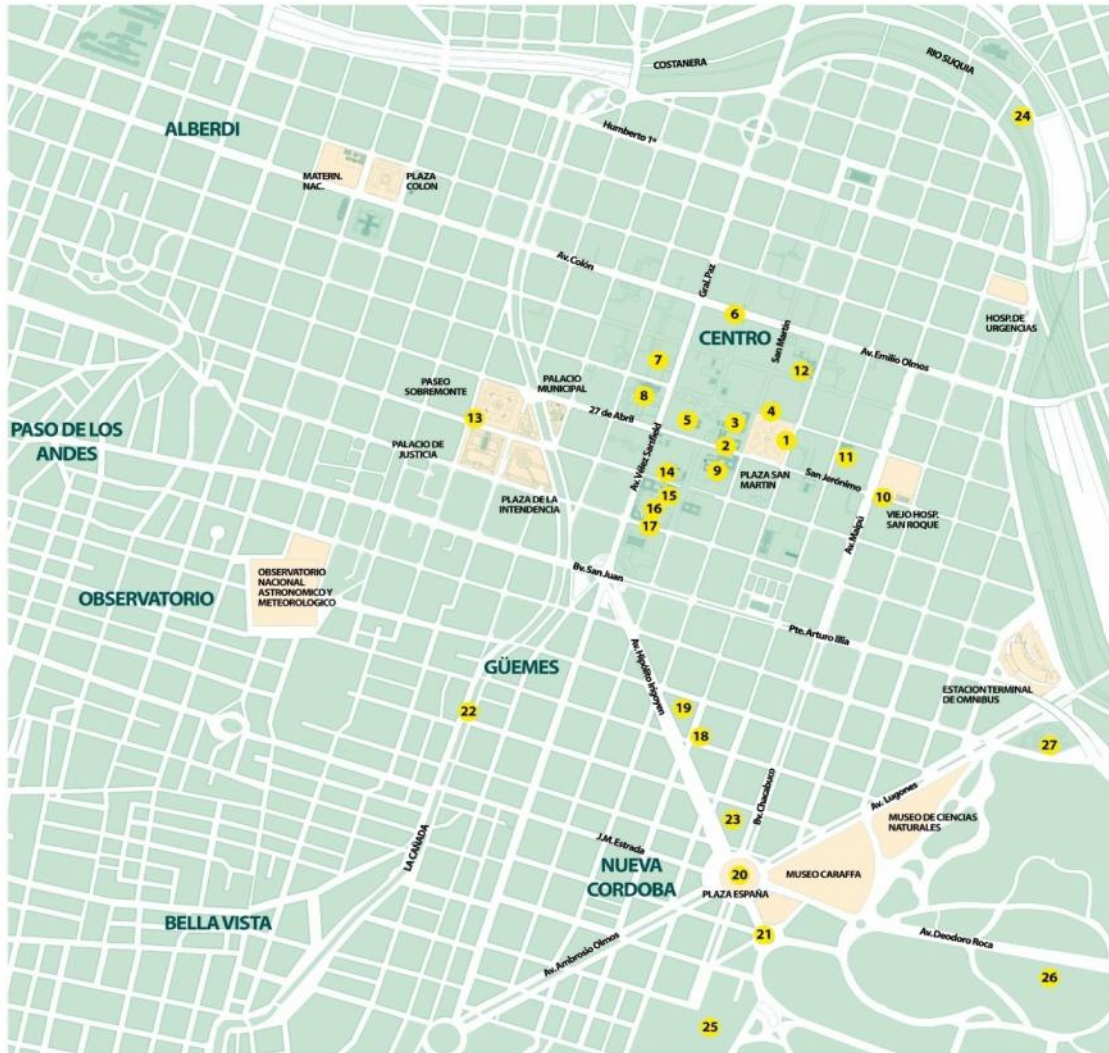
Identificado como el municipio de Córdoba, su historia y su presente conjugan la característica principal de este destino, fusionando actividades culturales, recreativas, sociales y empresariales. A esto se le suma la calificada oferta gastronómica y hotelera que permite realizar eventos de importancia, significando un gran polo de atracción turística.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) desde el año 1981 distingue a Argentina por su rico patrimonio natural y arquitectónico. La ciudad de Córdoba no quedaría atrás en la lista del Patrimonio de la Humanidad, ya que para el año 2000, la UNESCO declara como tal la Manzana Jesuítica de la Ciudad de Córdoba. Junto a este importante monumento, se destacan obras arquitectónicas únicas en la provincia como ser la Iglesia de los Capuchinos, la Catedral y la Cañada entre otras.

La oferta cultural de la ciudad continua con una variedad de teatros, espectáculos en vivo, musicales y museos que conforman un corredor cultural único en el interior. Por otra parte la disposición de un estadio mundialista y predios acondicionados permite la realización de eventos deportivos tanto de carácter nacional como internacional.



**Mapa 2: Camino turístico Ciudad de Córdoba**



- |   |  |
|---|--|
| 1- Plaza San Martín                                   | 15- Iglesia de la Compañía de Jesús                        |
| 2- Iglesia Catedral                                   | 16- Universidad Nacional de Córdoba                        |
| 3- Cabildo  | 17- Colegio Nacional de nuestra Señora del Monserrat       |
| 4- Centro Municipal de Exposiciones Obispo Mercadillo | 18- Iglesia del Sagrado Corazón de Jesús Padres Capuccinos |
| 5- Iglesia y Convento Santa Catalina de Siena         | 19- Paseo del Buen Pastor                                  |
| 6- Cripta Jesuítica Noviciado Viejo                   | 20- Plaza España   |
| 7- Museo Municipal de Bellas Artes Dr. Genaro Pérez   | 21- Museo Provincial de Artes Emilio Caraffa               |
| 8- Basílica Santo Domingo                             | 22- Paseo de las Artes                                     |
| 9- Museo de Arte Religioso Juan de Tejeda             | 23- Palacio Ferreyra                                       |
| 10- Museo Obispo Salguero/Iglesia San Roque           | 24- Río Suquia   |
| 11- Museo Histórico Municipal Marqués de Sobremonte   | 25- Casa de Gobierno                                       |
| 12- Basílica de Nuestra Señora de La Merced           | 26- Ciudad de las Artes                                    |
| 13- Paseo Sobremonte                                  | 27- Zoológico  |
| 14- Museo religioso Ob. Fray Antonio de San Alberto   |  |



Fuente: IIE sobre la base de Agencia Córdoba Turismo.

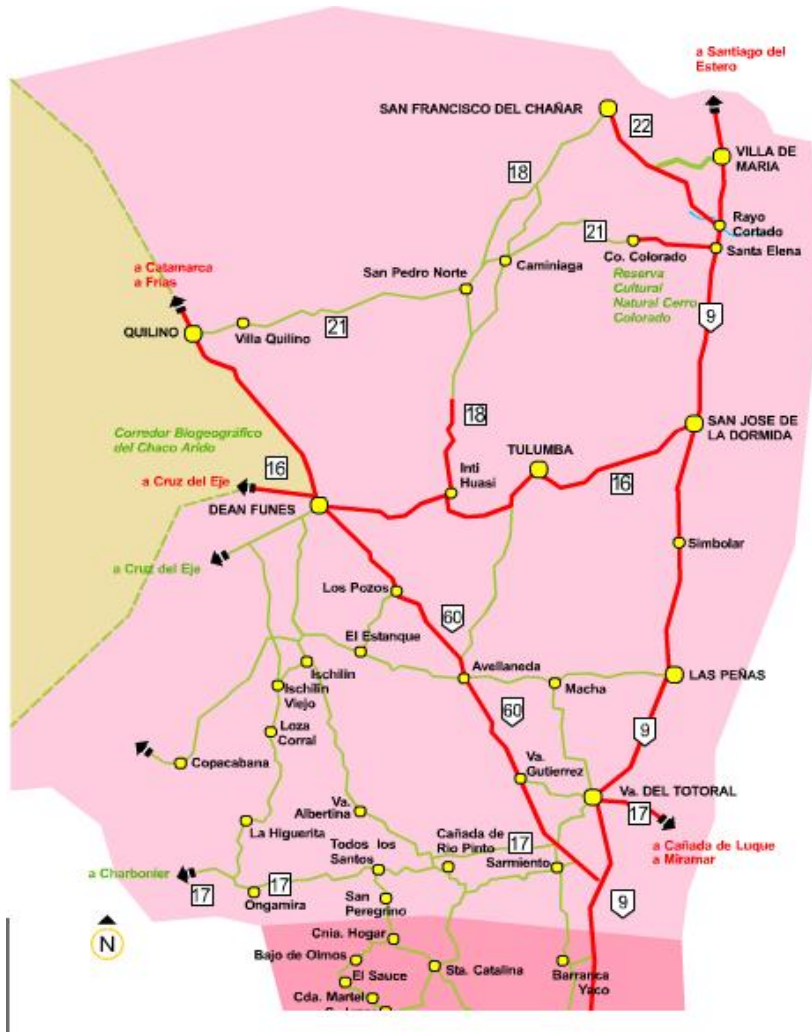
### **6.1.2. Camino turístico de la Historia**

Historia antigua y moderna se entrelazan para formar este centro de atracción. Pictografías Aborígenes, Estancias Jesuíticas, Capillas, Diques, Usinas es el rico material que nos ofrece este camino inigualable.

Existen dos áreas en este camino, Norte y Sierras Chicas. Cada una ofrece increíbles discursos que entrelazan naturaleza e intervención humana avanzando por el paso de los años que delatan la historia del forjamiento de Córdoba.

Al norte se identifican los municipios de Deán Funes, Villa de María de Río Seco, San Francisco del Chañar, Quilino, Villa del Totoral, San José de la Dormida, Villa de Tulumba y en el área de Sierras Chicas Agua de Oro, La Calera, Río Ceballos, Unquillo, Colonia Caroya, La Granja, Saldan, Villa Allende, Jesús María, Mendiolaza y Salsipuedes

### Mapa 3: Camino turístico de la historia. Área Norte



Fuente: IIE sobre la base de Agencia Córdoba Turismo.

Mapa 4: Camino turístico de la historia. Área Sur



Fuente: IIE sobre la base de Agencia Córdoba Turismo.

### 6.1.3. Camino turístico de Traslasierras

Este camino está caracterizado por un marcado contraste geográfico de volcanes, túneles y sierras que encierran ríos y cascadas de lo más variadas, configurando bellezas naturales únicas.

También se puede encontrar obras ingenieriles como lo son el Embalse Ing. M. A. Allende – Dique La Viña y el Dique Cruz del Eje. El valor histórico infaltable que caracteriza a nuestra provincia se hace presente mediante el Museo del Libro,

importante institución que alberga piezas originales que datan de principios del siglo XVI.

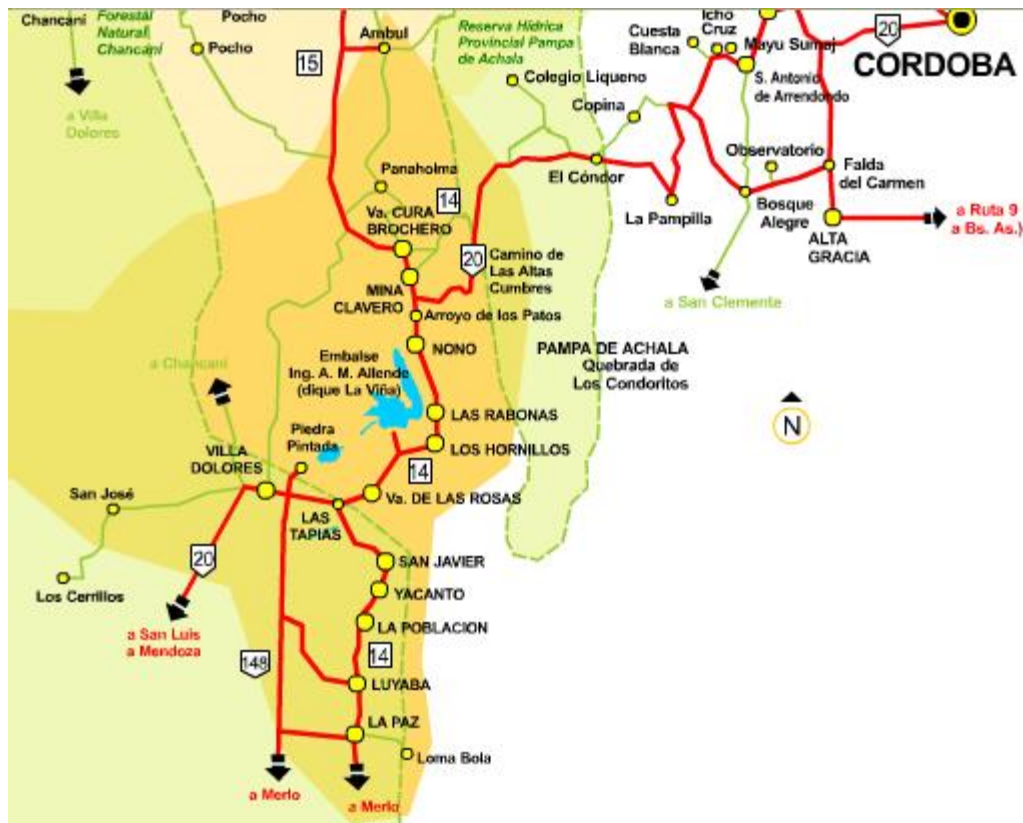
Comprende los municipios de Cruz del Eje, San Carlos Minas, Salsacate, Serrezuela, San Marco Sierra y Villa del Soto, Cura Brochero, Las Rabonas, San Javier y Yacanto, Mina Clavero, Los Hornillos, Villa de las Rosas, Nono, Las Tapias y Villa Dolores.

Mapa 5: Camino turístico de Traslasierras. Área Norte



Fuente: IIE sobre la base de Agencia Córdoba Turismo.

Mapa 6: Camino Turístico de Traslasieras. Área Sur



Fuente: IIE sobre la base de Agencia Córdoba Turismo.

#### 6.1.4. Camino turístico de Punilla

Las Sierras Chicas al este y las Sierras Grandes al oeste limitan el área de punilla que esconde historia y naturaleza como atractivos claves. El legendario Hotel Edén (1898) ícono de la historia Argentina no sólo por los cánones arquitectónicos sino también por sus misterios aún ocultos, el Dique San Roque, el Dique los Alazanes, el museo La Loma y el Camino de los Artesanos conforman algunos de los puntos clave en la oferta turística de la zona. Las actividades culturales como ser espectáculos teatrales se encuentran cada vez en mayor crecimiento caracterizando principalmente a Villa Carlos Paz como el nuevo polo teatral de Argentina.

Los municipios de Bialet Massé, Huerta Grande, Los Cocos, Tanti, Villa Giardino, Capilla del Monte, La Cumbre, San Esteban, Valle Hermoso, Cosquín, La Falda, Santa María de Punilla y Villa Carlos Paz conforman este valle.



Mapa 7: Camino turístico de Punilla



Fuente: IIE sobre la base de Agencia Córdoba Turismo.

#### **6.1.5. Camino turístico de los Grandes Lagos**

Enmarcado en el predominio del imponente Cerro Champaquí de 2.790 metros, el más alto de la provincia, el paisaje serrano se configura entre la mezcla de culturas que aún conservan sus más antiguas costumbres.

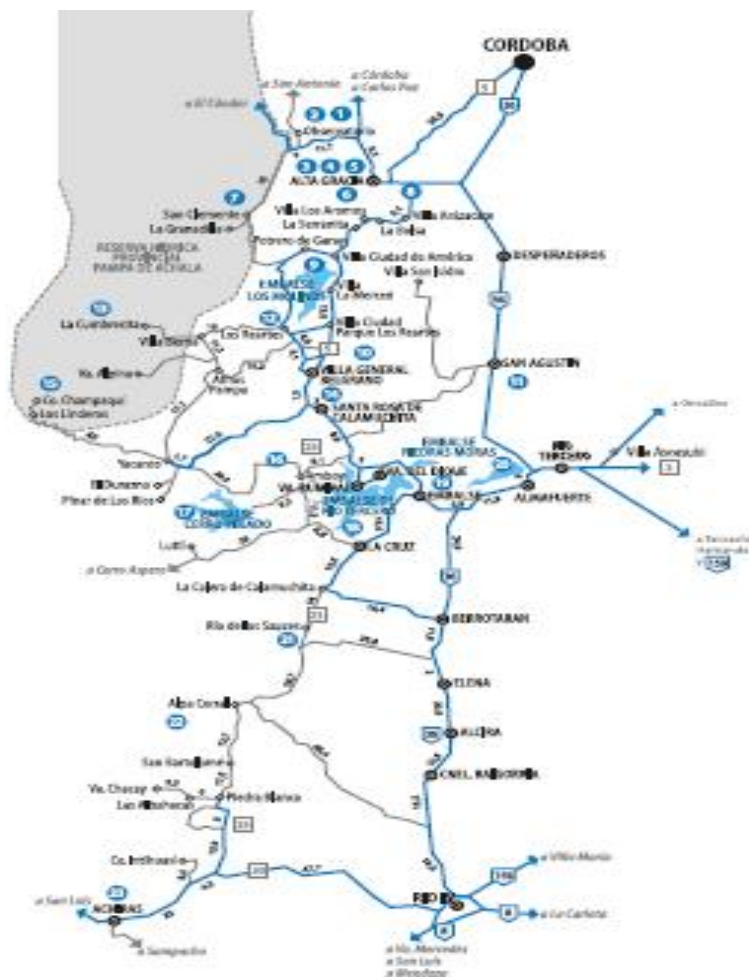
El camino se constituye con tres áreas Calamuchita, Paravachasca y Sierras del Sur (Mapa 7), en donde encierra enormes lagos y atractivos turísticos como ser el Centro Nacional de Actividades Espaciales, o la Estancia Jesuítica Alta Gracia.

Dentro de la primera área, Calamuchita, se encuentran los municipios de, Santa Rosa de Calamuchita, Villa Rumipal, Río Tercero<sup>3</sup>, Embalse, Villa del Dique, Yacanto, La Cruz y Villa General Belgrano. En Paravachasca Alta Gracia, Los Aromos, Anisacate, Valle de Anisacate y La Bolsa. Y finalmente los municipios de Achiras, Río Cuarto, Alpa Corral, Río de los Sauces y Los Cóndores en el área Sierras del Sur

---

<sup>3</sup> Se está evaluando la incorporación de Río Tercero en el área de Calamuchita.

Mapa 8: Camino turístico de los Grandes Lagos



Fuente: IIE sobre la base de Agencia Córdoba Turismo

#### 6.1.6. Camino turístico de Mar Chiquita

Situada al noreste de la provincia de Córdoba, la zona, siendo una provincia sin salida al océano, paradójicamente tiene su propio mar propio ya que en el noreste de la provincia se encuentra enclavada, en medio de una llanura, un espejo de agua salada llamado Laguna de Mar Chiquita o Mar de Ansenúza. Con una extensión 6.000 km<sup>2</sup> aproximadamente, se la considera la mayor cuenca cerrada de Latinoamérica siendo declarada Reserva Natural en 1966. Habitada por unas 320 especies de aves que

conforman el 90% de la diversidad de la provincia y el 30% de las que existen en el país. Entre los mamíferos podemos mencionar la nutria vegetariana, la corzuela, el pecarí, el gato colorado, el zorro gris, el puma, el hurón y el carpincho. En cuanto a la fauna marítima, el pejerrey predomina en su extensión.

Otro atractivo importante son las propiedades terapéuticas de sus aguas y fangos como así también Museos e iglesias. Uno de los Atractivos principales de la Ciudad es el Hotel Viena, abandonado por sus dueños a principios de la década de 1980, escondiendo una misteriosa relación con la vieja Europa de guerras.

Los municipios comprendidos son: Mar Chiquita, Balnearia, Brinkmann y Morteros.

**Mapa 9: Camino turístico de Mar Chiquita**



Fuente: IIE sobre la base de Agencia Córdoba Turismo.

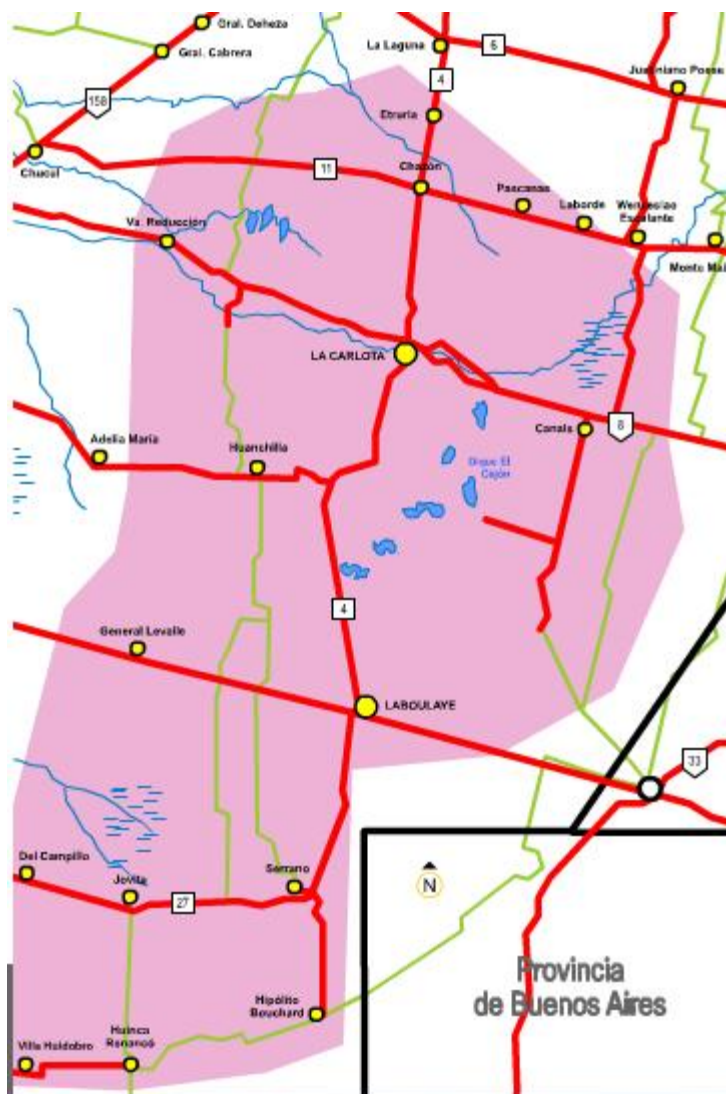
### 6.1.7. Camino turístico de Fortines, Lagos y Lagunas

Actualmente esta zona no está conformada como área turística en el marco de la reglamentación correspondiente, sin embargo su por su particular atracción es considerada una región turística con alto potencial de desarrollo.

Una región con un pasado interesante para explorar enmarcado en la historia de los pueblos originarios de los Pampas y Ranqueles, como así también un enorme territorio con riachos, bañados y lagunas.

Comprende los municipios de Cruz Alta, Laboulaye, Vicuña Mackena, General Levalle, La Carlota, Huinca Renancó y Río Cuarto, todos ellos señalizados en el Mapa 9.

**Mapa 10: Camino turístico de Fortines, Lagos y Lagunas**



Fuente: IIE sobre la base de Agencia Córdoba Turismo.

Entre los caminos turísticos mencionados, la Provincia ofrece al visitante quince productos turísticos, como así también un polo económico y productivo. Estos son:

- Ecoturismo: comprende las actividades desarrolladas en torno al contacto con la naturaleza. En la provincia se puede disfrutar del avistaje de aves y el safari fotográfico. Las principales reservas naturales son: la Reserva Natural Cerro

Colorado, El Parque y Reserva Natural Chancaní, el Parque Nacional Quebrada del Condorito y la Reserva Hídrica Provincial Pampa de Achala, Reserva Natural de Fauna “La Felipa”, Reserva Hídrica Natural Parque la Quebrada, Reserva Natural de Bañados del Río Dulce y la Laguna Mar Chiquita y finalmente la Reserva provincial de uso múltiple “Salinas Grandes”.

- Golf: las propias características geográficas de la provincia, posibilitan una amplia variedad con más de 25 campos de golf. Dicha actividad demanda una adecuada infraestructura con servicios de alta calidad combinados con otras actividades turísticas.
- Pesca Deportiva: los ríos y arroyos cordobeses ubicados entre 1.000 y 2.000 metros sobre el nivel del mar ofrecen grandes recursos pesqueros sobre todo para la pesca con mosca. No obstante esta actividad es puramente deportiva, siendo protegida y custodiada por los guardapescas.

El confort y servicio para los pescadores cada día es mayor, conjugando naturaleza y comodidad para la mejor estadía recreativa.

- Rutas Alimentarias: es un recorrido que consiente en conocer los procesos de elaboración y degustar de productos agropecuarios e industriales característicos de la región. Entre los productos más destacados se encuentran salames, quesos comunes y de cabra, aceites de oliva, miel, dulces, alfajores, vinos y cabritos. Las principales rutas son:
  - Ruta de los chacinados y quesos
  - Ruta de los sabores de los valles
  - Ruta del cabrito y de la frutihorticultura
  - Ruta del olivo

- Ruta del maní
  - Ruta del vino
- Turismo Cultural: los recursos artísticos e históricos definen a nuestra provincia hace centenares de años. Desde el arribo de la Orden Jesuítica en 1599 a Córdoba comenzó a configurarse como un centro histórico en la conformación del Estado Argentino, hito reconocido en el año 2000 por la UNESCO incluyendo el "Camino de las Estancias Jesuíticas" y "La Manzana Jesuítica" en la Lista de Patrimonio de la Humanidad. La riqueza arquitectónica que recorre movimientos urbanísticos y artísticos a lo largo de la historia, la convierten en un atractivo único.
- Turismo de Aventura: comprende la exploración y viajes alejados de los centros urbanos donde se disfruta del contacto con la naturaleza sin las comodidades de la vida cotidiana. Dentro de las actividades en las Sierras cordobesas se encuentran: Ascensión, Avistaje de Flora y Fauna, Buceo, Cabalgatas, Caminatas, Ecoturismo, Escalada, Vuelo Libre, Trekking, Supervivencia, Overland y 4x4 y Mountain Bike.
- Turismo Rural: es una actividad turística desarrollada en un espacio rural, con la finalidad de disfrutar de la tranquilidad y comodidades de las pequeñas localidades. Las instalaciones suelen ser antiguas, hoteles de campo, posadas rústicas o estancias. Entre los principales parajes cordobeses se encuentran Nono, Pampa de Achala, Ascochinga, San Marcos Sierras, Cruz del Eje, etc.
- Córdoba Norteña: este camino conjuga historia y naturaleza, escondiendo detrás místicas historias de la formación del Estado Argentino, como la emboscada al Caudillo Facundo Quiroga y la muerte de Pancho Ramírez. Conforman la Córdoba Norteña los municipios de Villa de Totoral, Deán Funes, Quilino, Las Peñas, Villa del Valle de Tulumba, San Francisco del Chañar, San Pedro Norte,



San José de la Dormida, Rayo Cortado, Cerro Colorado, y Villa de María del Río Seco

- **Congresos, Ferias y Eventos:** el excelente alojamiento de cuatro y cinco estrellas, centros de convenciones, shoppings, centros comerciales, oferta cultural y nocturna, forman el escenario ideal para la realización de congresos, ferias y eventos de todo tipo. Existe actualmente el Córdoba Convention & Visitors Bureau, asociación encargada de la promoción y marketing de congresos y eventos, proporcionando calidad y prestigio a los mismos.
- **Turismo Idiomático y Académico:** el tradicional prestigio académico de la Universidad Nacional de Córdoba, así como también el alto nivel académico de las universidades privadas, brindan el espacio ideal como centro de desarrollo y capacitación intelectual elegido por más de miles de estudiantes. Por otra parte, el turismo idiomático es un recurso cada vez más utilizado en busca de aprender un idioma, su cultura, relacionarse en un nuevo ámbito y conocer diversos destinos que hacen al bagaje cultural al momento de aprender una nueva lengua. Por todo esto, sumado a las diferentes ofertas turísticas de la provincia, Córdoba se convierte en una opción más que atractiva para este tipo de turismo.
- **Fiestas y Festivales Populares:** la convergencia de culturas, tradiciones y costumbres disponen el conjunto ideal para celebrar las ya tradicionales fiestas populares que caracterizan a la Provincia de Córdoba y se van convirtiendo año tras año en el evento infaltable en toda agenda turística. Entre las más populares encontramos los festivales de Jesús María y Cosquín, la Fiesta de Las Colectividades de Alta Gracia, la Fiesta del Salame de Oncativo y la Fiesta de la Cerveza u “Oktoberfest” de Villa General Belgrano.
- **Turismo Religioso:** su fuerza motora principal es la Fe. Implantado con fuerza en Europa y Latinoamérica, desde hace algunos años cobra cada vez mayor

importancia en nuestra provincia gracias a la gran cantidad de templos, capillas e iglesias testimonio en gran cantidad de casos de la época colonial.

- Turismo Minero: entre sus tantas bellezas naturales, Córdoba posee importantes regiones donde se localizan importantes sitios arqueológicos. En el pasado, éstos fueron hogar de las diversas culturas prehispánicas de la región, guardando testimonio hasta la actualidad de su paso por el territorio. Por lo tanto permite reconocer en las altas paredes rocosas, y sus distintas formaciones, la historia de las sierras cordobesas y de la tierra misma.
- Turismo Salud: spa y tratamientos médicos no estacionales, son el ámbito ideal para tratamientos preventivos y curativos de la salud humana. A ello se le suma climas específicos de la provincia como ser Capital, Sierra Chica, Mar Chiquita, Punilla, Traslasierras, Paravachasca y Calamuchita, proporcionando confort y tranquilidad ideal para el tratamiento.
- Turismo Cinegético: es la actividad desarrollada por un cazador nacional o extranjeros en áreas donde se permite la caza de fauna silvestre en un entorno natural. Desde el 2008 logró posicionarse en la provincia logrando adherir mas de 20 instituciones a TU.CI.COR; organización específica del área. La demanda de este producto se caracteriza por estar vinculada a un mercado sofisticado con alto poder adquisitivo y muy exigente en la calidad de los servicios.

Este rápido panorama permite observar la amplia diversidad de productos que ofrece la provincia en materia turística brindando un complejo panorama de oferta al visitante, satisfaciendo las diversas y amplias necesidades de los turistas. La actividad turística representa hoy un importante ámbito de crecimiento económico en el mundo, y claro Córdoba no es una excepción.

Cabe consignar que si bien el objetivo del proyecto consiste en la construcción de un indicador agregado, se pondrá énfasis en la construcción de indicadores de desempeño sectoriales o particulares.

## **6.2. Definición de criterios**

En esta etapa se definen los criterios sobre los que se realizará la selección de las variables a considerar para la construcción del Indicador de Actividad Turística de la provincia de Córdoba; así como las variables y criterios que hacen comparables con información de similar naturaleza del ámbito provincial y nacional. Dichos criterios son consensuados entre el equipo de profesionales y el comitente con el fin de obtener indicadores que cuenten con un valor confirmatorio y predictivo acerca de la realidad.

Por tal motivo se enuncian algunos de los aspectos relevantes a ser analizados:

- Periodicidad y disponibilidad de los datos. Se requiere que Información preferentemente con frecuencia mensual; o en su defecto con frecuencia trimestral. Aunque se debe aclarar que mucha información, como la organización de ciertos eventos, solamente tienen frecuencia anual.
- Representatividad de las diferentes actividades que puedan captar el movimiento turístico en la provincia. La información debe tener estricta relación con el desempeño de ciertos comportamientos de las actividades turísticas, tanto desde el lado de la oferta, demanda como del gasto realizado.
- Grado de relación entre la variable y el sector al que representa. Cuanto más directa relación posea la variable se logrará una mejor captación de la actividad turística.

- Propiedades estadísticas de la serie. Series continuas (sin datos faltantes) de ágil actualización de permanente y con el menor rezago posible en su difusión. Esto redundará en una mejor y rápida actualización del indicador agregado y de los indicadores sectoriales o particulares. Además, como fuera consignado, es deseable una cobertura lo más extensa posible del periodo bajo análisis.

### **6.3. Repaso de la literatura y desarrollo metodológico de indicadores turísticos**

El sistema de indicadores mensuales del ciclo económico fue desarrollado en E.E. U.U. por el National Bureau of Economic Research (NBER), poco después de la Gran Depresión. Para medir el ritmo de la actividad del sector turístico, por ejemplo en países europeos o de centro América se utiliza el dato de afluencia o de generación de divisas. A nivel nacional se utilizan diversos indicadores asociados a la afluencia de turistas en los centros turísticos más importantes, nivel de ocupación de la capacidad hotelera, entre otros. Es por ello que el presente informe encierra un objetivo ambicioso en cuanto a desarrollar un indicador que resuma el desempeño del sector de forma global para la provincia de Córdoba.

#### **6.3.1. Experiencias internacionales**

Uno de los trabajos que se utilizarán como referencia, por la similitud y naturaleza con el objetivo del presente estudio, es el Indicador ISTE (Indicador Sintético de Turismo de Exceltur) elaborado por la oficina de Turismo Exceltur. Dicho indicador utiliza una metodología de indicador compuesto donde resume el comportamiento de: capacidad hotelera, afluencia de turistas, gasto realizado, movimiento de pasajeros, las expectativas de los consumidores, nivel de ingresos de los países de origen de los turistas, entre otras variables.

En América Latina, para citar algunas referencias, CEPAL elaboró un conjunto de indicadores de competitividad del sector turismo, aunque no son de similar naturaleza al objetivo del trabajo.

El Mercado Común del Sur se encuentra ubicado en el extremo de América del Sur, compuesto por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. Representa una zona turística por excelencia debido no sólo a sus recursos naturales, sino también a la vasta infraestructura desarrollada a través de los años. Actualmente y bajo en contexto de crisis mundial, el Turismo representa una fuente alternativa de desarrollo y participación ciudadana en el proceso de integración regional.

La importancia de utilizar el Turismo como fuente de desarrollo e integración, se aprecia en el porcentaje de movimiento intra-regional, estimado en un 50%<sup>4</sup> sumando a Chile como país vecino y asociado al bloque integracionista. Por otro lado, la cercanía geográfica es un factor decisivo a la hora de la movilización, favoreciendo ampliamente a Argentina ya que comparte frontera con seis países generando una expulsión constante de turistas hacia ellos, como también recibiendo visitantes de manera heterogénea.

En vistas a lo destacado en los párrafos anteriores, se aprobó para finales del 2009 el proyecto que estableció la creación del Fondo de Promoción de Turismo del Mercosur, con el principal objetivo de ser “un instrumento de gestión financiera que tiene el objetivo de promover en forma conjunta el turismo hacia el MERCOSUR en terceros países. El mismo estará constituido por las contribuciones ordinarias de los Estados Partes y por la renta financiera generada por el propio Fondo”<sup>5</sup>. Los esfuerzos de desarrollo de la Industria Turística son claros y siguen lineamientos precisos y concisos de integración regional.

---

<sup>4</sup> GARDELLA, Rodrigo; AGUAY, Eva. (2002) Impacto Económico del Turismo en el Mercosur y Chile (1990-2002). Estudios Económicos de Desarrollo Internacional. (España) AEEADE Vol. 2 Núm. 1.

<sup>5</sup> Información disponible en: <http://www.mercosur.int>

El país trasandino, como se mencionó anteriormente, representa un importante destino en la región no sólo para el turismo Intra-regional sino también para la llegada de visitantes inter-regionales.

En “Turismo, Informe anual 2010”, publicado por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile y en colaboración con el departamento de estadísticas, se informa que para dicho año, el país trasandino recibió 2.766.007 de turistas de nacionalidad extranjera, cifra superior en un 0,6% comparada con el informe publicado en año anterior. Este dato, aunque parezca minúsculo, destaca la importancia de la industria turística para Chile y la región, marcando un leve crecimiento en turismo receptivo, generando amplias repercusiones para la economía de dicho país, principalmente al ingreso de divisas.

Dada la importancia que se destaca en el párrafo anterior, Chile avanzó en la materia tras la creación de Clústeres en torno a la actividad turística logrando interconectar más de 25.000 empresas de las que se estiman emplean directamente a 160.000 personas y más de 200.000, cuando se considera el empleo indirecto según datos publicados<sup>6</sup>. A modo de ejemplo se puede mencionar el “*Clúster de Turismo de Intereses Especiales*” que comenzó con su actividad en el año 2008.

#### **6.4. Desempeño de centros turísticos nacionales**

Es importante considerar y analizar el comportamiento de la actividad turística en otros centros turísticos nacionales. Para ello se utilizaron las estadísticas de afluencia (mensual o trimestral) a dichos centros para el período 1990-2011. A los fines de tener referencia y detectar conclusiones de interés para el presente trabajo.

---

<sup>6</sup> Sepúlveda, Cristián (2001), La economía del turismo en Chile, políticas públicas y recursos humanos, Santiago de Chile

Adicionalmente se buscará recopilar información sobre el desempeño del turismo en Brasil, especialmente en las regiones más concurridas por el turista Argentino y Uruguay. El periodo de referencia será similar al adoptado para los centros nacionales; aunque la frecuencia puede ser trimestral o anual.

El análisis incluye los siguientes pasos:

1. Recopilación de estadísticas de afluencia turística en los diversos centros nacionales e internacionales del Mercosur.
2. Procesamiento de la información, ajuste estacional y comparación con los datos de afluencia turística de la provincia de Córdoba
3. Análisis exploratorio de los ciclos turísticos de los diversos centros cotejados y el crecimiento en el largo plazo

La recopilación estadística del turismo en el MERCOSUR se encuentra con resultados parciales, mientras que la información sobre el desempeño turístico de la Provincia y el resto de centros turísticos nacionales están casi completos.

Históricamente Argentina fue un centro turístico por excelencia, en donde no sólo se disfrutaba del generoso paisaje y sus recursos naturales que componen una armonía única en el mundo sino que también sus grandes obras de infraestructura que comienzan a finales del siglo XVIII y continúan durante todo el siglo XIX y XX siendo centro de atención para el turista internacional.

Por ello en el presente capítulo se esbozará un breve panorama de las zonas turísticas por excelencia en nuestro país y cuáles son los principales atractivos en cada una de ellas.

#### **6.4.1. Noroeste Argentino**

El Noroeste Argentino es un gran atractivo turístico con una diversidad de recursos históricos y naturales conformando un lugar único para el turista. Sus vestigios precolombinos, ruinas y poblados indígenas, construcciones de la conquista y la colonización, altos cerros, laderas cubiertas de cactus, valles y ríos configuran un espacio ideal.

Este tradicional territorio está conformado por las provincias de Jujuy, Salta, Catamarca, Tucumán, Santiago del Estero y La Rioja.

En Jujuy con Humahuaca, La Quiaca, Purmamarca, San Salvador de Jujuy y Tilcara; en Salta su capital, Cachi y Cafayate; Tucumán y Tafí del Valle y las capitales santiagueña y riojana son los principales destinos turísticos de las provincias del noroeste.

Respecto a las actividades turísticas los principales atractivos son el turismo histórico y natural, acompañados con actividades como trekking, rafting, parapente, cabalgatas, termas, pesca deportiva y náutica.

Sus parques y áreas protegidas datan desde la década de 1970, representan más de 490.000 hectáreas de territorio preservado. Los parques y áreas que podemos mencionar son:

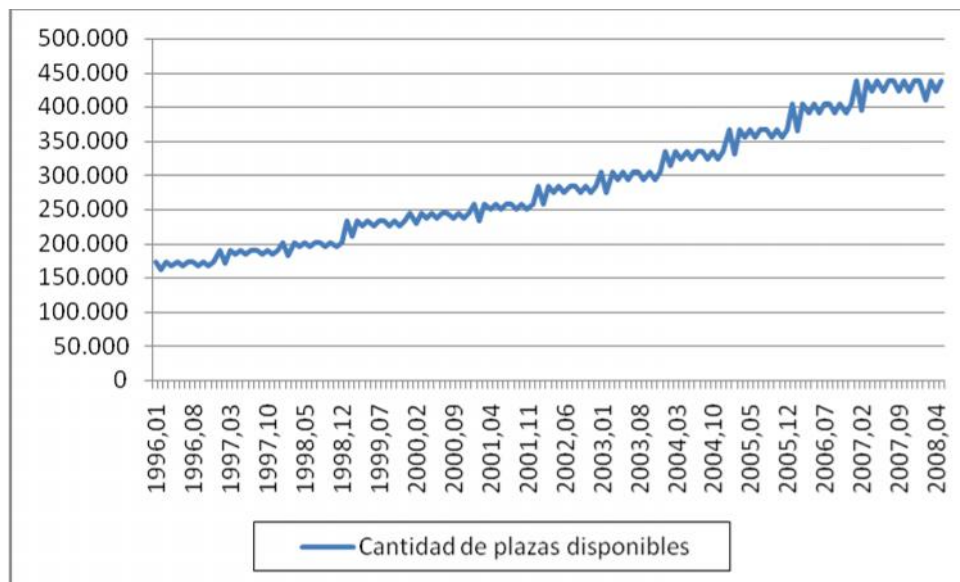
- Monumento Natural Laguna de los Pozuelos
- Parque Nacional Calilegua
- Parque Nacional Baritú
- Parque Nacional El Rey
- Parque Nacional Los Cardones



- Parque Nacional Campo de los Alisos
- Parque Nacional Talampaya
- Parque Nacional Copo

En base a datos del turismo en Salta, se puede ver el alto crecimiento en la oferta de plazas en la región, que pasó de alrededor de unas 170.000 en 1996 a 430.000 en 2008, es decir que creció más del 150% en estos doce años.

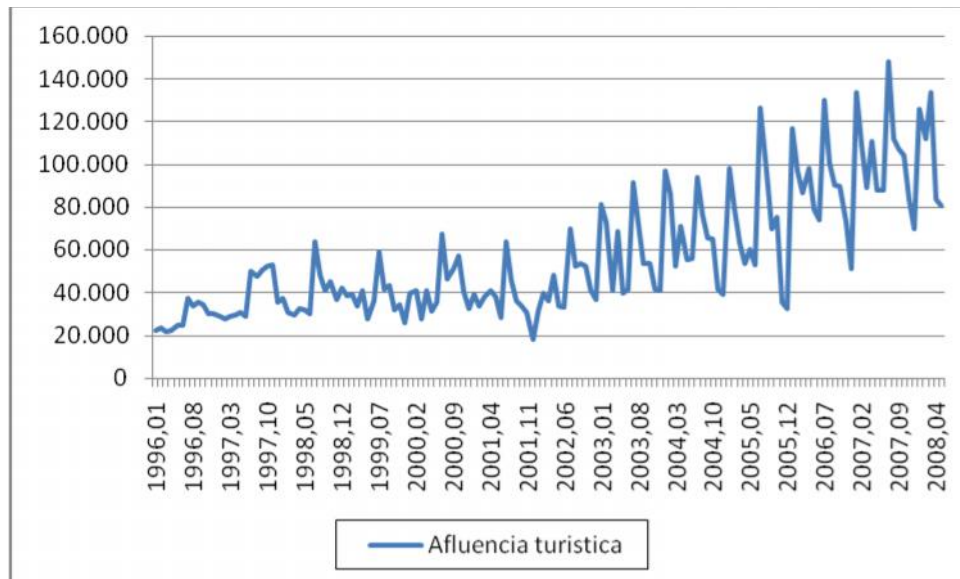
**Gráfico 1 - Plazas disponibles en Salta. 1996,01-2008,05**



Fuente: IIE en base a Secretaría de Turismo de Salta

De igual modo la afluencia turística creció fuertemente, sobre todo a partir de 2002. Además se hizo más notoria la estacionalidad del turismo en la región, con sus picos en los meses de verano y durante las vacaciones de invierno. La afluencia turística pasó de alrededor de 30.000 personas por mes en 1996 a 100.000 en 2008, lo que significa un aumento del 233%.

**Gráfico 2 - Afluencia turística Salta. 1996,01-2008,05**



Fuente: IIE en base a Secretaría de Turismo de Salta

#### **6.4.2. Noreste Argentino**

Se compone por las provincias de Formosa, Chaco, Misiones, Corrientes, Entre Ríos, este de Santiago del Estero, y norte de Santa Fe.

La región Noreste se divide en dos subregiones: chaqueña y mesopotámica. La subregión chaqueña es una llanura boscosa plana, con clima mayormente subtropical.

La subregión mesopotámica está rodeada por dos ríos: Paraná y Uruguay, además de ser cruzada por gran cantidad de ríos y arroyos. Recibe un alto caudal de lluvias, por lo que gran parte de la región es pantanosa, presentando esteros en el sur. En la provincia de Misiones los ríos presentan saltos, rápidos y cataratas, destacándose las Cataratas del Iguazú, declaradas Patrimonio Natural de la Humanidad por la UNESCO. En el litoral de las provincias de Corrientes, Entre Ríos y Santa Fe se encuentran numerosas playas, islas y sitios para la práctica de natación, pesca deportiva y deportes náuticos. También se puede disfrutar de fuentes termales en varias ciudades.

En las dos regiones se encuentra una flora y fauna rica y variada, especialmente en los sectores selváticos subtropicales de Misiones, en los bosques y parques más templados de Corrientes y Entre Ríos como la reserva de los Esteros del Iberá.

Además de los grandes atractivos naturales se encuentran en Misiones numerosas ruinas de las antiguas misiones jesuíticas, testimonio del paso y obra de la Compañía de Jesús, declaradas por la UNESCO Patrimonio Cultural de la Humanidad. Probablemente las más imponentes son las Ruinas de San Ignacio, a 56 km de la capital provincial.

Las principales actividades turísticas de la región son trekking, rafting, cabalgatas, baños termales, pesca deportiva, paseos y actividades náuticas, avistaje de flora y fauna.

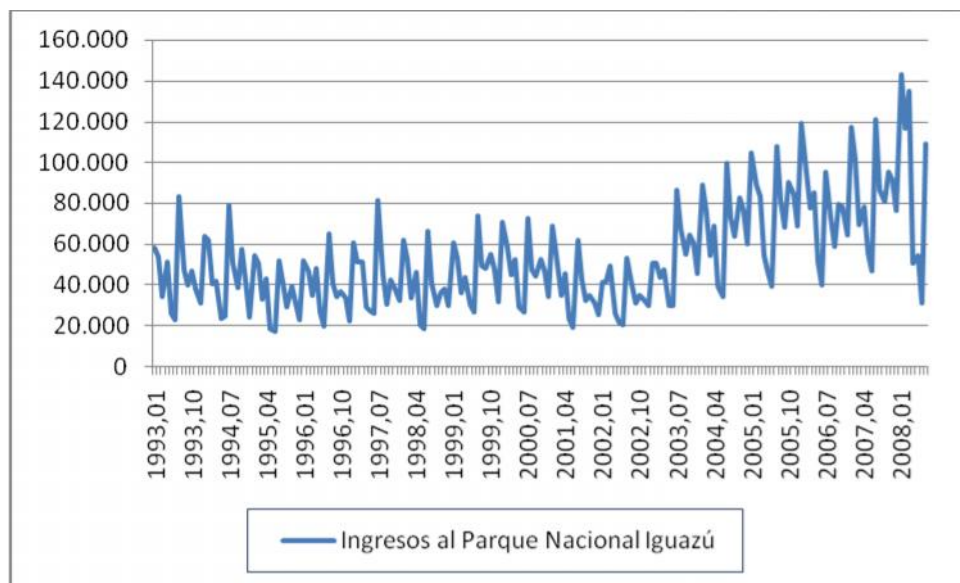
Las áreas protegidas de la región son:

- Parque Nacional Chaco
- Reserva Educativa Colonia Benitez
- Parque Nacional El Palmar
- Reserva Natural Formosa
- Parque Nacional Iguazú
- Parque Nacional Islas de Santa Fé
- Parque Nacional Mburucuyá
- Parque Nacional Predelta
- Parque Nacional Río Pilcomayo

- Reserva Natural Estricta San Antonio
- Monumento Natural Saltos del Moconá
- Monumento Natural Yaguareté

Las Cataratas del Iguazú son el principal atractivo turístico de la región. En el Gráfico 3 se aprecia la evolución de los ingresos al Parque Nacional, mostrando su notorio crecimiento después de la crisis de 2002, y llegando en enero de 2008 a superar las 140.000 personas que ingresaron al parque.

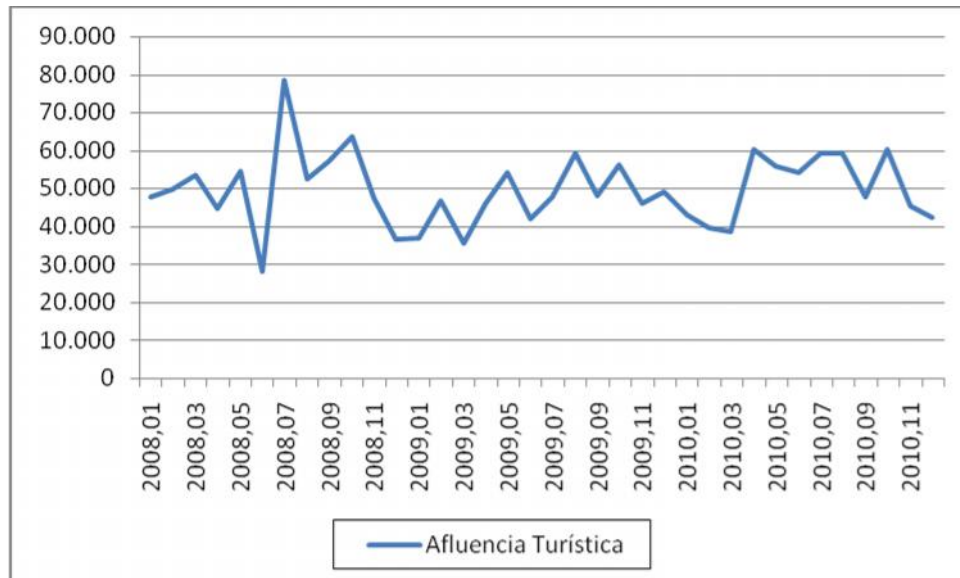
**Gráfico 3 - Ingresos al Parque Nacional Iguazú. 1993-2008**



Fuente: IIE en base a Dirección Nacional de Parques Nacionales

Otro destino de importancia es la Ciudad de Paraná; desde el año 2008 y hasta finales de 2010 se percibe una estabilidad en la afluencia de turistas a la provincia, tal cual se muestra en el siguiente gráfico.

**Gráfico 4 - Gráfico 1: Afluencia Turística Paraná. 2008-2010**



Fuente: IIE en base a Secretaría de Turismo de Entre Ríos

#### **6.4.3. Cuyo**

Se compone de las provincias de San Juan, Mendoza y oeste de San Luis. Es una región montañosa árida, pero surcada por caudalosos ríos. Mediante el uso de canales de riego se aprovechó este recurso para el desarrollo de vides, con la posterior fabricación de vinos de alta calidad.

En cuanto a la actividad turística se pueden realizar visitas a las bodegas o turismo de aventura como rafting y andinismo, principalmente en el cerro Aconcagua, el más alto del hemisferio occidental.

En San Juan, el Parque Provincial Ischigualasto (Valle de la Luna) posee restos fósiles de dinosaurios, formas geológicas, huellas y rocas erosionadas por el viento con formas llamativas. Es uno de los yacimientos paleontológicos más importantes del mundo. Fue declarado Patrimonio Natural de la humanidad.

Varios centros de esquí proporcionan una amplia oferta para deportes de invierno. Entre los centros más importantes se destaca el Valle de las Leñas.

Las principales actividades turísticas son el turismo de aventura, esquí, actividades náuticas en embalses, ríos y arroyos, trekking, rafting, parapente, pesca deportiva, avistaje de flora y fauna, turismo enológico.

Entre las aéreas protegidas en esta región se encuentran:

- Parque Nacional San Guillermo
- Parque Nacional el Leoncito

#### **6.4.4. Centro**

Es una región serrana, con cerros de mediana altura, en las provincias de Córdoba y San Luis. Cuenta con numerosos ríos y arroyos, muchos aptos para la práctica de natación, y espejos de agua artificiales, originados por represas, donde se realizan deportes náuticos.

Posee un microclima muy saludable con acciones terapéuticas probadas.

En esta región se ubica la segunda ciudad más importante del país, Córdoba, importante centro cultural, turístico, industrial y económico, y una gran cantidad de ciudades y villas turísticas, reflejo del potencial turístico de la región. Entre ellas se destaca Carlos Paz, con sus bellezas naturales sumadas a la oferta cultural y vida nocturna, La Cumbrecita y Villa General Belgrano con sus raíces y cultura centroeuropeas, además de la Fiesta Nacional de la Cerveza en esta última.

Son de gran importancia las estancias jesuíticas de la provincia de Córdoba, y la manzana jesuítica en la ciudad capital, muestra de la organización productiva de los

religiosos de la Compañía de Jesús en el país. Todos estos monumentos históricos nacionales fueron declarados Patrimonio Cultural de la Humanidad en el año 2000.

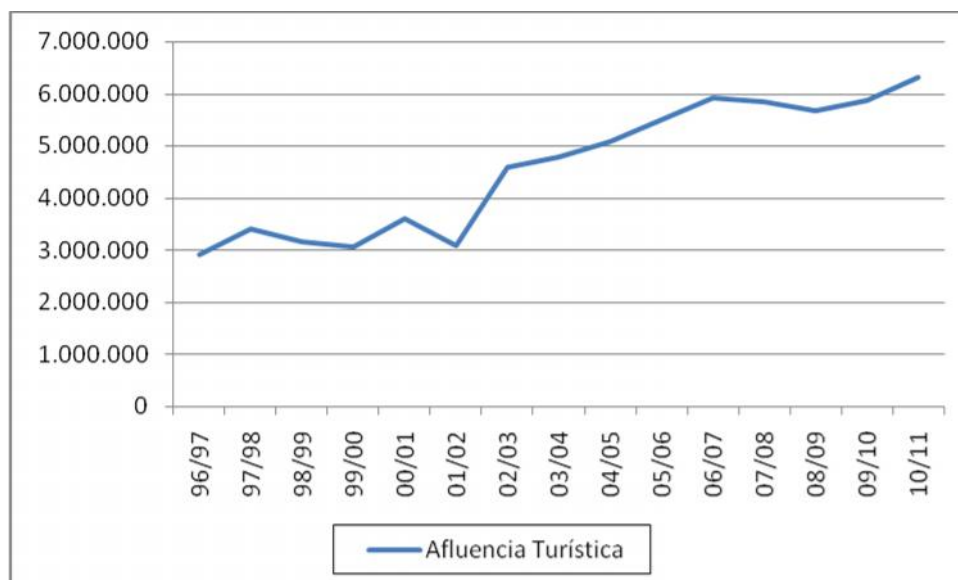
Las actividades que se pueden realizar en esta región son turismo de aventura, natación, actividades náuticas, trekking, parapente, pesca deportiva, avistaje de flora y fauna.

Entre las áreas protegidas de la región están:

- Parque Nacional Sierra de las Quijadas
- Parque Nacional Quebrada del Condorito

En el Gráfico 5 se puede observar la evolución de la afluencia de turistas a la provincia de Córdoba por temporada desde 1996/1997. Se puede apreciar el crecimiento fuerte y sostenido del número de turistas que llega a la provincia a partir del año 2002, año de crisis económica.

**Gráfico 5 - Afluencia Turística en Córdoba. Temporadas 96/97-10/11**



Fuente: IIE en base a Agencia Córdoba Turismo

#### **6.4.5. Región pampeana**

Abarca especialmente la provincia de Buenos Aires, aunque también este de La Pampa, sur de Córdoba y de Santa Fe. Es una región llana casi en su totalidad, solo interrumpida por las sierras de Tandil y de la Ventana. Conforman la zona más apta para la actividad agrícola-ganadera del país.

La ciudad de Buenos Aires, una de las más grandes del mundo, es el principal foco turístico de la región. Posee una gran oferta de atractivos, que van desde lo histórico, hasta lo cultural y moderno; ofrece museos, galerías de arte, parques, centros comerciales, y las particularidades de sus barrios característicos.

Fuera de la capital se puede realizar turismo rural, una alternativa para disfrutar de la tranquilidad y el aire puro, y degustar los tradicionales asados criollos, en estancias de arquitectura e historia variada en el corazón de la llanura.

Sobre la costa atlántica se encuentran numerosas ciudades turísticas que componen la mayor oferta de destinos turísticos de playa en la Argentina; se destaca la gran ciudad de Mar del Plata, con su oferta cultural e histórica, además de sus varios kilómetros de playas.

Las ciudades de Tandil y Sierra de la Ventana completan la oferta turística de la región con sus paisajes serranos, y su oferta de turismo de aventura.

Entre las actividades que se pueden realizar en la región se encuentran los deportes náuticos, natación y playas en la costa, turismo histórico y cultural en la ciudad de Buenos Aires, trekking y turismo de aventura en las sierras, y turismo rural.

Área protegida de la región a nivel nacional:

- Reserva Natural Educativa Otamendi



#### **6.4.6. Patagonia**

Es sin duda uno de los destinos turísticos más importantes y reconocidos de la Argentina. Compuesto por las provincias de Neuquén, La Pampa, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego, se puede dividir en dos subregiones bien definidas: la Patagonia Andina y la Meseta Patagónica.

La Patagonia Andina presenta un paisaje montañoso, alternando lagos, glaciares y bosques milenarios, protegidos por numerosos parques nacionales. El glaciar Perito Moreno, con sus 5 km de frente y 60 metros sobre el nivel del Lago Argentino es uno de los puntos preferidos.

Se destacan también la ruta de los Siete Lagos, desde San Martín de los Andes hasta Villa La Angostura, donde se aprecian siete lagos diferentes de gran belleza, y las ciudades de Bariloche y Esquel. Varios centros de esquí en la zona ofrecen una amplia oferta de deportes de invierno.

En la provincia de Tierra del Fuego, Ushuaia, la ciudad más austral del mundo, constituye un destino deseado tanto para argentinos como para extranjeros. Y en Santa Cruz, la Cueva de las Manos, representa una de las expresiones más antiguas de los pueblos sudamericanos, con casi 10.000 años de historia. Fue declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

La Patagonia extra-andina, o Meseta Patagónica, ofrece un paisaje con planicies elevadas, valles, cañadones y sierras, y un clima árido y frío. Su principal atractivo turístico lo compone la riqueza de fauna marina para observar sobre la costa atlántica (lobos y elefantes marinos, pingüinos y ballenas francas), sobre todo en la localidad de Puerto Madryn y alrededores.

El Monumento Natural de Bosques Petrificados, que permite observar el yacimiento de fósiles más grande de la Argentina, y la práctica de buceo completan la oferta turística.

Entre las actividades que se realizan en la región, las más importantes son el esquí, el turismo de aventura y escalada, trekking, parapente, rafting, pesca deportiva, avistaje de flora y fauna, y paseos y actividades náuticas.

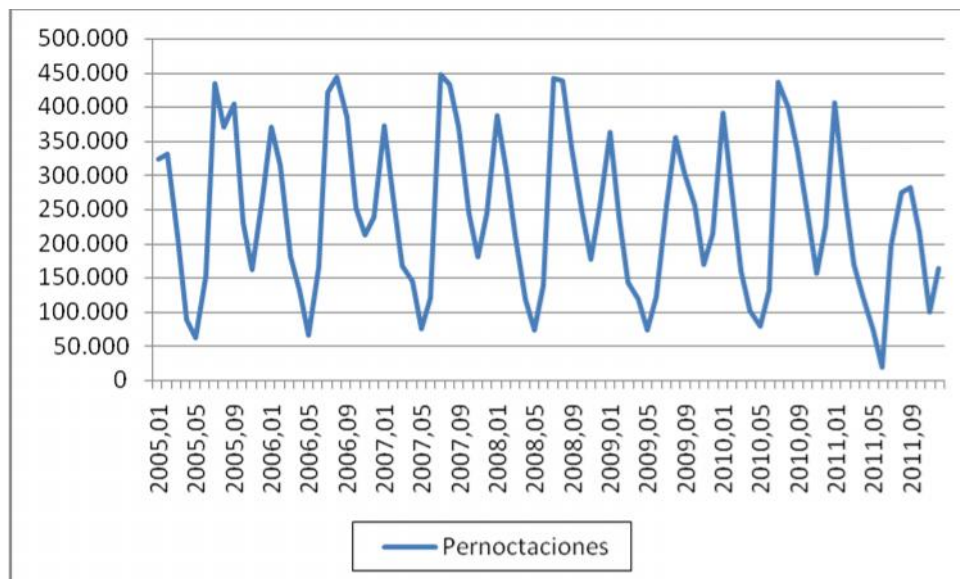
Los parques y áreas protegidas que se pueden mencionar en la Patagonia son:

- Monumento Natural Ballena Franca Austral
- Monumento Natural Bosques Petrificados
- Monumento Natural Huemul
- Parque Interjurisdiccional Marino Makenke
- Parque Interjurisdiccional Marino Isla Pingüino
- Parque Interjurisdiccional Marino Costero Patagonia Austral
- Parque Nacional Lago Puelo
- Parque Nacional Laguna Blanca
- Parque Nacional Lanín
- Parque Nacional Lihue Calel
- Parque Nacional Los Alerces
- Parque Nacional Los Arrayanes
- Parque Nacional Los Glaciares
- Parque Nacional Monte León
- Parque Nacional Nahuel Huapi

- Parque Nacional Perito Moreno
- Parque Nacional Tierra del Fuego

En el Gráfico 6 se puede observar la evolución de las pernoctaciones en la ciudad de Bariloche desde 2005, uno de los destinos turísticos más importantes del país. Aunque no se muestra una tendencia definida en la serie se puede ver claramente su estacionalidad con picos en la temporada de invierno (julio, agosto, septiembre) y en enero.

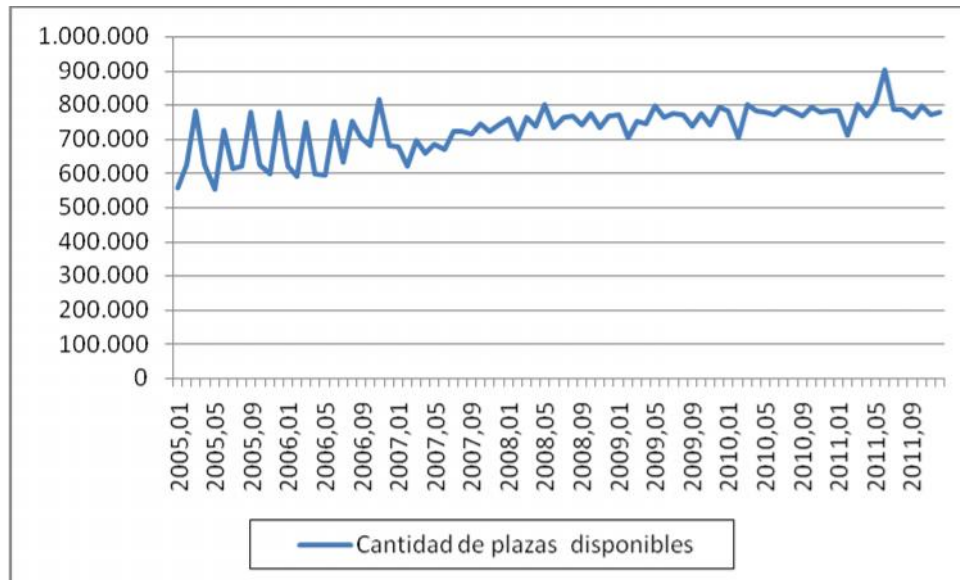
**Gráfico 6 - Pernoctaciones en Bariloche. 2005-2011**



Fuente: IIE en base a Encuesta de Coyuntura Hotelera. San Carlos de Bariloche

También se puede analizar el comportamiento de la oferta de plazas, que mostró un leve crecimiento a pesar de que la cantidad de pernoctaciones promedio por mes no cambió. Se evidencia además una disminución en la variabilidad de la oferta mes a mes.

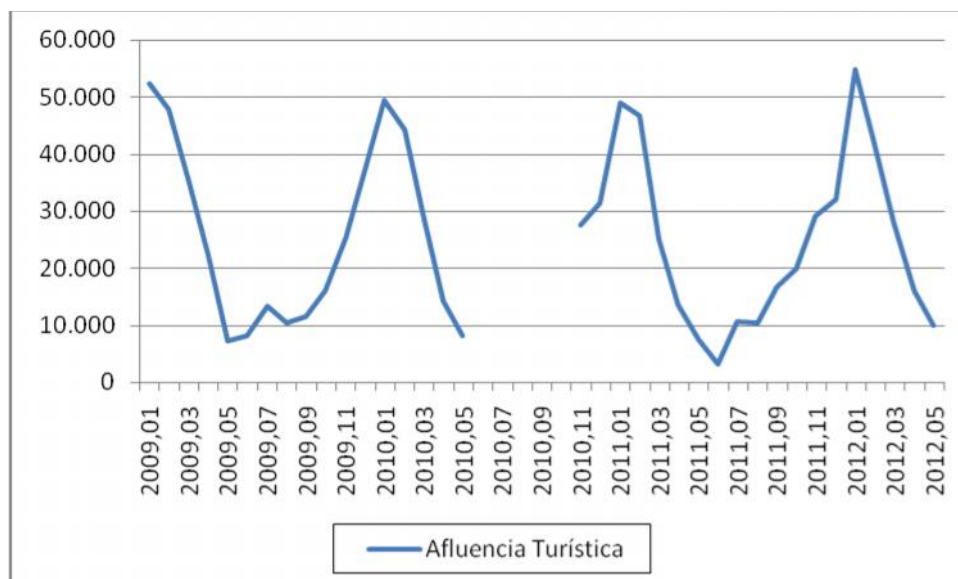
**Gráfico 7 - Cantidad de plazas disponibles en Bariloche. 2005-2011**



Fuente: IIE en base a Encuesta de Coyuntura Hotelera. San Carlos de Bariloche

Los datos disponibles para Ushuaia son aun más recientes por lo que tampoco se aprecia la estacionalidad. Se puede observar la marcada estacionalidad que presenta el turismo en esa ciudad, muy concentrado en los meses de verano.

**Gráfico 8 - Afluencia Turística en Ushuaia. 2009,01-2011,05**

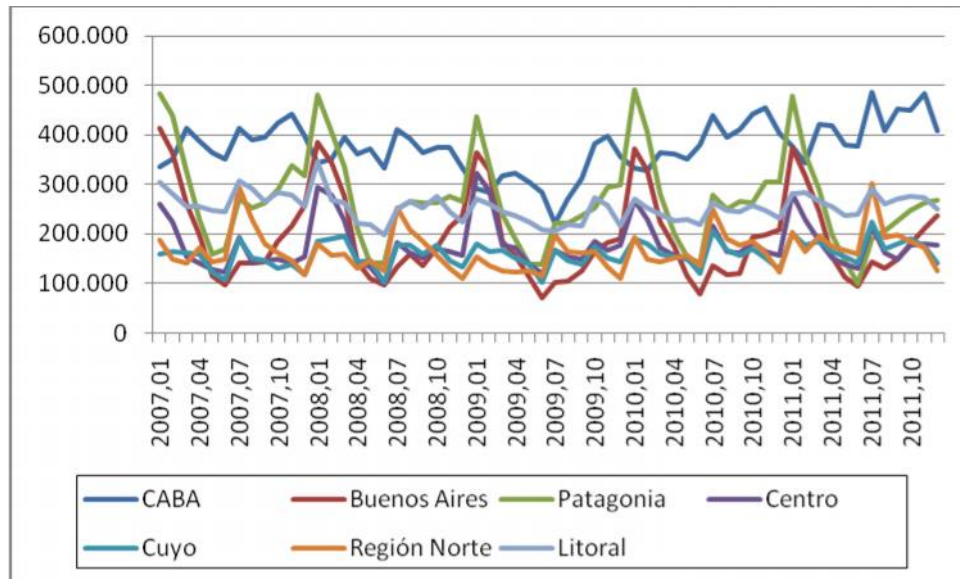


Fuente: IIE en base a Encuesta de Ocupación Hotelera, INDEC

La Encuesta de Ocupación Hotelera, realizada por el Ministerio de Turismo y el Indec, mide el impacto del turismo nacional y extranjero sobre el sector hotelero y parahotelero. En base a estos datos se puede analizar el comportamiento de variables como la afluencia turística o la oferta de plazas en las distintas regiones turísticas.

En el Gráfico 9 se puede ver la afluencia de turistas por región desde el año 2007. A pesar de ser un periodo corto y no poder observarse una tendencia en las series, se puede apreciar claramente la estacionalidad del turismo en cada una de las zonas. La ciudad de Buenos Aires recibe turistas durante todo el año de manera relativamente uniforme; las regiones Litoral y Cuyo se comportan de manera similar, con pequeños picos en los meses de verano e invierno durante las épocas de vacaciones; las provincias de Buenos Aires y Córdoba presentan un turismo fundamentalmente estival; la región Norte presenta sus picos de afluencia en los meses de invierno; y la Patagonia exhibe su mayor caudal durante el verano, aunque con gran afluencia en los meses de invierno y la segunda mitad del año en general.

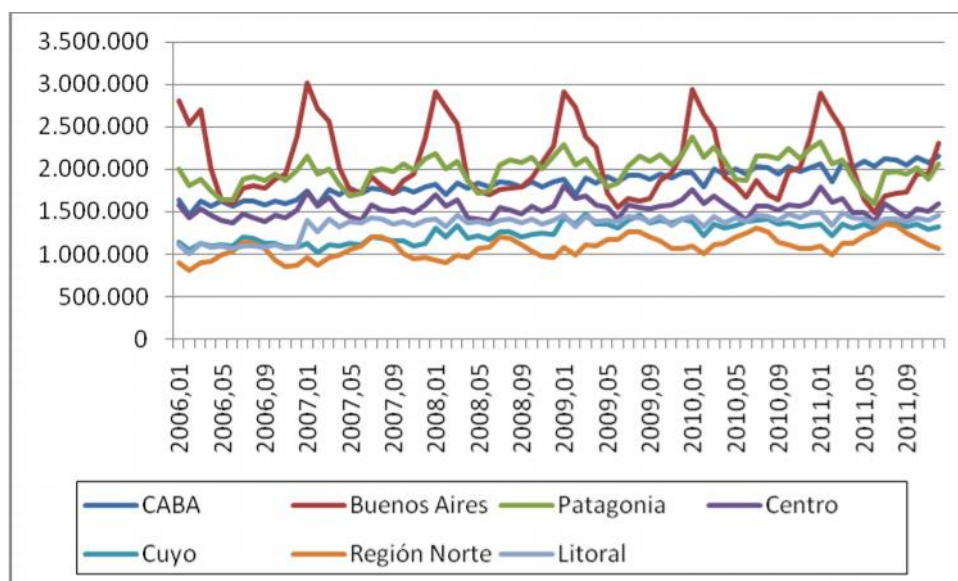
**Gráfico 9** - Afluencia turística por región. 2007-2011



Fuente: IIE en base a EOH, INDEC.

La oferta de plazas se mantiene estable en el periodo en casi todas las regiones, excepto la provincia de Buenos Aires, que muestra un importante aumento de oferta en los meses de verano, para luego disminuir en los meses con menor afluencia. En la Patagonia pasa ocurre un hecho similar, al disminuir la oferta durante el segundo trimestre del año, cuando se registra la menor afluencia.

**Gráfico 10** - Plazas disponibles por regiones. 2006-2011



Fuente: IIE en base a EOH

### **6.5. Selección, definición y recolección de las variables más importantes**

En este punto se detallan las fuentes de información que fueron consideradas en la recopilación para la construcción del indicador; luego algunas de las variables pasaron a integrar el indicador, mientras que otras fueron descartadas por no reunir ciertas cualidades.

#### **6.5.1. Información sobre afluencia turística**

Se dispone de dos fuentes de información de importancia, a saber: la Agencia Córdoba Turismo (con una cobertura más amplia en el tiempo y espacio) y el INDEC, a través de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), cuyo relevamiento tuvo inicio en el año 2004.

Si bien las metodologías de captación de la información presentan algunas diferencias sustanciales, se utilizaron ambas fuentes.

#### **6.5.2. Información de Pernoctaciones**

Similar al caso anterior, se recurrió a las dos fuentes de información. Aunque la ventaja del relevamiento de la Agencia Córdoba Turismo es posible captar las estadías de turistas en casas de familias u otras formas de alojamiento que no corresponden a hoteles.

#### **6.5.3. Información de capacidad hotelera utilizada**

Se utilizarán ambas fuentes de información, aunque aquí también se tomó en cuenta la información estructural sobre la cantidad de establecimientos hoteleros y para hoteleros disponible desde los relevamientos como los Censos Económicos o registros provinciales de turismo. El segundo dato necesario es la cantidad de plazas disponibles en cada uno de ellos, tanto en temporada alta como en temporada baja.

No obstante, a pesar de existir diferencias en cuanto a la cantidad total de plazas hoteleras y para hoteleras disponibles, se le brindó especial atención a los establecimientos más importantes y representativos. En una instancia posterior será factible corregir el posible subregistro. Pero el objetivo es captar el comportamiento cíclico de las variables, antes que su nivel.

#### **6.5.4. Recaudación Municipal de la Tasa de Comercio, Industria y Servicios**

Se definieron cinco municipios de importancia desde el punto de vista de las regiones turísticas y se recopiló información con frecuencia mensual de la recaudación de



tributos vinculados a la actividad económica dentro del ejido municipal. En muchos casos, es una forma indirecta de captar el ritmo de la actividad económica vinculada al turismo.

Entre los municipios seleccionados, se encuentran:

1. Municipio Córdoba Capital: periodo 2000-2011
2. Municipio de Carlos Paz: periodo 1995-2011
3. Municipio de Mina Clavero: periodo 2002-2011
4. Municipio de Santa Rosa de Calamuchita: periodo 1995-2011
5. Municipio de Miramar: periodo 1993-2011

Dichos tributos tienen que tener la particularidad de cobrarse en función del ritmo de los ingresos brutos, especialmente de locales comerciales y de servicios, y que no correspondan a montos fijos.

De los municipios mencionados se descartó la Ciudad de Córdoba, ya que a diferencia de los restantes, la recaudación de la tasa de comercio, industria y servicios está influenciada por actividades no vinculadas al turismo. Además el comportamiento de la actividad turística en la Ciudad se puede obtener a partir de otras fuentes de información; por ej la evolución del empleo trimestral en la actividad de hotelería y restaurantes elaborada por la Encuesta de Indicadores Laborales (EIL) del Ministerio de Trabajo de la Nación.

#### **6.5.5. Ventas de entradas en cines y teatros de la Provincia de Córdoba**

En muchos lugares, y especialmente los centros turísticos de mayor importancia, el comportamiento de los espectadores de cine y teatros permitirán captar a determinados grupos de turistas.

La información de espectadores de cines se encuentra disponible, con frecuencia mensual, para el periodo 2001-2011 y para un total de más de 20 ciudades de la Provincia. Entre ellas se seleccionarán las que tengan un mayor grado de relación con las áreas turísticas definidas inicialmente. La fuente de origen es el INCCA.

En el caso de la información de espectadores de teatros, si bien se realizaron diversas gestiones, la información remitida no cumplía con los estándares de calidad deseados para su inclusión en el estudio.

#### **6.5.6. Pasajeros transportados en líneas turísticas de la Provincia**

Una forma alternativa de captar el desempeño de la actividad turística proviene del movimiento de pasajeros en líneas provinciales entre las diferentes áreas de turismo definidas. En este caso ya se iniciaron las gestiones con la Secretaría de Transporte de la Provincia, quien regula la actividad en el ámbito provincial.

#### **6.5.7. Pasajeros transportados desde otras provincias**

Al igual que en el caso anterior, se le brindó especial atención al movimiento de pasajeros con origen en otras provincias. Esta es otra vía de arribo de turistas a las diferentes regiones turísticas de la provincia. La fuente principal de la información, es la Comisión Nacional de Regulación del Transporte (CNRT).

#### **6.5.8. Vehículos pasantes por peajes ubicados en la Provincia de Córdoba**

Para aquellos turistas que elijan como medio de transporte para arribar a los centros turísticos, el automóvil, es posible captarlos por el registro de vehículos pasantes por peajes (provinciales y nacionales); especialmente en la categoría automóviles y utilitarios. Esto nuevamente como una aproximación.

La fuente principal es el OCCOVI y el INDEC a través del Indicador Sintético de Servicios, donde uno de los componentes es la actividad de los peajes de las Rutas de Acceso a la Ciudad de Córdoba. Desde el OCCOVI se suministró información para el periodo 1993-2011, mientras que en el caso de los peajes del RACC ya están disponibles desde su aparición a finales del año 2000. Ambas series con frecuencia mensual.

#### **6.5.9. Movimiento aeroportuario**

A través del Aeropuerto “Pajas Blancas” se produce el ingreso de turistas (por motivos de ocio o de negocios, de acuerdo a la definición) y es clave incluir en el análisis.

La fuente principal de la información es la Empresa Aeropuertos Argentina 2000 quien posee un registro del movimiento de pasajeros y cargas, también así de la cantidad de vuelos disponibles por mes. La fuente remitió gran parte de la información y hasta el momento se posee la cobertura desde el año 1998 con frecuencia mensual.

#### **6.5.10. Ventas de combustibles: tanto de gasoil, naftas y GNC**

Además del peaje, una forma adicional de captar el movimiento de los autos particulares es mediante las ventas de combustibles en las diferentes regiones de importancia turística de la provincia. Desde la Secretaría de Energía de la Nación y de acuerdo a la resolución 1104/2004 es factible disponer de los volúmenes de venta mensual de combustible (por tipo) y por ciudad o localidad.

En el caso del GNC es posible obtener la información desde la distribuidora (ECOGAS) como también desde el ENARGAS.

Finalmente se descartó la información por el corto periodo de cobertura y por la volatilidad de la información.

#### **6.5.11. Ventas de entradas en los boliches**

Otra forma de captar la actividad de algunos turistas es la venta de entradas de los boliches bailables de las Ciudades más importantes de las regiones turísticas. Entre ellas Carlos Paz es la de mayor relevancia. Si bien se identificó como una posible fuente de información, las solicitudes de información no tuvieron los resultados deseados.

#### **6.5.12. Visitantes a lugares de recreación**

Se identificaron algunos lugares clave donde se concentra especialmente el turismo juvenil o de viajes de fin de curso. La mayoría de ellos localizados en Carlos Paz, entre los que podemos mencionar:

- Ventas de entradas para paseo en catamarán en Carlos Paz (turismo juvenil)
- Entrada a Pekos, Mundo Fantástico, Casa de Casper, Complejo aerosilla, Montaña mágica, en Carlos Paz, durante el resto de la temporada

Al igual que en el caso previo, no se pudo contar con la información.

#### **6.5.13. Ingreso al Parque Nacional “Quebrada del Condorito”**

Vinculado a lo anterior, se definió como importante el movimiento de visitantes al Parque Nacional Quebrada del Condorito. Ya se cuenta con la información de ingreso a dicho Parque Nacional con frecuencia anual desde el año 1997 y mensual desde el año 2003 hasta cubrir el periodo 2011 completo.

#### **6.5.14. Recaudación de los Casinos y casas de juegos**

La recaudación de las diferentes salas de juegos habilitadas en la Provincia, también proveen información sobre otra dimensión del gasto realizado por los turistas. Para ello se seleccionaron las salas apostadas en los lugares turísticos identificados en el proyecto.

La información es provista por la Lotería de la Provincia de Córdoba desde el año 2006 con frecuencia mensual..

#### **6.5.15. Ventas de Supermercados y Centros de Compras**

Existe un patrón de turista, cada vez con mayor protagonismo en los últimos años, que acude a los supermercados para aprovisionarse de mercaderías y reduce así el consumo en restaurantes o locales de comidas.

Sin embargo, la posibilidad con dicha información hasta el momento resulta difícil. Aunque se iniciaron gestiones al respecto.

Por otro lado, es de suma utilidad la información provista por la Dirección Provincial de Estadísticas mediante el relevamiento mensual que realiza en los Centros de Compras de la Ciudad de Córdoba. La información tiene su origen en el año 2011, clasificadas

por rubros de los locales. Por tal motivo se tendrá en consideración al momento de construir los indicadores agregados.

#### **6.5.16. Inversión en hotelería y Restaurantes**

Para aproximar el ritmo de crecimiento de la oferta en la capacidad hotelera e infraestructura gastronómica y servicios conexos se identificaron varias fuentes de información. En primer lugar, los datos provenientes desde la Agencia Córdoba Turismo y cámaras empresariales del sector. Segundo, la información sobre inversiones directas realizadas en el sector a través de los datos publicados por el Centro de Estudio de la Producción (CEP).

En este sentido se pudo obtener la información del Centro de Estudios de la Producción y de la Agencia Córdoba Turismo sobre las inversiones y evolución de la capacidad hotelera, respectivamente.

#### **6.5.17. Empleo registrado en el sector de hoteles y restaurantes**

Evidentemente una mayor actividad turística que se refleja en la utilización de la capacidad hotelera de la Provincia, debe manifestarse en los puestos de empleos, afectados a la hotelería, gastronomía, como también así servicios vinculados.

Se cuenta con dos fuentes diferentes de información; por un lado el SIPA (Sistema Integrado Previsional Argentino) provee información agregada del empleo registrado (asalariado) desde el año 1996 con frecuencia trimestral. Mientras que la EIL (Encuesta de Indicadores Laborales, del Ministerio de Trabajo de la Nación), presentan una cobertura trimestral de la evolución del empleo formal en el Gran Córdoba desde el año 1998.

### **6.6. Caso especial: los deflatores de las variables monetarias**

Es necesaria una etapa adicional destinada a localizar el indicador de la evolución de precios al consumidor más pertinente de la provincia de Córdoba. Dicha tarea es relevante ya que los indicadores de actividad económica son índices de cantidad, con lo cual, cuando una serie se encuentra expresada en términos monetarios hay que convertirla al poder de compra del año base y de esta forma posibilitar su comparación.

En el actual contexto existen fuertes divergencias sobre el verdadero comportamiento de los precios, tanto en publicaciones oficiales como privadas. Si bien esto representa un proyecto per se, se estipula el análisis de la calidad de medición del IPC estimado en la Ciudad de Córdoba y se realizará un análisis de consistencia con series de precios relacionadas para los rubros más relevantes de la Canasta representativa del Consumidor. El período más interesante es 2003-2010, ya que la economía posee tasas de inflación de dos dígitos.

El análisis incluyó la recopilación de:

1. El IPC Ciudad de Córdoba, Año Base 2003=100, Nivel General y por Capítulos.
2. Estimaciones de IPC de diferentes provincias del país, tanto oficiales como de consultoras privadas
3. El comportamiento de los precios de los productos de la Canasta Básica Alimentaria estimados por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Córdoba

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

“INDICADORES DE ACTIVIDAD TURÍSTICA DE CÓRDOBA.

1993-2011”

# CAPÍTULO 7

ETAPA DE DISEÑO, RECOPIACIÓN DE DATOS Y  
PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN



## **7. Etapa de diseño, recopilación de datos y procesamiento de la información**

En esta etapa, se realizó el proceso de recolección de la información de acuerdo a los criterios definidos en la etapa B. El principio rector en la construcción de los indicadores de actividad económica es la comparación entre indicadores de similar naturaleza de lugares diferentes y el análisis de su evolución en el tiempo.

Se exigió que las series tuvieran una cobertura para el período 1993-2011 en la medida de lo posible y con frecuencia mensual, ya que el principal objetivo es disponer de una medición en el corto plazo o coyuntura del sector turístico de la provincia.

### ***7.1. Recopilación de información necesaria: segunda etapa***

En esta etapa se procedió a relevar la información disponible para cada variable seleccionada y que tenga la capacidad de captar el comportamiento del ciclo económico de la Ciudad.

Esta actividad derivó en un manual de fuentes de información y detalles de las características de la información recopilada.

### ***7.2. Desarrollo de la base de datos provinciales***

La pauta establecida a priori es captar series con inicio en el mes de Enero de 1993. Dicho año es la base de las Cuentas Nacionales y regionales, con los cual es posible realizar comparaciones. Al mismo tiempo, se considera un periodo relativamente

extenso para evaluar el desempeño en el corto, mediano y largo plazo; ya que se registran a nivel provincial y nacional al menos dos ciclos económicos completos<sup>7</sup>.

En el apéndice del informe se presenta un resumen de las variables identificadas, algunas de las cuales ya se encuentran disponibles para su tratamiento, y otras que están pendientes de respuesta desde las fuentes generadoras.

---

<sup>7</sup> Se considera un ciclo económico completo desde el punto de vista de la teoría de los ciclos, al período que media entre un pico (valle) y el pico (valle) consecutivo siguiente de la serie bajo análisis. Dicha serie puede ser el PIB de la economía o cualquier otra información que muestre el desempeño de la economía; de manera agregada o sectorial.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

“INDICADORES DE ACTIVIDAD TURÍSTICA DE CÓRDOBA.

1993-2011”

# CAPÍTULO 8

SERIES DE ACTIVIDAD TURÍSTICA

## **8. Procesamiento de las series de actividad turística**

Como primera aproximación a la recopilación estadística se brindarán algunas comparaciones generales sobre el desempeño turístico de los centros nacionales más importantes, entre los cuales se encuentra la Provincia de Córdoba. Al mismo tiempo disponemos de algunas cifras de afluencia de turistas extranjeros o argentinos en centros de países vecinos, que servirán de referencia. La intención es detectar tendencias generales en el desempeño turístico; al menos desde el punto de vista de la cantidad sin ingresar en cuestiones como la calidad o gasto promedio diario.

La primera fuente de referencia o recopilación de la información es la Encuesta de Ocupación Hotelera elaborada por el INDEC. Si bien posee algunas cuestiones metodológicas que no se pueden soslayar, permite realizar una comparación homogénea entre los centros turísticos más importantes del país desde el año 2004.

Mientras que una segunda fuente de información y no siempre coincidente con la anterior, tiene que ver con el relevamiento que realizan las agencias o secretarías de turismo provinciales; que en su mayoría no utilizan metodologías de recopilación similares. No obstante ello, no se descartará dicha información.

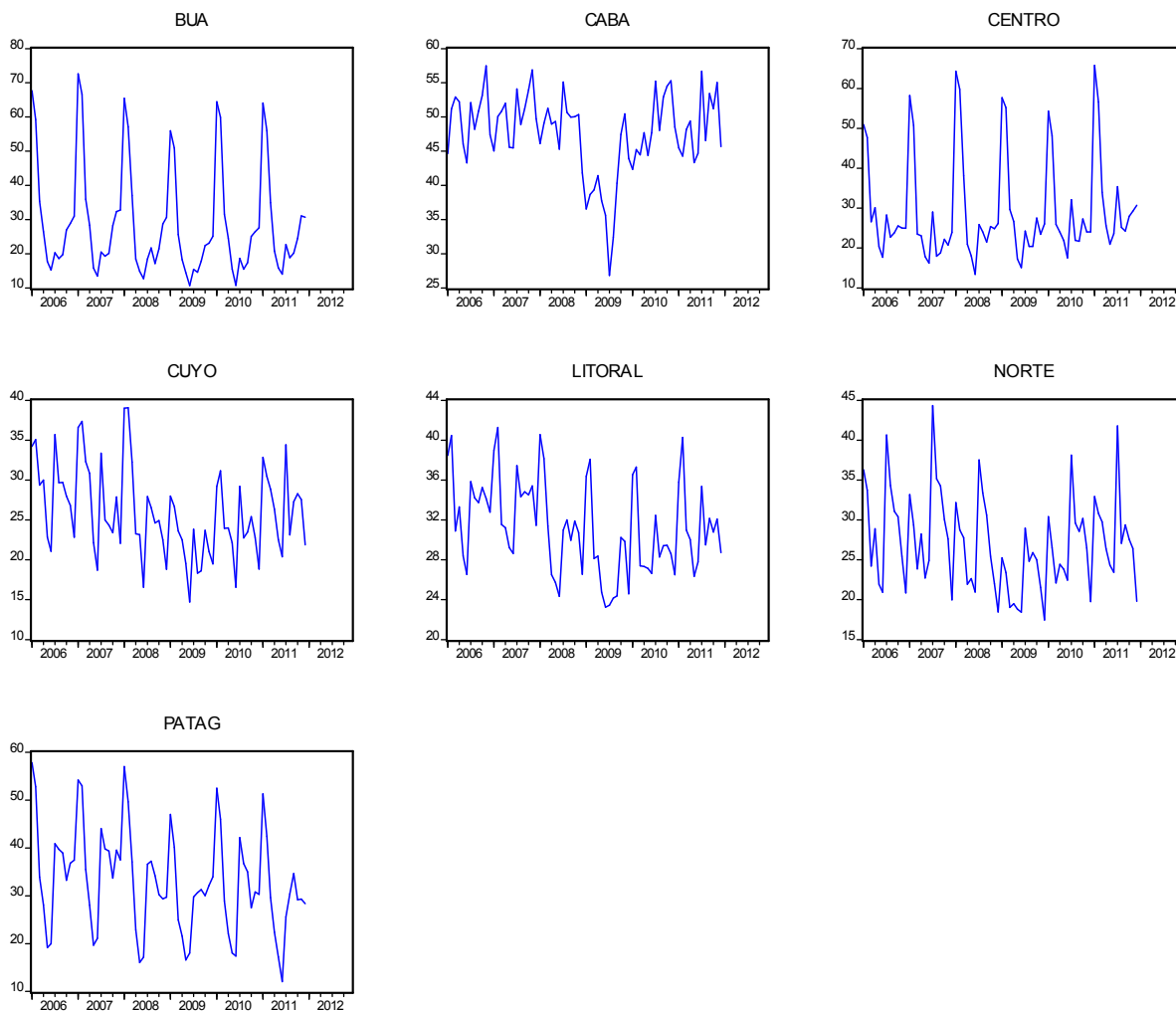
Se debe destacar que se observan cambios estructurales de importancia en el comportamiento turístico en los últimos 15 años. Principalmente en la calidad del alojamiento, gasto, duración de la estadía promedio y medio de transporte de arribo al destino turístico.

### ***8.1. Estadísticas descriptivas***

En esta sección presentamos algunos indicadores de la actividad turística de Córdoba y de algunos centros de importancia nacional para establecer algunas comparaciones muy generales.

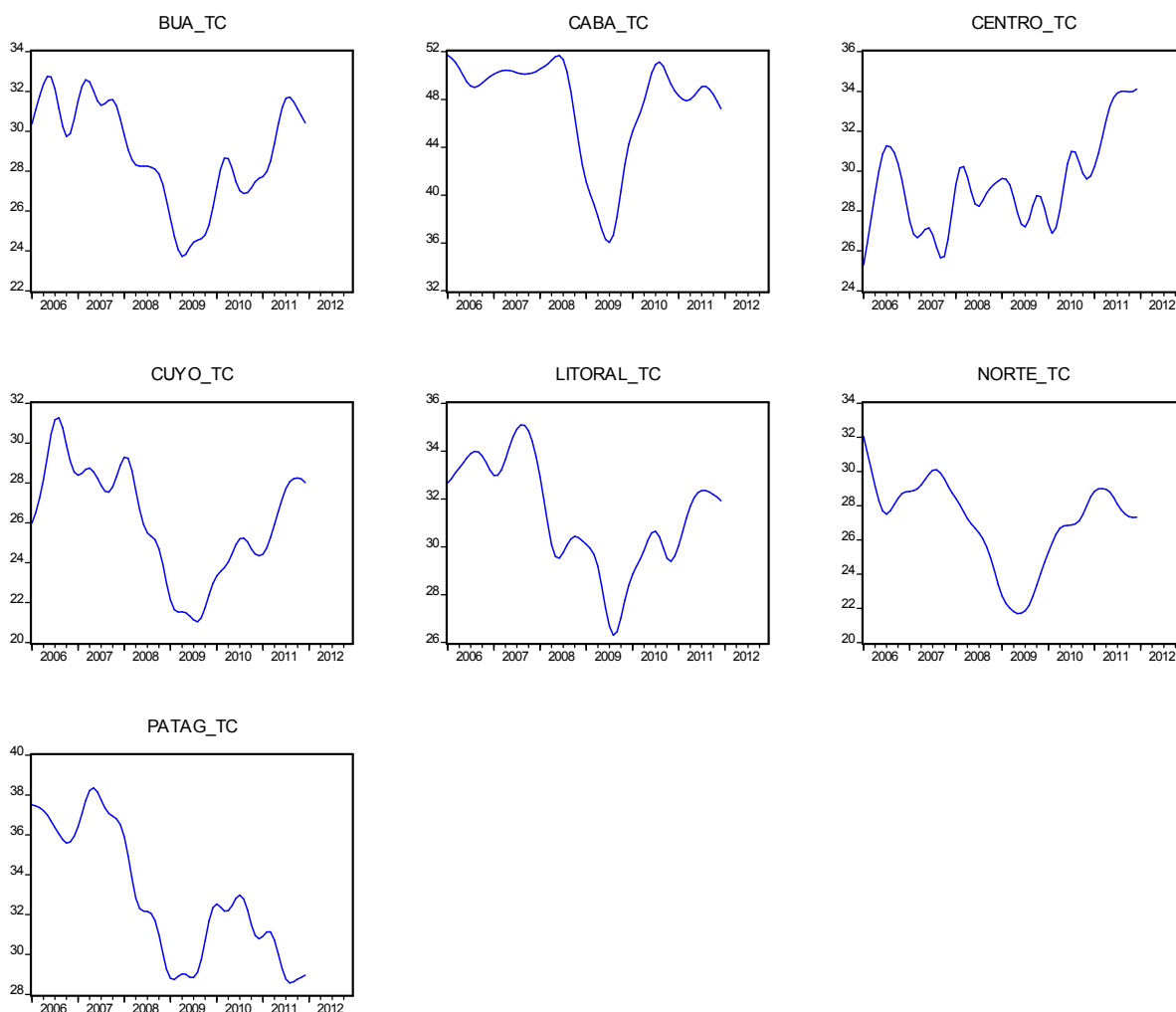
En primer lugar, podemos apreciar las cifras de afluencia turística y % de plazas ocupadas con frecuencia mensuales para las regiones turísticas destacadas a nivel nacional. Las estadísticas fueron recopiladas y procesadas como parte del proyecto, pero son elaboradas a través de la Encuesta Nacional de Ocupación Hotelera del INDEC desde el año 2005.

**Gráfico 11 - Ocupación en % de la cantidad de plazas disponibles por centros turísticos nacionales.**



Fuente: IIE sobre la base de Encuesta de Ocupación Hotelera, INDEC.

**Gráfico 12 - Ocupación en % de la cantidad de plazas disponibles. Series tendencia-ciclo (TC).**



Fuente: IIE sobre la base de Encuesta de Ocupación Hotelera, INDEC.

Resulta interesante destacar que en la totalidad de las regiones se percibió el impacto de la crisis internacional del año 2008/09, al menos en el porcentaje de ocupación de las plazas de alojamiento (hoteleras y para hoteleras). Dicha conclusión es más nítida en las series ajustadas por estacionalidad e irregulares extremos, es decir el componente tendencia-ciclo (TC).

La lógica detrás del análisis se vincula con la existencia de un cierto volumen fijo (stock) de plazas de alojamiento disponible que ante un menor número de afluencia turística, producto de la caída de los ingresos, impacta en un menor porcentaje de utilización de dichas plazas de alojamiento.

A nivel provincial nos parece destacado resaltar la continua labor en la recopilación de la información por parte de la Agencia Córdoba Turismo; trabajo que viene desarrollando desde hace mucho tiempo. De acuerdo a los centros turísticos que consideran homogéneos se presentan las cifras de ocupación hotelera y para hotelera (es decir capacidad de alojamiento), afluencia de turistas y número de pernoctaciones. En este caso los datos poseen frecuencia anual, ya que estamos haciendo referencia a la temporada completa.

Por cuestiones de espacios primero presentamos las cifras de afluencia de turistas a la provincia de Córdoba, por zonas turísticas, expresadas en números índices con base en la temporada 2008/09=100. Luego se grafican para las mismas regiones y temporadas la duración de la estadía promedio, expresada en días o jornadas.

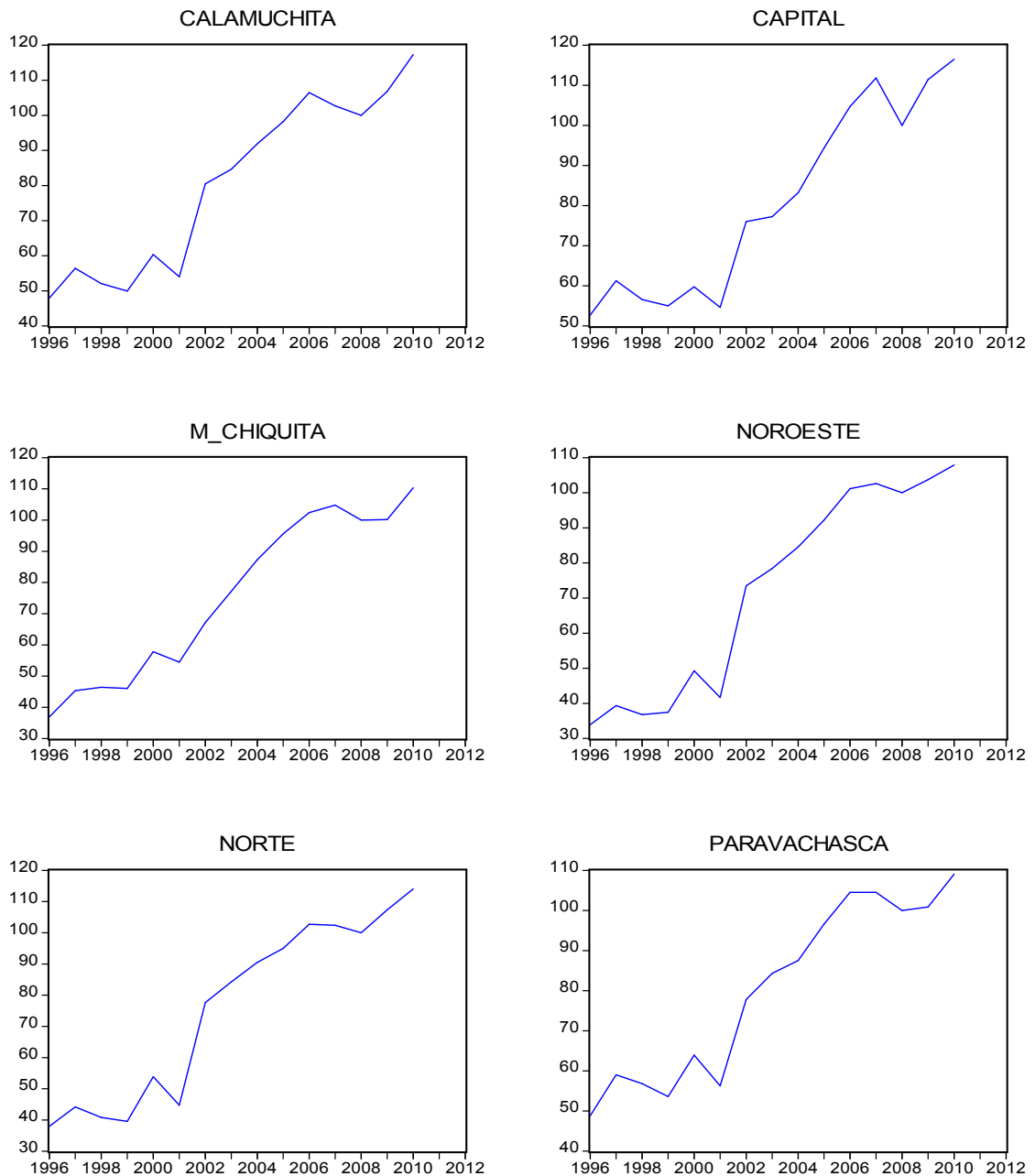
## ***8.2. Series componentes del IMATUR***



### 8.2.1. Afluencia de turistas: frecuencia anual

**Gráfico 13 - Afluencia de turistas por temporada. Regiones de la provincia de Córdoba.**

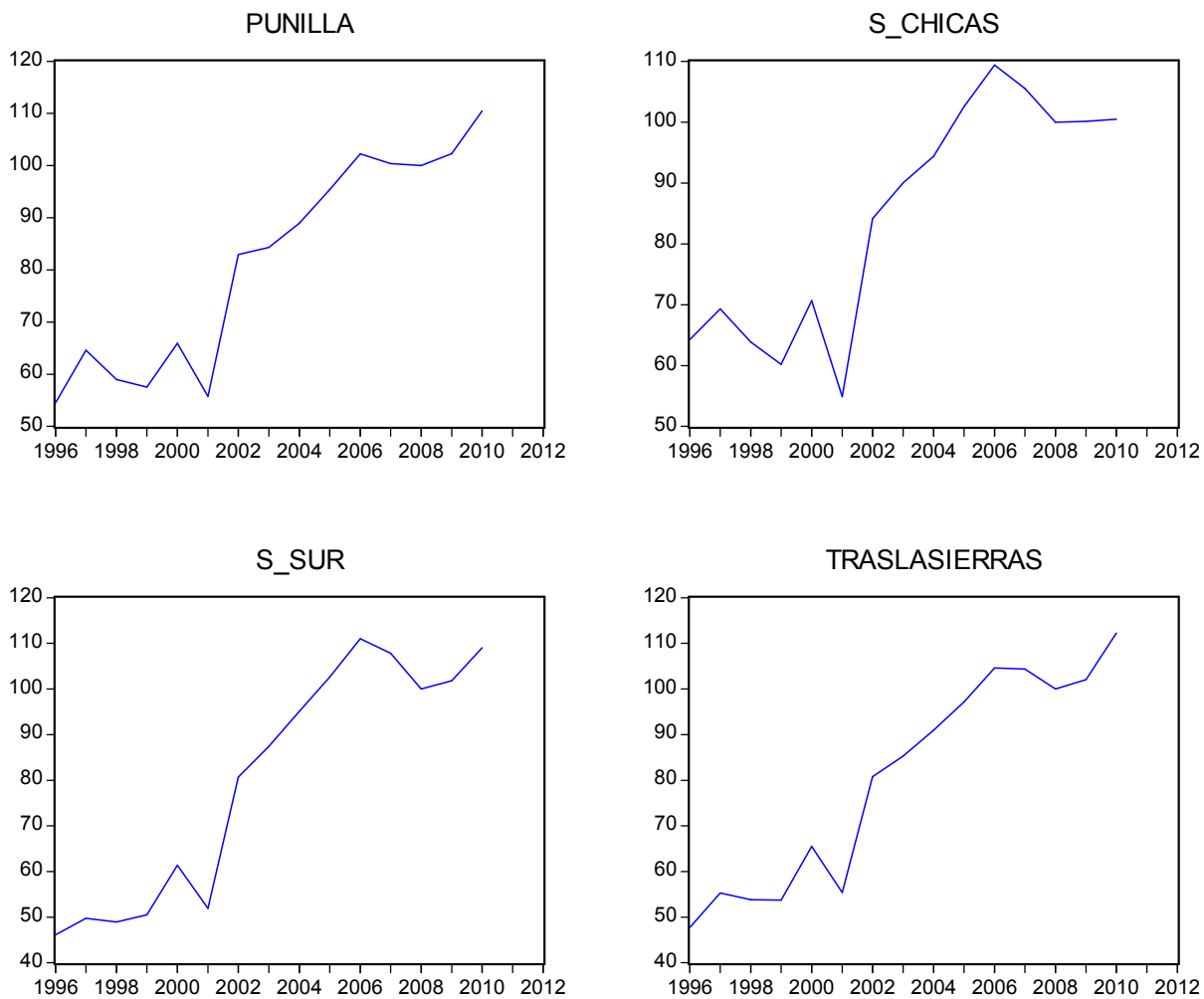
**Año 2008=100**



Fuente: IIE sobre la base de Agencia Córdoba Turismo.

**Gráfico 14 - Afluencia de turistas por temporada. Regiones de la provincia de Córdoba.**

**Año 2008=100**



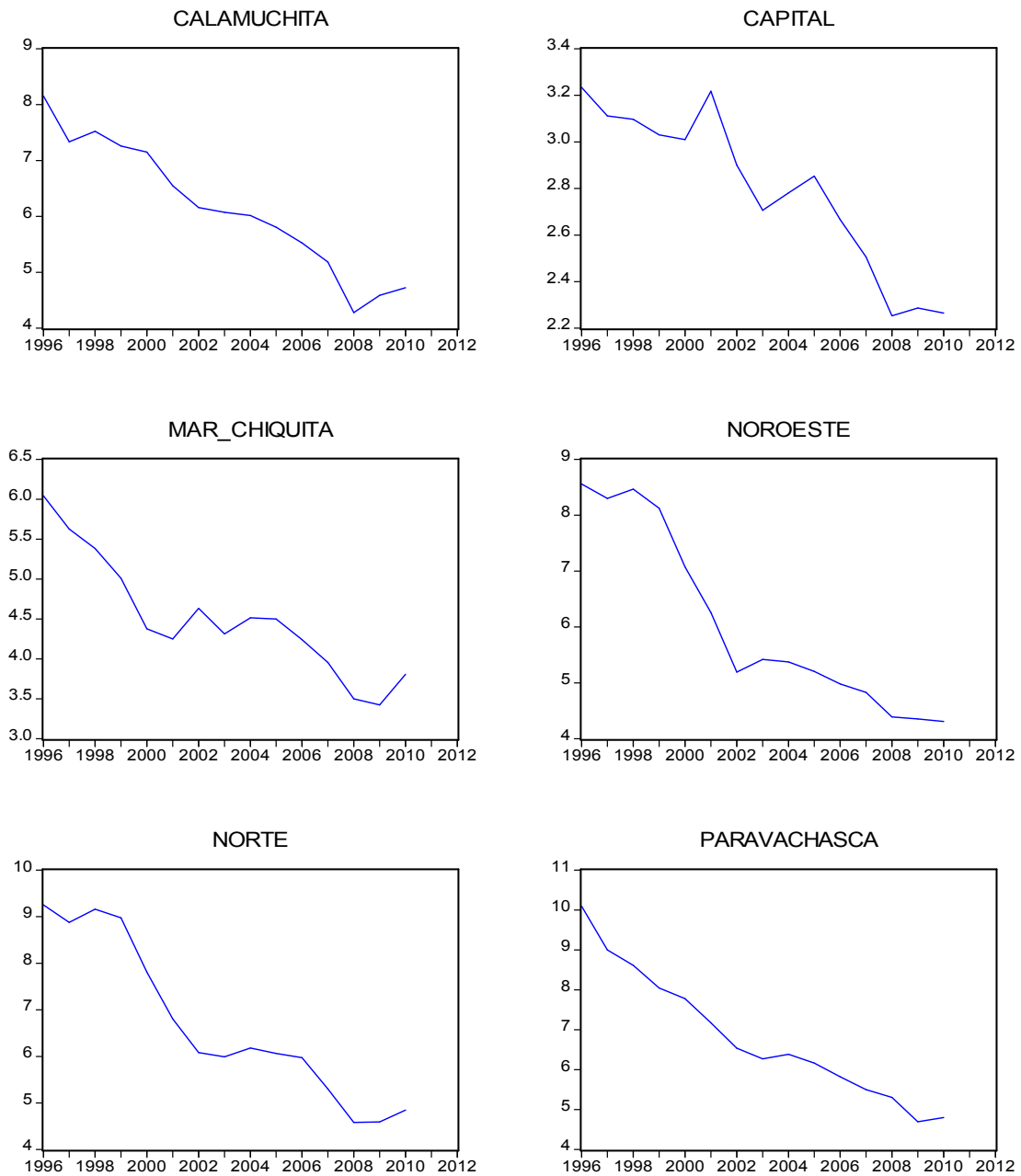
Fuente: IIE sobre la base de Agencia Córdoba Turismo.

Hay dos aspectos que debemos mencionar: en primer lugar, y a pesar de ser datos con frecuencia anual, se perciben claramente las últimas dos crisis económicas o recesiones en las que se vio sumida la economía argentina. Aunque es cierto que en algunas regiones fue más profundo el impacto que en otras. En segundo lugar, el arribo de turistas a la provincia de Córdoba es creciente desde la temporada 1996/97.

## 8.2.2. Duración de la estadía promedio

Gráfico 15 - Duración promedio de la estadía. Regiones de la provincia de Córdoba.

Cantidad de días

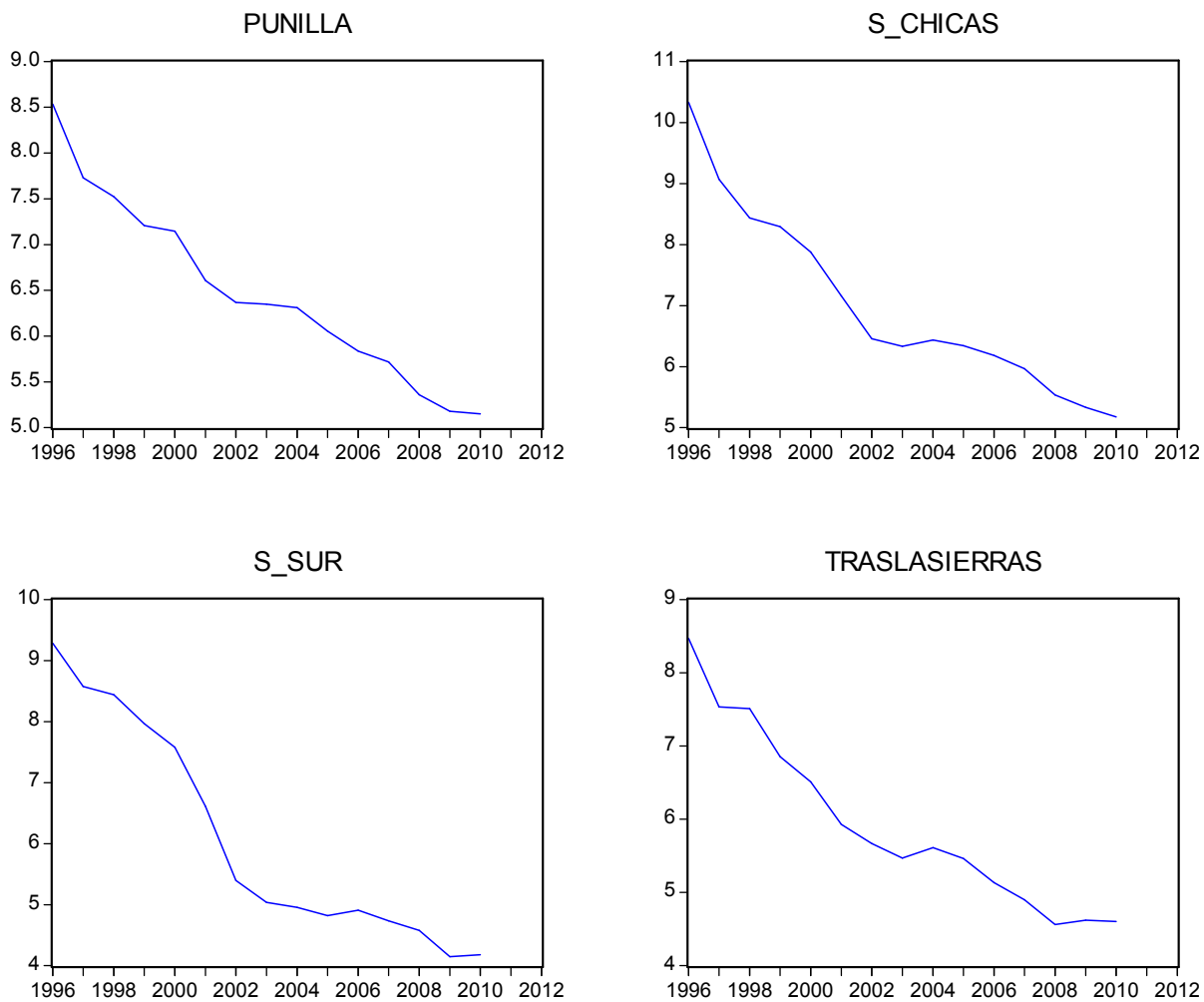


Fuente:

IIE sobre la base de Agencia Córdoba Turismo.

**Gráfico 16 - Duración promedio de la estadía. Regiones de la provincia de Córdoba.**

**Cantidad de días**



Fuente: IIE sobre la base de Agencia Córdoba Turismo.

Un aspecto que si bien nos remite al análisis de aspectos estructurales tiene que ver con el continuo y marcado descenso en la duración promedio de la estadía de los turistas que visitan la provincia de Córdoba. Este fenómeno se observa en todas las

regiones de la provincia (gráficos previos) como también así en las distintas modalidades de alojamiento. Este comportamiento podría tener algún impacto desde el punto de vista del desempeño cíclico de la actividad turística de la provincia, pero en el fondo nos puede estar brindando información sobre ciertos cambios en las pautas de consumo de los turistas, como también así un posible cambio en el origen, edades y niveles de ingresos.

### **8.2.3. Afluencia de turistas**

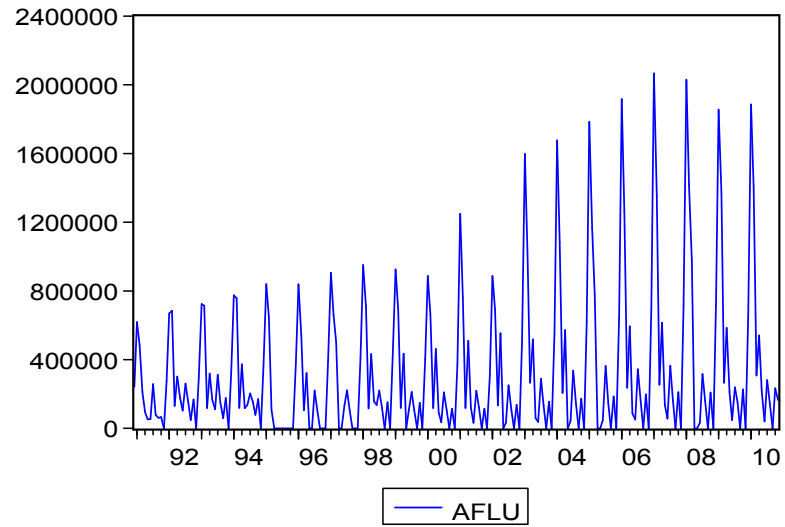
Como primera referencia de la evolución de la actividad turística se tiene la información de la afluencia de turistas (número) con frecuencia mensual para la Provincia de Córdoba. Dicha información, elaborada por la “Agencia Córdoba Turismo”, requirió de algunos supuestos y ajustes para completar datos faltantes en ciertos meses del año.

Este es el punto de partida para arribar a un indicador más completo e integral del comportamiento de la actividad turística de la provincia. Sin embargo, aporta información de gran utilidad para extraer determinadas conclusiones; al menos en lo que respecta a información de los números agregados del turismo o también llamados macro números.

La información o dato en crudo presenta un claro patrón estacional con fuertes subas en los meses estivales, y algunos picos en los meses de vacaciones de invierno, aunque de menor intensidad. La posibilidad de analizar los datos mensuales ofrece la ventaja de detectar de manera más clara el comportamiento del ciclo económico; algo que desde el punto de vista anual sería imposible.

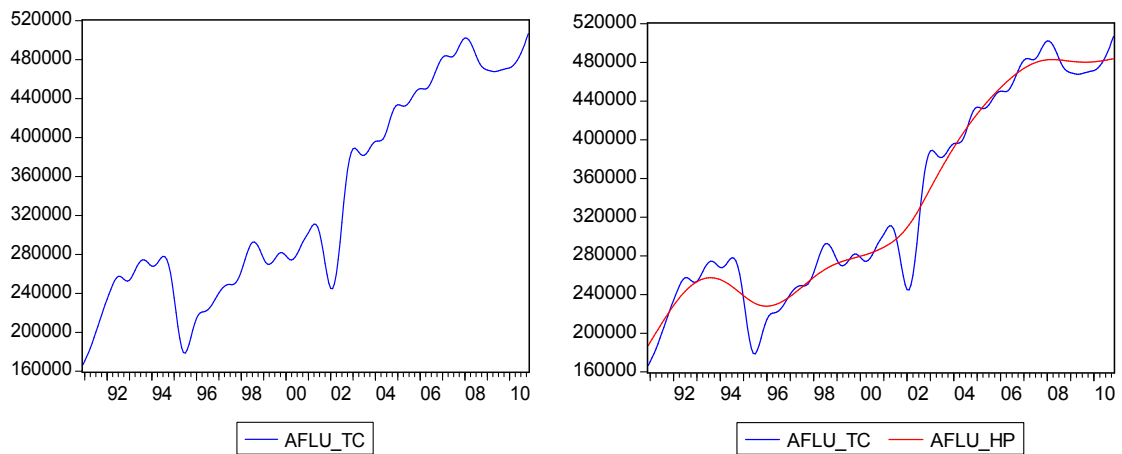
Se aclara que el dato de afluencia no se encuentra ajustada por el tipo de turista o el gasto que éstos realizan. Únicamente se considera el número total. Si bien es cierto que pueden plantearse ciertas objeciones en cuanto a la información, es una interesante aproximación al fenómeno que se pretende abordar.

**Gráfico 17 - Afluencia de Turistas. 1991-2011; datos mensuales**



Fuente: IIE sobre la base de Agencia Córdoba Turismo.

**Gráfico 18 - Afluencia de turistas. Serie Tendencia-ciclo; 1991-2011.**



Fuente: IIE sobre la base de Agencia Córdoba Turismo.

En el gráfico previo se observa claramente el ciclo de la afluencia de turistas a la provincia. A diferencia del gráfico anterior es posible identificar las fuertes caídas en el turismo provincial en estrecha relación con el ciclo del PBI nacional. Entre ellas la crisis del Tequila (1994), crisis de la Convertibilidad (2001) y crisis internacional reciente (2008/09).

Con más claridad aún, es posible concluir que en dicho periodo se aprecia un comportamiento o tendencia (tendencia Hodrick-Prescott) creciente, a pesar de las mencionadas fases o etapas de caída en la afluencia de turistas.

#### 8.2.4. Nivel de ingresos de los turistas

**Tabla 1 - Residencia de los turistas que visitan la provincia de Córdoba. Agencia Córdoba Turismo**

TEMPORADA	Turistas	Lugar de Residencia de los turistas								
		C.Fed/BsAs	Cba.	S. Fé	N.O.A.	Cuyo	Litoral	Sur	PaísLim.	RestoMdo
1991/92	1,734,900	39.2	28.7	26.5	4.2	3.9	0.8	0.8	0.5	0.1
1992/93	1,838,900	35.8	29.6	22.4	4.8	4.3	1.3	1.1	0.5	0.2
1993/94	1,978,284	34.0	32.9	21.9	3.9	4.0	1.4	1.2	0.5	0.2
1994/95	1,947,500	34.4	33.8	21.6	3.5	3.7	1.2	0.8	0.6	0.4
1995/96	1,865,052									
1996/97	2,069,464									
1997/98	2,192,491	32.3	25.0	23.8	4.3	5.0	3.6	2.4	1.9	1.7

Fuente: IIE sobre la base de Agencia Córdoba Turismo.

Respecto de los datos de procedencia de los turistas que arriban cada temporada a Córdoba no se dispone de información actualizada, al menos para la totalidad de los destinos. Sin embargo, la distribución de la tabla previa puede ser bastante cercana a la realidad actual.

De esta manera, disponiendo de indicadores sobre el ritmo de actividad de las provincias argentinas, que estarían vinculados al desempeño de los ingresos y que son la principal fuente de financiamiento para las vacaciones. El hecho que el nivel de actividad turística en el agregado dependa de los niveles de ingresos no es ninguna

novedad. Además existen mediciones donde la elasticidad ingreso de la demanda por turismo es mayor a la unidad; lo mismo con la elasticidad precio.

Siguiendo la referencia metodológica del indicador de turismo de España (ISTE), se construirá un indicador ponderado de ingresos o actividad económica de las regiones o provincias de procedencia con mayor peso en el turismo de la provincia de Córdoba. Se utilizará la estructura de procedencia de la tabla previa como referencia para la construcción de los ponderadores.

Para captar los niveles de actividad económica de las diferentes regiones se utilizarán los datos de puestos de empleos registrados en el Sistema Previsional Argentino (SIPA) con frecuencia mensual.

**Tabla 2 - Medio de Transporte de los turistas que visitan la provincia de Córdoba.**

**Agencia Córdoba Turismo**

TEMPORADA	AUTOMOVIL	OMNIBUS	TREN	AVION
87/88	58.0	34.0	6.5	1.3
88/89	52.0	39.5	8.0	1.5
89/90	50.0	37.0	10.2	1.6
90/91	53.2	36.3	8.9	1.5
91/92	60.2	32.5	5.6	1.4
92/93	62.5	33.1	2.8	1.6
93/94	62.0	36.3	~~~	1.7
94/95	68.5	29.9	~~~	1.6
97/98	73.56	19.2	~~~	7.24

Fuente: IIE sobre la base de Agencia Córdoba Turismo.

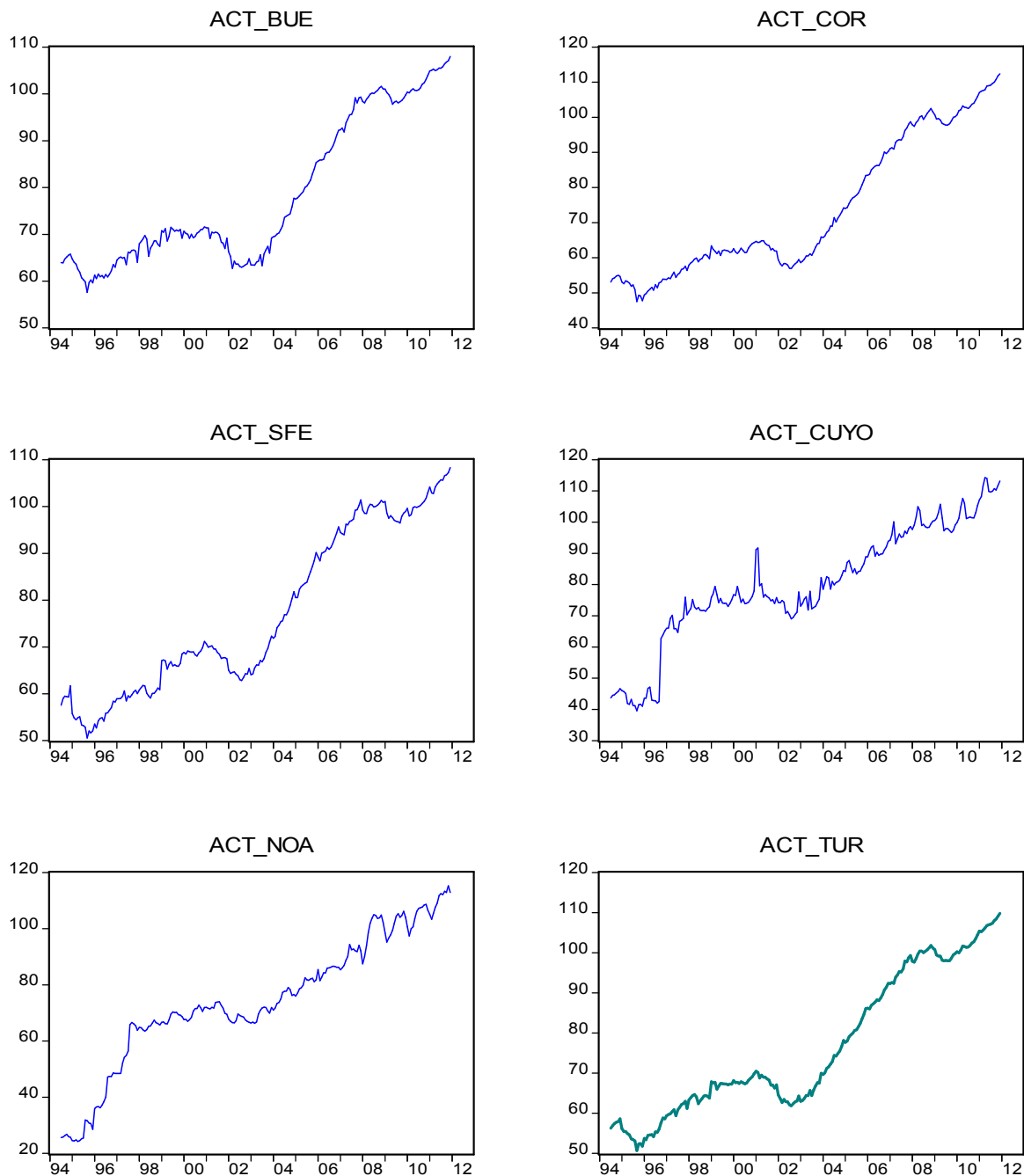
Al igual que en el caso de los datos de procedencia de los turistas, nos sucede lo mismo con el medio de transporte en el que arriban a la provincia. Sin embargo, de acuerdo con estudios previos es factible determinar que casi dos tercios de los turistas arriban en automóvil, un 20% en ómnibus y los restantes en menor medida en tren o en avión.



Esta es información de utilidad al momento de poder monitorear la afluencia de vehículos mensualmente, pasantes por los peajes sobre rutas provinciales y nacionales. De la misma manera pretendemos alcanzar similar objetivo con el seguimiento de los pasajeros transportados en ómnibus con destino hacia algunos de los centros turísticos de Córdoba.

**Gráfico 19 - Índices de Empleo por regiones económicas de procedencia de los turistas.**

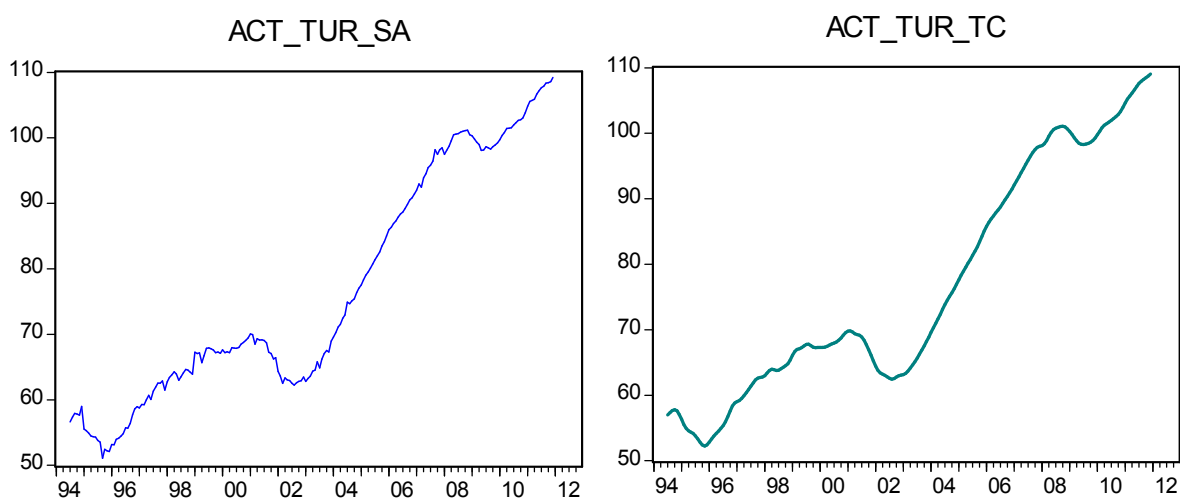
**Series originales**



Fuente: IIE sobre la base de Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA).

El primer origen de importancia como generador de turistas es la provincia de Buenos Aires y Capital Federal, que se encuentran sumados bajo el rótulo de ACT\_BUE. Le siguen la Provincia de Córdoba, Santa Fe, Cuyo (que comprende a las provincias de Mendoza, San Luis y San Juan) y el NOA (Catamarca, Jujuy, Salta, Santiago del Estero y Tucumán)<sup>8</sup>.

**Gráfico 20 - Índice agregado de actividad económica. Ponderado por origen de las regiones de procedencia**



Fuente: IIE sobre la base de Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA).

Por último, podemos apreciar el comportamiento del indicador de actividad económica (ponderado) de las distintas regiones de procedencia de los turistas que arriban a la

---

<sup>8</sup> Para la construcción de los indicadores de actividad económica provincial o regional se utilizaron los niveles de empleo registrado y se transformó al año base 2008=100. En el caso de las regiones como Provincia de Buenos Aires y Capital Federal, Cuyo y NOA se realizó la suma de los niveles de empleo de cada una de las provincias integrantes.

provincia de Córdoba; tanto en la versión ajustada por estacionalidad (ACT\_TUR\_SA), como en la versión tendencia-ciclo (ACT\_TUR\_TC).

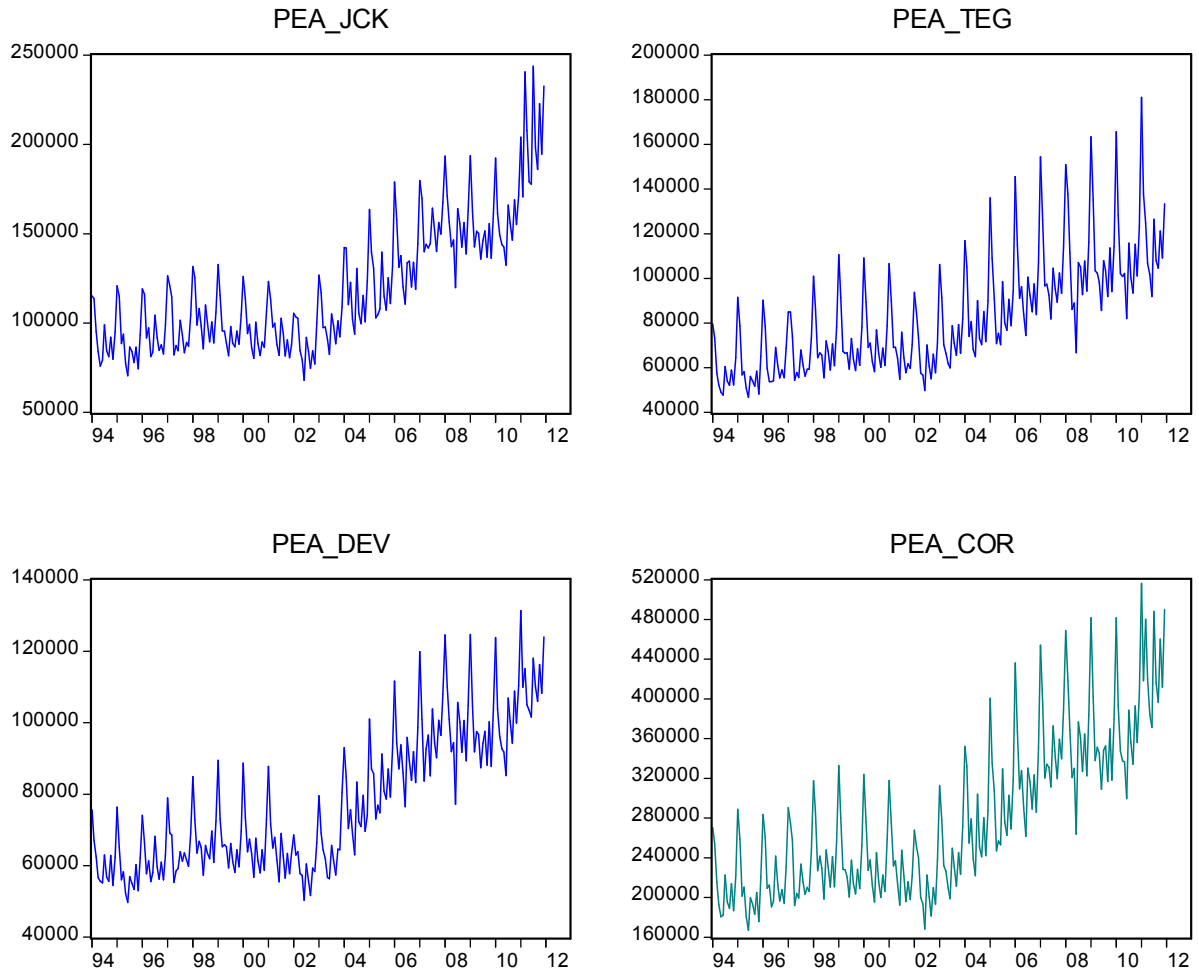
Este indicador sería una buena proxy del desempeño de los ingresos de los consumidores o potenciales turistas de la provincia de Córdoba. Es de esperar que ante la presencia de una recesión en dichas economías de origen tenga un impacto en los niveles de actividad turística de la provincia de Córdoba.

#### **8.2.5. Medios de transporte**

Como el principal medio de transporte adoptado por los turistas que visitan la provincia es el automóvil, se procedió al procesamiento de la información de vehículos pasantes por los peajes más importantes de la provincia; al menos en la categoría de automóviles. Las estaciones seleccionadas para esta instancia fueron: James Craik: Ruta nº 9, km 595, Devoto: Ruta nº 19, km 142, y Arroyo Tegua: Ruta nº 36, km 650. Luego se presentan los datos agregados de las mencionadas estaciones de peajes, PEA\_COR.

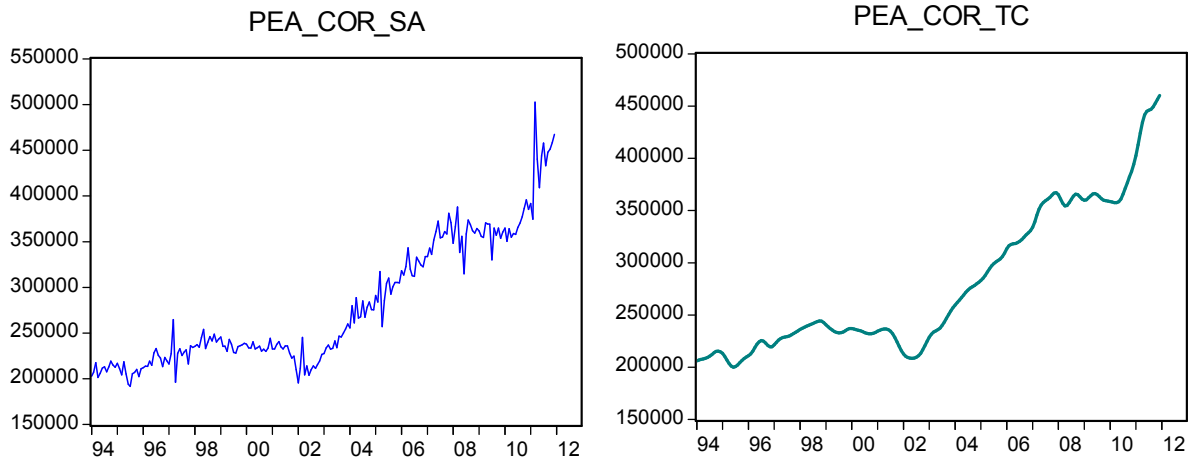
**Gráfico 21 - Vehículos pasantes por peajes de la provincia de Córdoba. Solo automóviles.**

**Serie original**



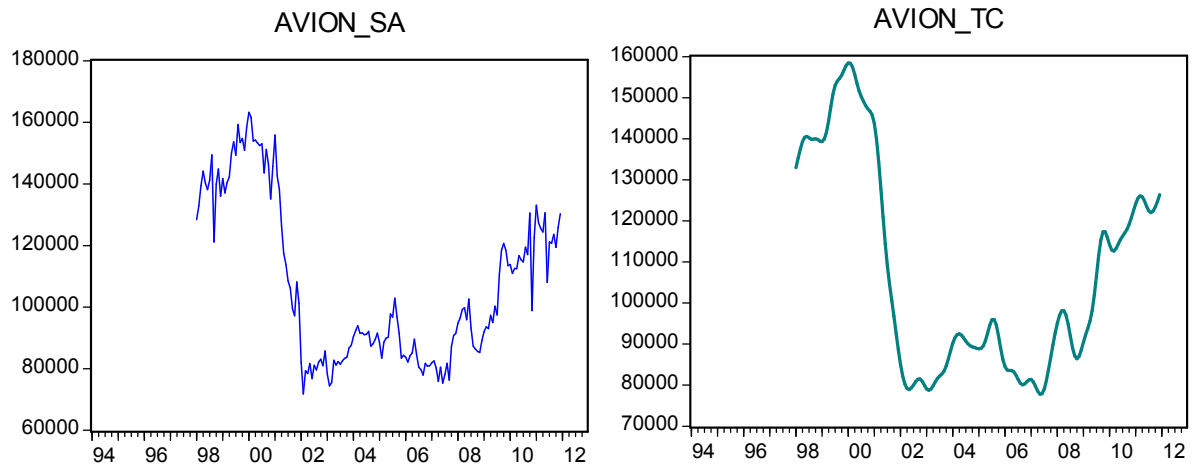
Fuente: IIE sobre la base de Organismo de Control Vial de la Nación (OCCOVI)

**Gráfico 22 - Vehículos pasantes por peajes de Córdoba. Suma de las estaciones destacadas**



Fuente: IIE sobre la base de Organismo de Control Vial de la Nación (OCCOVI)

**Gráfico 23 - Movimiento de pasajeros transportados por avión. Aeropuerto Pajas Blancas**

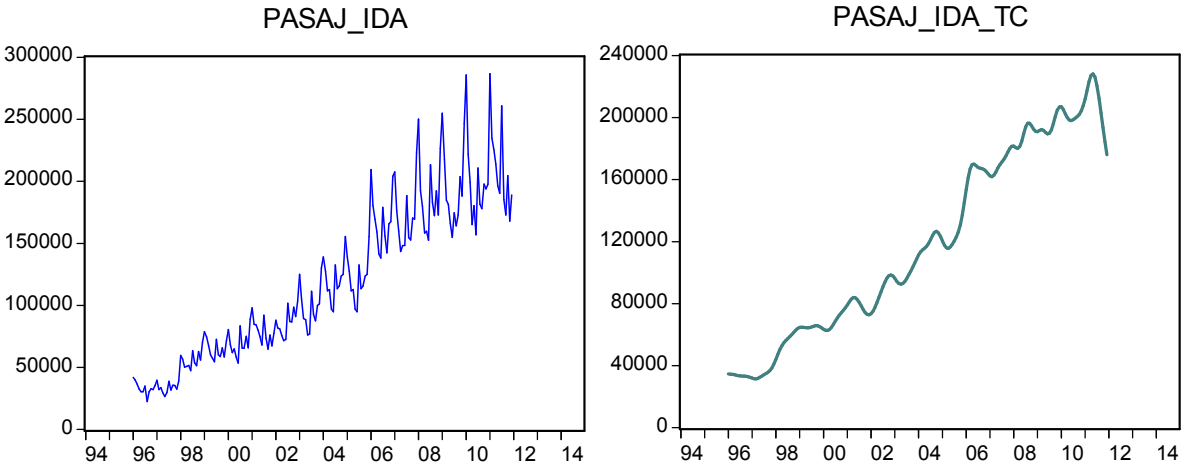


Fuente: IIE sobre la base de Aeropuertos Argentina 2000.

De acuerdo a lo que se analizó en la tabla, el arribo de turistas por vía aérea es muy bajo. Sin embargo, presenta un claro desempeño en relación al ciclo económico, captando la profunda crisis del año 2002, como también así la internacional del 2008/09. Otro punto a resaltar, es que aún no se alcanzó el movimiento de pasajeros mensual previo a la crisis de 2002. En los gráficos primero se presenta la serie ajustada por estacionalidad (AVION-SA) y luego la serie tendencia-ciclo (TC).

Una situación similar se presenta en el caso del ferrocarril, tanto en el ramal Córdoba/Retiro como en el tren de las sierras (que prácticamente es un tren turístico). Además las series recopiladas comienzan en 2008 y el periodo no es lo suficientemente prolongado como para extraer conclusiones de calidad.

**Gráfico 24** - Pasajeros arribados en ómnibus de larga distancia a las Zonas turísticas de Córdoba



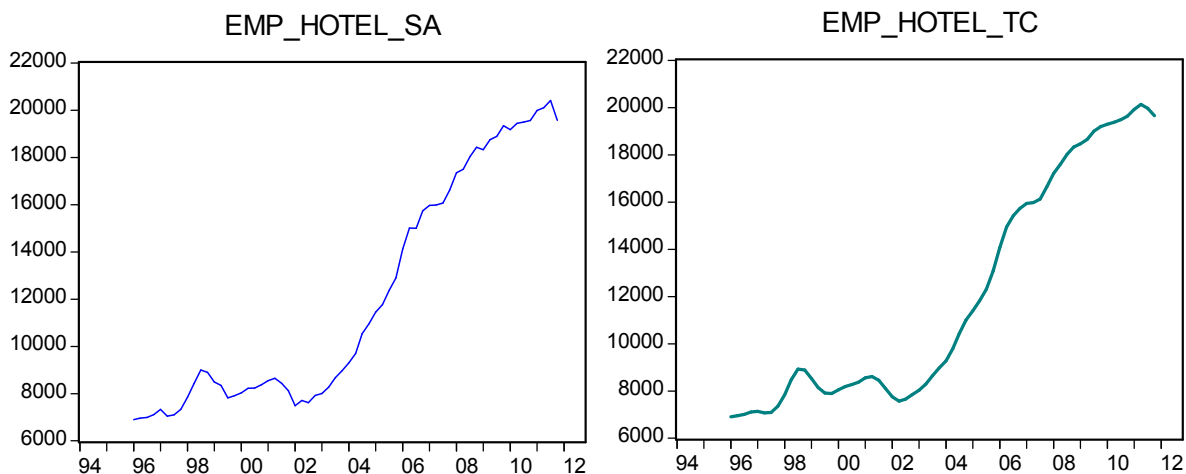
Fuente: IIE sobre la base de Comisión Nacional de Regulación del Transporte (CNRT)

**8.2.6. Empleo sectorial**

Otro aspecto clave para evaluar la evolución o dinámica de la actividad turística es el empleo en las actividades vinculadas al sector. En este caso contamos con información

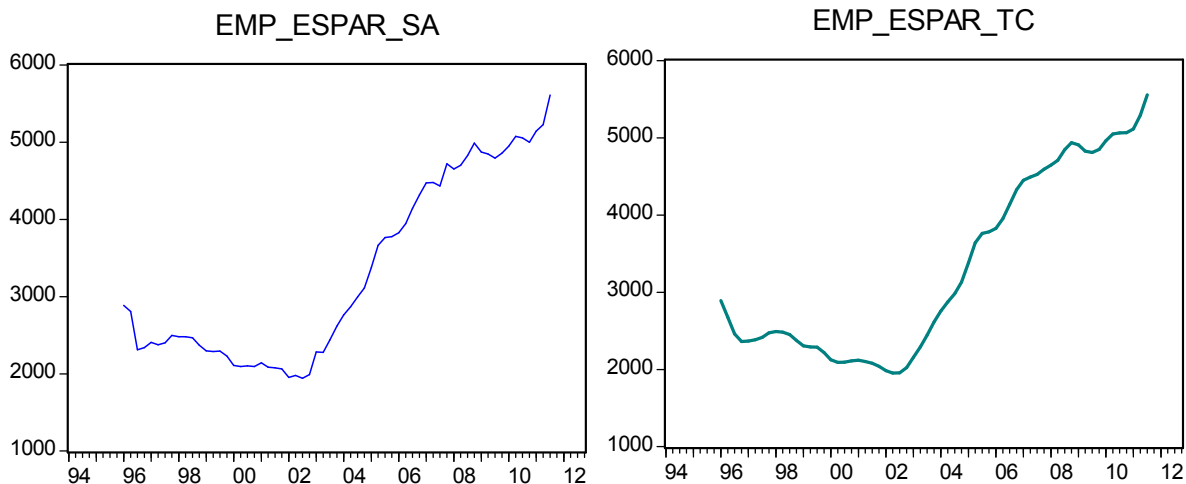
de empleo registrado en Hoteles y Restaurantes, y también en actividades de Esparcimiento y Recreación. En este caso la información posee frecuencia trimestral.

**Gráfico 25 - Empleo registrado trimestral en Hoteles y Restaurantes de la Provincia de Córdoba**



Fuente: IIE sobre la base de Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA).

Empleo registrado trimestral en Esparcimiento y Recreación de la Provincia de Córdoba



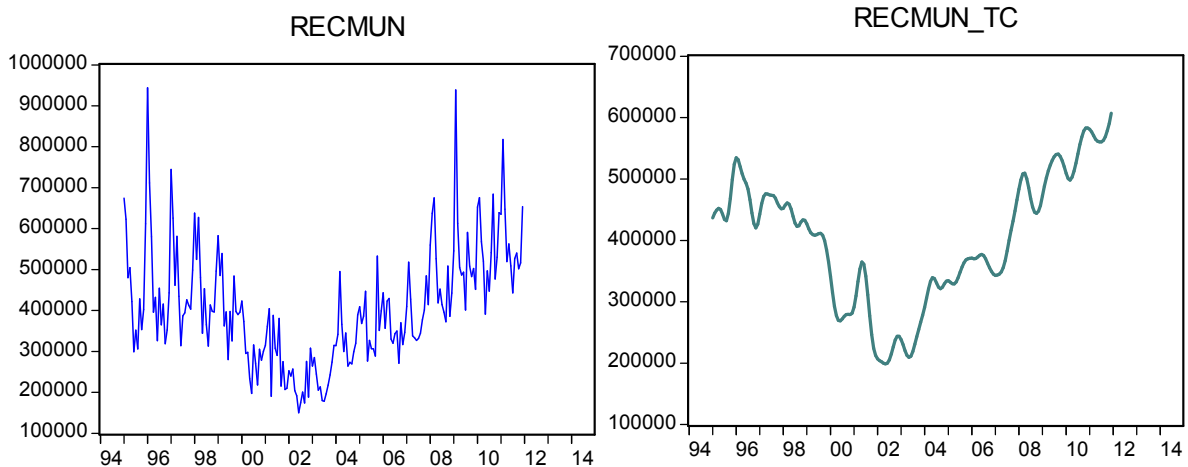
Fuente: IIE sobre la base de Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA).



### 8.2.7. Recaudación impositiva municipios de las regiones turísticas

En cuanto a la recaudación de la tasa de comercio, industria y servicios de los municipios más representativos de las regiones turísticas más destacadas de la provincia, se mencionó en los anteriores capítulos que son una adecuada representación del desempeño de la actividad económica de cada jurisdicción.

**Gráfico 26** - Recaudación de la tasa de Comercio, Industria y Servicios en áreas turística de la Provincia



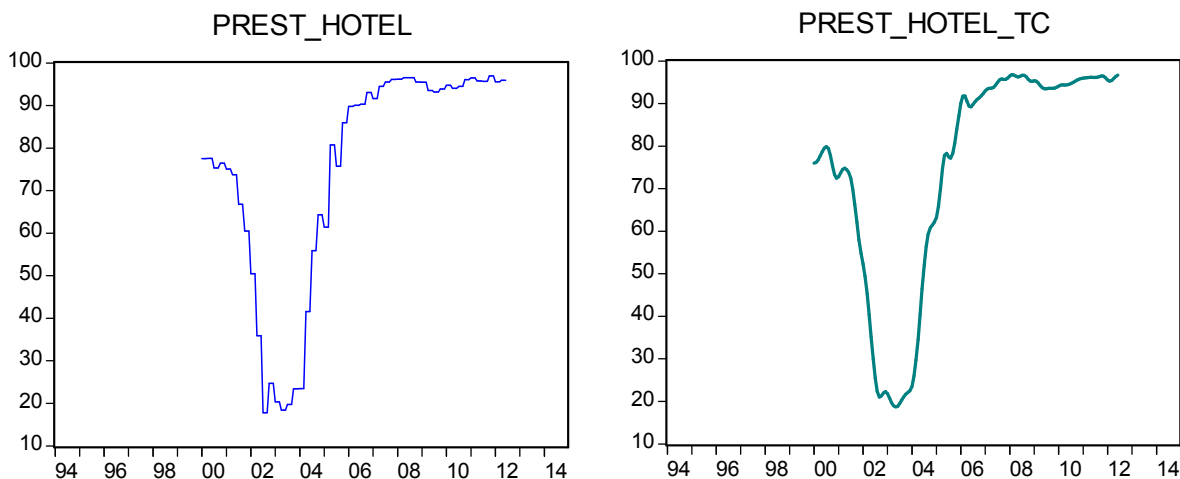
Fuente: IIE sobre la base de Municipalidad de la Ciudad de Carlos Paz, Mina Clavero, Santa Rosa de Calamuchita y Miramar.

### 8.2.8. Préstamos bancarios al sector

Los préstamos bancarios son una alternativa para monitorear el desempeño de la actividad vinculada al turismo, en este caso se dispone de información de saldos de préstamos trimestrales con destino a los hoteles y restaurantes, provistos por el Banco Central de la República Argentina.

**Gráfico 27 - Préstamos bancarios a hoteles y restaurantes, trimestral en pesos de 2003.**

**Provincia de Córdoba**



Fuente: IIE sobre la base de Banco Central de la República Argentina (BCRA).

### **8.3. Construcción del IMATUR**

A continuación se expone los resultados del Indicador Mensual General de la Actividad Turística de Córdoba IMATUR. Se considera general o global porque representa un resumen de las variables vinculadas a la actividad desde diferentes dimensiones:

- El índice de afluencia de turistas de la Agencia Córdoba Turismo
- La ocupación de la capacidad hotelera en %
- El índice de actividad económica de las regiones de procedencia de turistas
- Índice de Recaudación de la tasa de Comercio, Industria y Servicios de los municipios más destacados por aéreas turísticas

- Se ponderó el peso en la participación de cada municipio de acuerdo con el monto de recaudación de cada uno de ellos
- Movimiento de transporte
  - Evolución de los pasajeros arribados a la Ciudad de Córdoba por vía aérea
  - Vehículos pasantes por peajes con destinos a zonas turísticas de la provincia de Córdoba
  - Pasajeros arribados vía servicios terrestres de larga distancia con destino a ciudades turísticas de Córdoba
- Espectadores de Cine en salas ubicadas en zonas turísticas de la Provincia
- Recaudación de juegos en Casinos de la ciudades turísticas de la Provincia de Córdoba
- El índice de empleo en Hoteles y Restaurantes y Esparcimiento y Recreación
- Préstamos bancarios al sector de hoteles y restaurantes

#### ***8.4. Metodología de cálculo: pasos sintetizados***

En el presente apartado se presenta de manera más rigurosa los pasos que deben seguirse para la construcción del IMATUR. No obstante, es factible solicitar una versión más extensa y detallada que la actual.

Para cada serie “j”, previamente deflactada (en el caso de las series nominales) o convertida a unidades homogéneas, es ajustada por estacionalidad y otros procedimientos que suavizan los datos irregulares; se calculan las variaciones

estandarizas mensuales. Luego, estas variaciones estandarizas (la variación, menos su media, sobre el desvío estándar del período) se promedian de manera simple (1/n).

$$\hat{c}_t^{(1)} = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n \left( \frac{x_{jt} - m_j}{s_j} \right)$$

A estas variaciones mensuales, que corresponde al promedio simple de las variaciones estandarizadas, se las multiplica por la relación entre el desvío estándar del PIB nacional (para que puedan ser comparables los ciclos de la provincia con el nacional) y el desvío estándar de las variaciones calculadas. Luego se le suma la tendencia del PBG ( $m_{PBG}$ ) para incorporar información sobre el ciclo provincial en el período 1994-2010.

$$\hat{c}_t^{(3)} = \frac{1}{n} \left[ \sum_{j=1}^n \left( \frac{x_{jt} - m_j}{s_j} \cdot \frac{S_{PIB}}{S_{c_t^{(1)}}} + m_{PBG} \right) \right]$$

Partiendo de un valor 100 en el período inicial de cálculo del indicador, se construyen los restantes valores y actualizaciones del indicador, calculando la exponencial sobre el período previo.

$$C_t^{(3)} = C_{t-1}^{(3)} \cdot \exp \left\{ \hat{c}_t^{(3)} \right\}$$

### **8.5. Método de selección de las series del Indicador IMATUR**

En primer lugar se adoptó como serie de referencia de la actividad turística la afluencia de turistas a los distintos centros o regiones de la provincia de Córdoba. Se optó por dicha serie, ya que es homogénea en el tiempo y posee una extensión en el cálculo mayor a los 25 años. Sobre la base de esta información se realizó la selección de las demás series integrantes del indicador IMATUR.

En esta instancia de estimación del indicador IMATUR se procedió a la selección de las series candidatas a componer el indicador de acuerdo a los criterios especificados en la metodología, tales como la disponibilidad de la información, la prontitud en su actualización, propiedades estadísticas (que se analizarán en el apartado sobre propiedades estadísticas de las series) y su correspondencia cíclica con la serie de referencia. Esto último, proviene de la correlación en tasas de cambio de las series individuales y la serie de referencia.

**Tabla 3 - Selección de las series para el Indicador IMATUR. Proceso de “Scoring”.**

SERIE	C1	C2	C3	C4	C5	C6
ACTPROV	1994	60	REGISTRO	INGRESOS	NO	SI
TRANSP	1994	60	REGISTRO	GASTO	NO	SI
CAPHOTEL	1994	45	ENCUESTA	GASTO	NO	SI
AFLUENCIA	1995	60	ENCUESTA	GASTO	SI	SI
EMPTUR	1996	30	REGISTRO	PRODUCCIÓN	NO	SI
RECMUN	1995	30	REGISTRO	PRODUCCIÓN	NO	SI
CASINOS	2006	15	REGISTRO	GASTO	NO	SI
PRESTHOT	1994	60	REGISTRO	PRODUCCIÓN	NO	SI
ESPCINE	2001	60	REGISTRO	GASTO	SI	SI

Fuente: IIE en base a fuentes citadas previamente.

La mayoría de las series seleccionadas cumplen con la totalidad de los criterios ideales que se requieren para la construcción de un indicador del ciclo económico de calidad.

El primer criterio (C1) recomienda que la serie seleccionada cubra un periodo extenso del periodo. La mayoría lo cumplen, aunque en algunos casos se procedió a completar los periodos (periodos pasados) con series relacionadas.

El segundo criterio (C2) sugiere que el periodo de rezago o demora en la difusión de la información no supere los tres meses; esto por estrictos motivos vinculados a la disponibilidad casi en tiempo real del estado de la actividad. En este caso el promedio de rezago para el conjunto de las series del indicador IMATUR es de 45 días.

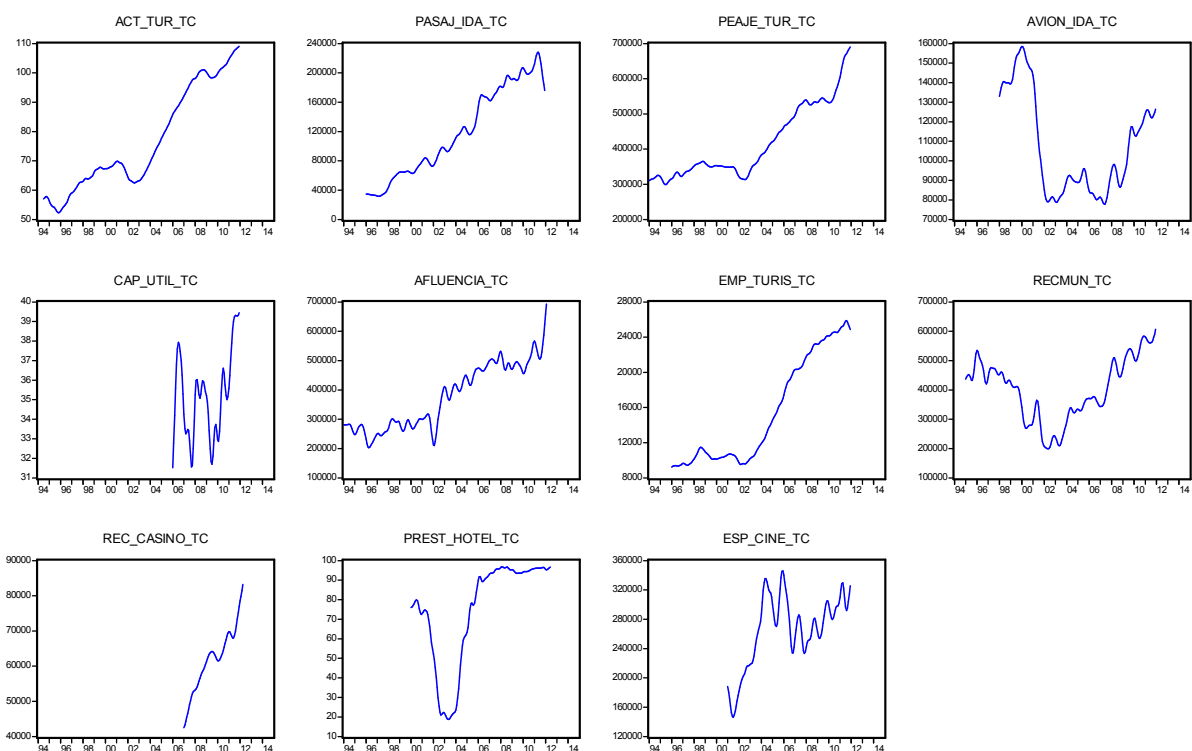
La totalidad de las series se originan en registros correspondientes. Esto va en línea con el criterio de calidad en la generación de la información (C3). De esta manera está plenamente garantizada la calidad de la información.

La significancia económica de la información seleccionada se resume en el criterio 4 (C4). Algunas series captan el comportamiento del consumo o gasto de los turistas, de la producción, de los ingresos o comportamientos de las ventas.

El criterio 5 (C5) indaga sobre la presencia de comportamientos erráticos en la serie o por la existencia de numerosos outliers. Cuanto menos errático sea el comportamiento, mejor captará el ciclo económico la serie en cuestión. En este sentido la serie de afluencia de turistas y espectadores de cine en algunos periodos suele presentar ciertos datos extremos.

Finalmente, el criterio 6 (C6) del scoring requiere que las series seleccionadas posean un comportamiento coincidente con la serie de referencia. La totalidad de las series son coincidentes y por este motivo adicional se las incluye en el indicador IMATUR. Para ser consideradas como coincidente la correlación máxima entre ambas series debe alcanzarse en el rango 4 periodos de adelanto y 4 periodos de rezago.

**Gráfico 28 - Comportamiento de las series del Indicador IMATUR, periodo 1994-2011.**

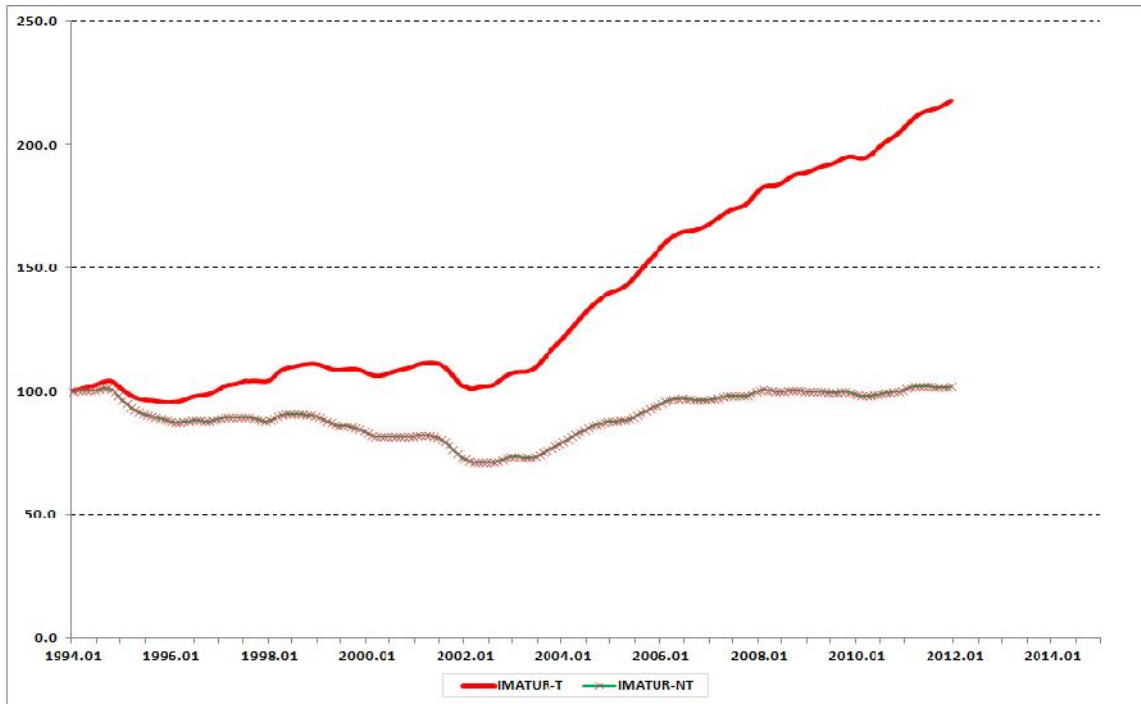


Fuente: IIE en base a fuentes citadas previamente.

### **8.6. El indicador base 1994=100**

Luego de realizar los pasos mencionados de forma resumida se presenta una versión preliminar del Indicador de Mensual de la Actividad Turística de Córdoba, también llamado "IMATUR". La base aritmética del indicador es año 1994=100. En el gráfico se observa el IMATUR con tendencia y sin tendencia, para poder observar con más claridad las fases del ciclo.

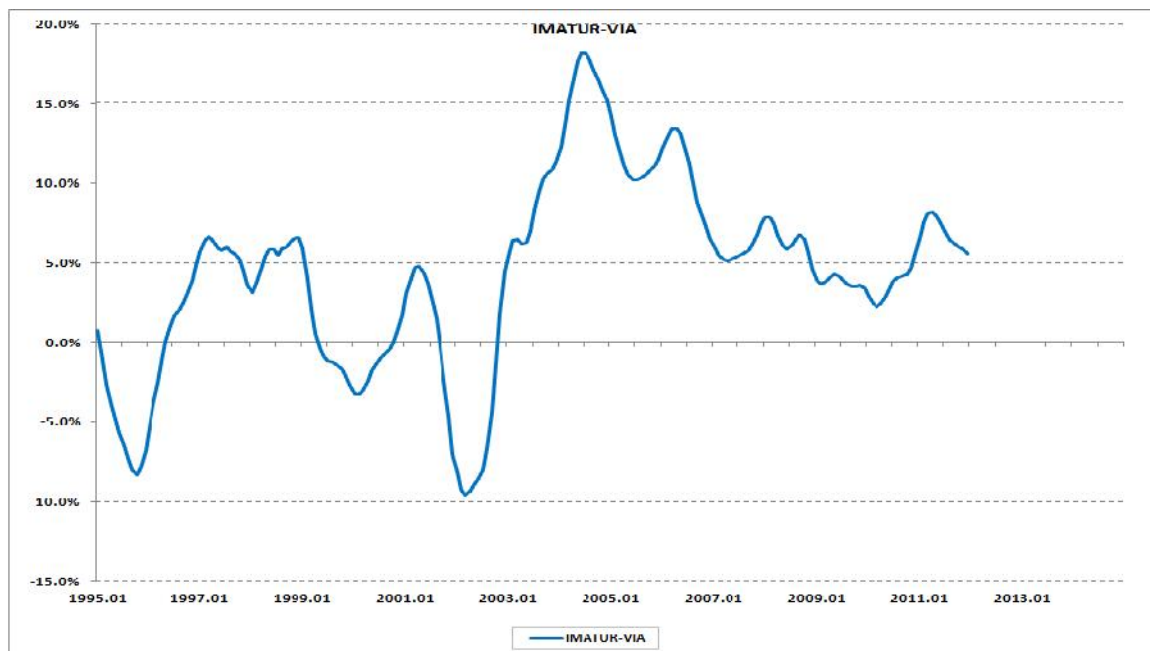
**Gráfico 29 - Evolución del Indicador IMATUR, periodo 1994-2010.**



Fuente: IIE en base a fuentes citadas previamente.



**Gráfico 30 - Variación Interanual (%) del Indicador IMATUR, periodo 1995-2011.**



Fuente: IIE en base a fuentes citadas previamente.

El Indicador IMATUR crece de manera ininterrumpida desde la crisis del año 2001, incluso durante la recesión internacional del año 2008-09.

Las variaciones interanuales exhiben un comportamiento cíclico muy marcado permitiendo identificar de forma precisa las diferentes etapas o fases cíclicas de la actividad turística de la provincia de Córdoba para el periodo considerado.

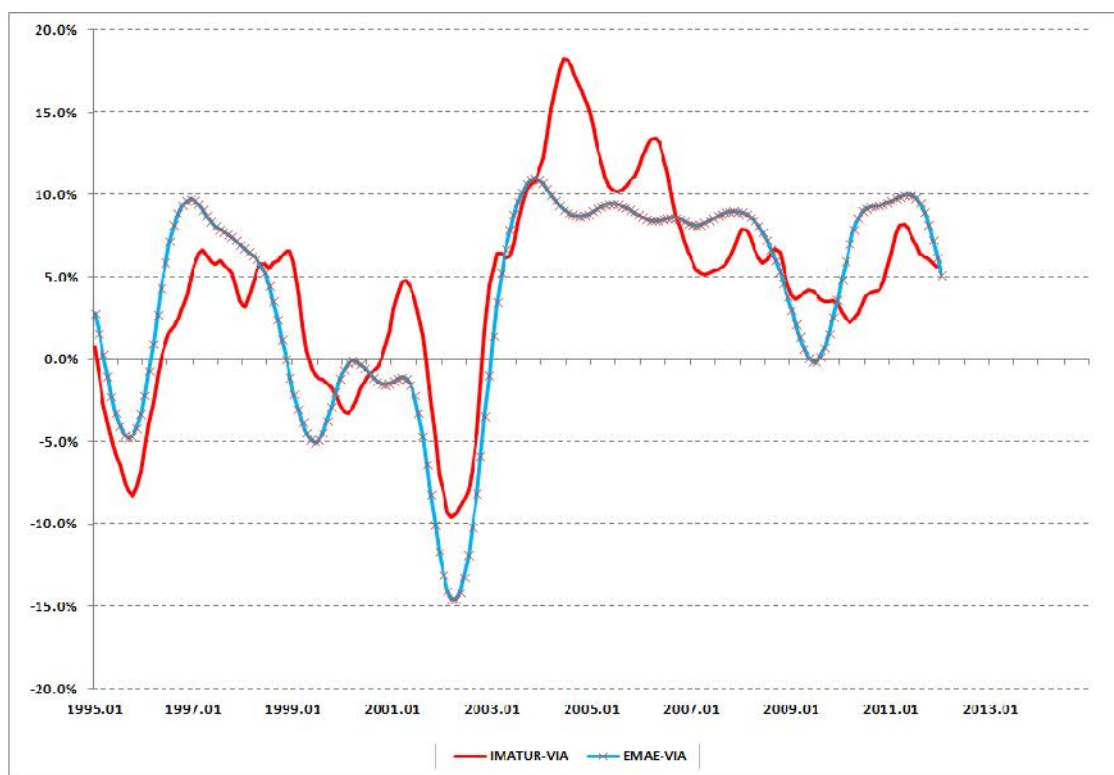
**Gráfico 31 - Evolución del Indicador IMATUR y EMAE. 1994=100, periodo 1994-2011.**



Fuente: IIE en base a fuentes previamente citadas y EMAE de la DNCN-INDEC.

Como parámetro de referencia se utiliza el Indicador EMAE elaborado por la Dirección Nacional de Cuentas Nacionales, INDEC. Durante la década del 90 el crecimiento nacional superior al desempeño del turismo en la provincia de Córdoba, mientras que desde la crisis del 2001 esta situación fue revertida.

**Gráfico 32 - Variaciones Interanuales (%) del Indicador IMATUR y EMAE, periodo 1995-2011.**



Fuente: IIE en base a fuentes previamente citadas y EMAE de la DNCN-INDEC.

### **8.7. Fases cíclicas de la Actividad Turística de Córdoba**

La determinación de los puntos de giros o fases cíclicas del indicador se realiza en el sentido Clásico de la expresión; es decir, que busca los puntos máximos y mínimos relativos de la serie, siguiendo un criterio local. De acuerdo a las pautas sugeridas por el NBER de Estados Unidos, un ciclo, es decir de un pico a pico o de un valle a valle, no puede tener una duración menor a 15 meses.

Los puntos de giros del ciclo económico de referencia en base a lo que informa el indicador IMATUR son:

**Tabla 4 - Fechado de las fases cíclicas del Indicador IMATUR<sup>9</sup>**

INICIO DE FASE	PICO	VALLE
Recesión	Octubre 1994	
Expansión		Diciembre 1995
Recesión	Noviembre 1998	
Expansión		Marzo 2000
Recesión	Abril 2001	
Expansión		Marzo 2002

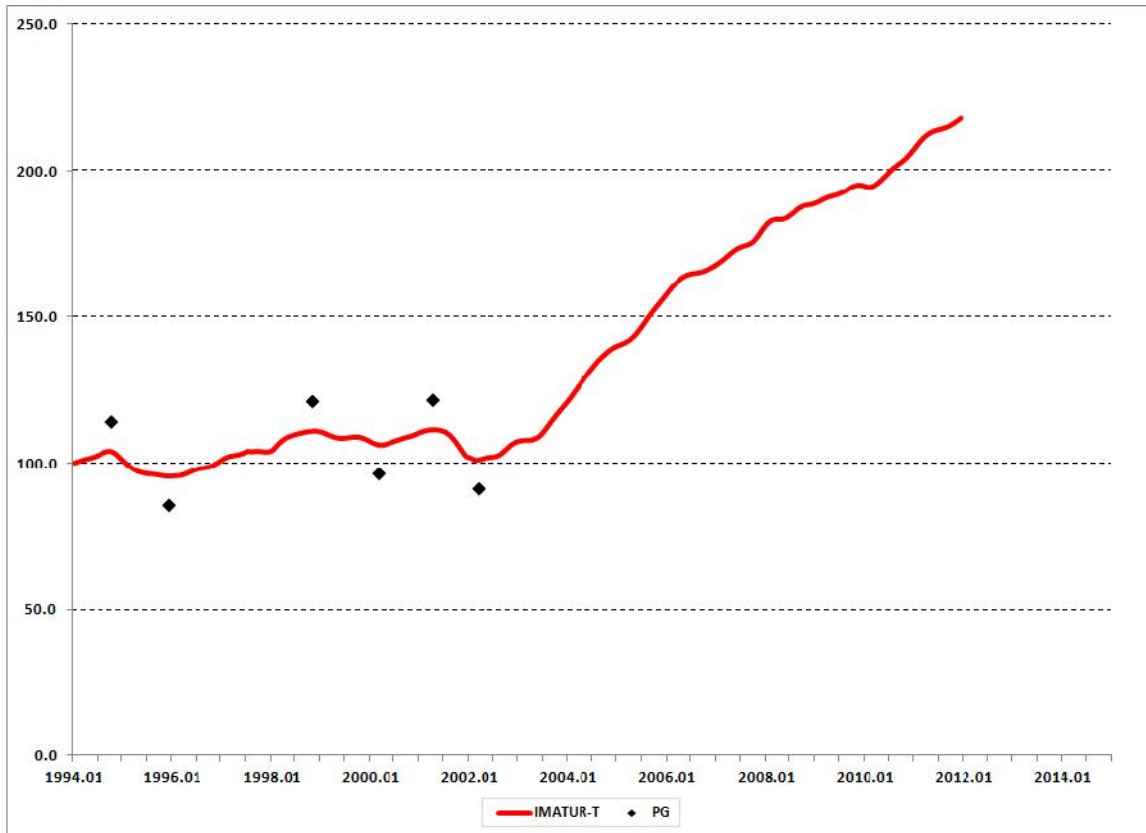
Fuente: IIE en base a fuentes citadas previamente.

La determinación de los puntos de giro es muy similar a las fases cíclicas de la economía provincial mediante el fechado del IMAC (Indicador Mensual de la Actividad Económica de la Provincia de Córdoba). No obstante, existen algunas diferencias menores, y algunas de importancia. La diferencia más importante es que la expansión en el ciclo turístico comenzó en marzo del año 2002 y hasta el año 2011 parece no haber culminado; aunque si se observa un estancamiento en el año 2009.

---

<sup>9</sup> En rojo se resaltan las fechas donde se da inicio a las recesiones en la actividad turística, mientras en verde se marcan los inicios de las expansiones.

Gráfico 33 - IMATUR, puntos de giro y fases del ciclo económico, periodo 1994-2011.



Fuente: IIE en base a fuentes citadas previamente.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

“INDICADORES DE ACTIVIDAD TURÍSTICA DE CÓRDOBA.

1993-2011”

# CAPÍTULO 9

ANEXOS

## **9. Anexos**

### ***9.1. Anexo I: fuentes de información***

En la presente tabla se resumen las variables y fuentes de información tentativas que serán la base del proyecto. La misma si bien es amplia, no es totalmente exhaustiva, ya que durante el desarrollo del trabajo está estipulado dedicar tiempo a la búsqueda de variables adicionales y que sean consistentes con el objetivo central del proyecto.

**Tabla 5 - Listado de Series y fuentes de información**

N°	SERIE	INICIO	FREC	UNIDAD	FUENTE	ESTADO
<b>HOTELES&amp;OCUPACIÓN</b>						
1	Tasa de Actividad GCBA	1991	M	%	Agencia Córdoba Turismo	Disponible
2	Tasa de Empleo GCBA	1991	M	%	Agencia Córdoba Turismo	Disponible
3	Tasa de Desempleo GCBA	1991	M	%	Agencia Córdoba Turismo	Disponible
4	Afluencia Turistas a la Ciudad de Córdoba	2004	M	personas	Encuesta de Ocupación Hotelera INDEC	Disponible
5	Ocupación Hotelera Ciudad de Córdoba	2004	M	%	Encuesta de Ocupación Hotelera INDEC	Disponible
6	Plazas disponibles hoteles Ciudad de Córdoba	2004	M	plazas	Encuesta de Ocupación Hotelera INDEC	Disponible
7	Estadía promedio en la Ciudad de Córdoba	2004	M	días	Encuesta de Ocupación Hotelera INDEC	Disponible
8	Ocupación en Hostels Ciudad de Córdoba			personas	Cámara de Turismo de Córdoba	Trámite
9	Cantidad de Congresos Ciudad de Córdoba			número	Cámara de Turismo de Córdoba	Trámite
10	Asistentes a Congresos Ciudad de Córdoba			personas	Cámara de Turismo de Córdoba	Trámite
<b>CONSUMO</b>						
11	Recolección de RSU Carlos Paz	2004	M	toneladas	Empresa de Recolección de Residuos	Trámite
12	Ventas de Supermercados zonas turísticas	1998	M	\$	Encuesta de Supermercados, INDEC	Disponible
13	Ventas de Gasoil en Zonas Turísticas	2004	M	m3	Secretaría de Energía de la Nación	Disponible
14	Ventas de Naftas en Zonas Turísticas	2004	M	m3	Secretaría de Energía de la Nación	Disponible
15	Ventas de GNC en Zonas Turísticas	2004	M	m3	Secretaría de Energía de la Nación & ENARGAS	Disponible
16	Ventas Centros de Compras Ciudad de Córdoba	2011	M	pesos	Encuesta a Centros de Compras- DGE de Córdoba	Disponible
<b>INVERSIÓN &amp; EMPLEO</b>						
17	Permisos de Construcción residencial	1994	M	m2	Municipalidad Ciudad de Carlos Paz	Disponible
18	Permisos de Construcción No residencial	1994	M	m2	Municipalidad Ciudad de Carlos Paz	Disponible
19	Permisos de Construcción Hoteles y Restaurantes	1994	M	m3	Total de la Provincia de Córdoba	Trámite
20	Empleo Formal Sector Hoteles y Restaurantes	1996	T	puestos	Sistema Previsional Argentino (SIPA)	Disponible
21	Empleo Formal Hoteles	1996	T	puestos	Sistema Previsional Argentino (SIPA)	Disponible
22	Empleo Formal Restaurantes	1996	T	puestos	Sistema Previsional Argentino (SIPA)	Trámite
23	Empleo Formal Sector Hoteles y Restaurantes, GCBA	1998	T	2001=100	Encuestas de Indicadores Laborales, Min. de Trabajo	Disponible
<b>SECTOR FINANCIERO</b>						
24	Saldo de Préstamos para Hoteles y Restaurantes	1991	T	\$	Banco Central de la República Argentina	Disponible
25	Saldos de Préstamos para Esparc. y servicios culturales y	1991	T	\$	Banco Central de la República Argentina	Disponible
<b>SERVICIOS DE TRANSPORTE</b>						
26	Pasajeros Transp. Urbano Córdoba	1993	M	pasajeros	Municipalidad Ciudad de Córdoba	Disponible
27	Vehículos pas. peajes RA-Córdoba, Total	2000	M	vehículos	OCCOVI e Indec informa	Disponible
28	Vehículos pas. peajes RA-Córdoba, Autos	2000	M	vehículos	OCCOVI e Indec informa	Disponible
29	Vehículos pas. Peaje Ruta 9, Autos	2000	M	vehículos	OCCOVI e Indec informa	Disponible
30	Volumen pasajeros aéreos Aeropuerto Pajas Blancas	1994	M	pasajeros	Aeropuertos Argentina 2000	Disponible
31	Pasajeros Transportados Tren a las Sierras	1994	M	pasajeros	CNRT y Empresa Concesionaria	Disponible
<b>EXPECTATIVAS</b>						
32	Expectativas Consumidores de Córdoba	1998	M	%	Fundación Mercado	Disponible
33	Expectativas Consumo de bienes durables	1998	M	%	Fundación Mercado	Disponible
34	Expectativas sobre ritmo de la economía	1998	M	%	Fundación Mercado	Disponible
<b>PRECIOS</b>						
34	Indice de Precios al Consumidor de Córdoba	1991	M	2003=100	Dirección Provincial de Estadísticas de Córdoba	Disponible
35	Costo de la Construcción de Córdoba	1991	M	2003=100	Dirección Provincial de Estadísticas de Córdoba	Disponible
36	Canasta Básica Alimentaria de Córdoba	2004	M	\$	Consejo Profesional Ciencias Económicas, Córdoba	Disponible

Fuente: IIE en base a fuentes citadas previamente.



**Tabla 6 - Listado de Series y fuentes de Información (continuación)**

Nº	SERIE	INICIO	FREC	UNIDAD	FUENTE	ESTADO
<b>FISCAL</b>						
37:	Recaudación tributaria Municipal de Córdoba	2000	M	\$	Municipalidad de la Ciudad de Córdoba	Disponible
38:	Recaudación tributaria Municipal Mina Clavero	2002	M	\$	Municipalidad de la Ciudad de Mina Clavero	Disponible
39:	Recaudación tributaria Municipal Carlos Paz	1995	M	\$	Municipalidad de la Ciudad de Carlos Paz	Disponible
40:	Recaudación tributaria Municipal Miramar	1993	M	\$	Municipalidad de la Ciudad de Miramar	Disponible
41:	Recaudación tributaria Municipal Santa Rosa de Calam.	1995	M	\$	Municipalidad de la Ciudad de Villa Gral Belgrano	Disponible
<b>RECREACIÓN</b>						
42:	Recaudación Lotería de la Provincia de Córdoba	1994	M	\$	Lotería de Córdoba	Disponible
43:	Recaudación Casino de Carlos Paz	1994	M	\$	Lotería de Córdoba	Disponible
44:	Recaudación Casino de Mina Clavero	1994	M	\$	Lotería de Córdoba	Disponible
45:	Espectadores de Cine en Ciudad de Córdoba	2001	M	personas	INCCA	Disponible
46:	Espectadores de Cine en Ciudad de Carlos Paz	2001	M	personas	INCCA	Disponible
47:	Espectadores de Cine en Ciudad de Mina Clavero	2001	M	personas	INCCA	Disponible
48:	Espectadores de Cine en Ciudad de Villa Gral. Belgrano	2001	M	personas	INCCA	Disponible
49:	Espectadores de teatro en Carlos Paz	2005	M	personas	Cámara de Empresarios del Teatro	Disponible
50:	Espectadores festival Jesús María		A	personas		Trámite
51:	Espectadores festival Villa María		A	personas		Trámite
52:	Espectadores Fiesta de la Cerveza- VGB		A	personas		Trámite
53:	Espectadores Cosquín Rock		A	personas		Trámite
54:	Espectadores Festival de Cosquín		A	personas		Trámite
<b>RECREACIÓN-MUSEOS</b>						
55:	Visitas Museos de la Ciudad de Córdoba		M	visitas		Trámite
56:	Visitas Estancia Jesuítas de Alta Gracia		M	visitas		Trámite
57:	Visitas Parque Provincial "Quebrada del Condorito"	2003	M	visitas	Dirección de Parques Nacionales	Disponible
<b>OTRAS ZONAS TURÍSTICAS</b>						
58:	Afluencia de Turistas a Costa Atlántica	2004	M	personas	INDEC	Trámite
59:	Afluencia de Turistas a Salta	2004	M	personas	INDEC	Disponible
60:	Afluencia de Turistas a Cataratas	2004	M	personas	INDEC	Disponible
61:	Afluencia de Turistas a Bariloche	2004	M	personas	INDEC	Disponible
62:	Afluencia de Turistas a Patagonia	2004	M	personas	INDEC	Disponible
63:	Afluencia de Turistas a Brasil	1996	A	personas	Cámara Argentina de Turismo	Disponible
64:	Afluencia de Turistas a Punta del Este	1994	A	personas	Cámara Argentina de Turismo	Disponible
65:	Afluencia de Turistas a Chile (definir destino)	2001	T	personas	Cámara Argentina de Turismo	Disponible
66:	Movimiento Turístico USA	2001	T	personas	Cámara Argentina de Turismo	Disponible
67:	Movimiento Turístico EUROPA	2001	T	personas	Cámara Argentina de Turismo	Disponible
68:	Movimiento Turístico ASIA	2001	T	personas	Cámara Argentina de Turismo	Disponible
69:	Movimiento Turístico RESTO DEL MUNDO	2001	T	personas	Cámara Argentina de Turismo	Disponible

Fuente: IIE en base a fuentes citadas previamente.

### **9.1. Anexo II: Información seleccionada**

A continuación se exponen las series estadísticas que forman parte del Indicador de Turismo de la Provincia de Córdoba que incluyen un previo ajuste estadístico. Es decir, que cada serie se presenta en la forma de tendencia-ciclo, para lo cual se utilizó el programa X12-ARIMA.

**Tabla 7 - Indicador del Nivel de Actividad de las provincias de origen de los turistas que visitan Córdoba. Año 2008=100**

AÑO/MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	PROM
1994							57.0	57.4	57.7	57.8	57.6	57.1	57.4
1995	56.3	55.5	54.9	54.6	54.4	54.2	53.8	53.4	52.8	52.4	52.3	52.4	53.9
1996	52.8	53.3	53.8	54.2	54.5	54.9	55.4	55.9	56.7	57.6	58.3	58.8	55.5
1997	59.0	59.2	59.5	59.9	60.4	60.9	61.4	61.9	62.4	62.6	62.7	62.8	61.1
1998	63.0	63.4	63.8	64.0	63.9	63.8	63.8	64.0	64.3	64.5	64.8	65.4	64.1
1999	66.1	66.7	67.0	67.1	67.3	67.5	66.1	66.7	67.0	67.1	67.3	67.5	66.9
2000	67.3	67.3	67.4	67.5	67.7	67.8	68.0	68.1	68.4	68.7	69.2	69.6	68.1
2001	69.8	69.8	69.7	69.4	69.3	69.2	68.9	68.4	67.7	66.9	66.1	65.3	68.4
2002	64.5	63.8	63.4	63.2	63.0	62.8	62.6	62.5	62.6	62.8	63.0	63.1	63.1
2003	63.1	63.3	63.7	64.1	64.6	65.1	65.7	66.3	66.9	67.5	68.2	68.9	65.6
2004	69.6	70.3	71.0	71.6	72.4	73.1	73.9	74.5	75.1	75.7	76.3	76.9	73.4
2005	77.6	78.3	78.9	79.6	80.2	80.7	81.3	82.0	82.7	83.4	84.2	85.1	81.2
2006	85.8	86.4	86.9	87.4	87.8	88.3	88.8	89.3	89.8	90.4	90.9	91.5	88.6
2007	92.1	92.7	93.4	94.0	94.6	95.3	95.9	96.5	97.1	97.5	97.9	98.0	95.4
2008	98.1	98.4	98.9	99.5	100.2	100.6	100.8	100.9	101.0	101.1	101.0	100.7	100.1
2009	100.3	99.8	99.3	98.8	98.5	98.3	98.3	98.4	98.5	98.6	98.9	99.3	98.9
2010	99.8	100.3	100.8	101.2	101.5	101.7	102.0	102.2	102.5	102.9	103.3	103.9	101.9
2011	104.6	105.2	105.7	106.1	106.6	107.1	107.6	108.0	108.2	108.5	108.8	109.0	107.1

Fuente: IIE en base a SIPA.

**Tabla 8 - Afluencia de turistas en la provincia de Córdoba**

AÑO/MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	PROM
1994	281,396	280,809	280,726	280,889	281,228	282,420	283,358	281,254	275,604	267,406	258,231	250,274	275,300
1995	247,080	249,705	256,946	265,286	272,351	277,084	280,299	282,500	280,633	273,496	262,375	248,844	266,383
1996	232,306	216,448	206,038	202,982	205,363	210,112	215,687	221,395	227,671	234,334	240,816	246,449	221,633
1997	250,314	251,520	248,774	245,162	243,548	245,060	248,703	252,217	255,255	257,533	258,619	261,531	251,520
1998	269,362	280,098	291,137	298,877	301,776	300,201	296,213	292,218	290,302	290,334	292,939	292,526	291,332
1999	285,795	275,649	266,145	260,056	259,343	264,132	285,795	275,649	266,145	260,056	259,343	264,132	268,520
2000	276,560	269,860	266,895	268,598	273,188	279,290	285,195	290,394	296,073	300,589	301,379	300,304	284,027
2001	299,664	300,727	302,741	305,456	309,753	315,034	318,203	316,320	304,013	282,250	256,068	230,190	295,035
2002	212,533	210,317	223,530	247,107	274,242	299,761	321,584	340,276	358,688	377,930	394,596	406,930	305,624
2003	411,739	406,749	394,234	379,337	367,831	364,443	369,965	381,984	396,072	407,902	416,458	420,293	393,084
2004	418,086	411,607	403,469	396,809	394,689	398,379	407,153	419,450	432,309	443,020	449,733	449,874	418,715
2005	443,812	433,442	422,692	416,083	416,421	423,935	435,934	449,006	460,122	467,818	471,676	473,431	442,864
2006	474,475	473,722	471,083	467,829	465,266	464,263	466,035	469,989	475,361	481,999	488,741	495,050	474,484
2007	499,762	503,150	505,090	505,009	503,048	499,550	494,032	490,002	491,792	500,561	515,095	528,031	502,927
2008	531,734	523,567	505,833	485,959	471,722	467,073	473,530	484,643	491,479	490,243	481,473	472,150	489,951
2009	469,854	473,895	481,297	488,637	493,942	495,899	494,473	489,599	485,376	480,354	472,692	463,370	482,449
2010	456,174	456,004	463,958	475,786	486,333	494,206	499,885	505,893	513,896	527,075	545,436	561,028	498,806
2011	566,406	560,971	547,749	531,564	517,112	507,759	505,049	511,872	529,572	555,759	587,828	624,205	545,487

Fuente: IIE en base a Agencia Córdoba Turismo.

**Tabla 9 - Automóviles pasantes por peajes con posible destino a zonas turísticas  
de la provincia de Córdoba**

AÑO/MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	PROM
1994	310,233	312,071	313,658	314,865	315,705	316,875	318,584	320,879	323,541	325,395	325,549	324,255	318,467
1995	321,740	317,641	312,221	306,441	301,821	299,233	299,196	301,383	304,739	308,543	312,010	314,180	308,262
1996	315,265	317,010	320,380	325,220	330,070	333,409	334,650	332,999	329,099	324,872	322,354	322,591	325,660
1997	325,371	329,008	332,215	334,705	336,208	337,203	337,853	338,854	340,869	343,217	345,836	348,865	337,517
1998	351,949	354,389	356,265	357,336	358,188	359,213	360,245	361,728	363,432	364,850	364,898	362,942	359,620
1999	360,038	357,312	354,932	352,769	351,023	349,750	349,307	349,470	350,122	351,176	352,423	353,263	352,632
2000	353,008	352,370	352,035	352,220	352,396	351,897	351,067	350,377	349,809	349,283	349,053	349,043	351,046
2001	349,080	348,729	348,369	348,527	348,941	349,548	349,274	347,288	343,575	338,495	332,087	325,974	344,157
2002	321,467	318,528	316,723	315,658	314,953	314,140	313,403	313,620	315,261	318,954	324,223	330,662	318,133
2003	337,538	344,136	349,294	352,626	354,747	356,377	358,439	361,191	365,125	369,906	375,298	380,288	358,747
2004	383,361	385,470	387,366	389,084	391,636	395,574	400,285	405,269	410,005	413,763	417,090	419,497	399,867
2005	421,211	423,141	425,876	430,005	434,807	439,705	444,165	447,735	449,956	451,866	454,493	458,500	440,122
2006	463,429	466,775	468,355	469,792	471,748	474,227	477,198	480,442	483,700	486,613	488,817	491,336	476,869
2007	495,880	502,857	510,831	517,792	522,435	525,069	527,023	528,615	530,633	533,653	537,324	539,717	522,652
2008	539,335	536,252	531,803	527,789	525,767	525,987	527,446	530,061	533,056	534,362	533,890	532,665	531,534
2009	532,722	534,364	537,535	541,060	543,978	545,368	544,678	542,486	539,477	537,126	535,243	533,621	538,971
2010	532,236	531,730	532,844	535,009	538,656	544,365	552,193	560,526	568,506	576,185	584,006	593,336	554,133
2011	604,044	617,036	631,149	644,870	655,942	663,190	667,536	671,410	675,896	680,916	686,043	690,481	657,376

Fuente: IIE en base a OCCOVI.

**Tabla 10 - Arribo de Pasajeros al Aeropuerto Pajas Blancas de la Ciudad de Córdoba**

AÑO/MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	PROM
1998	132,937	135,256	137,462	139,285	140,338	140,570	140,267	139,901	139,868	139,992	139,849	139,406	138,761
1999	139,320	139,940	141,591	144,322	147,746	150,898	139,320	139,940	141,591	144,322	147,746	150,898	143,970
2000	158,441	158,401	157,461	155,630	153,523	151,628	150,249	149,124	148,073	147,267	146,723	145,782	151,858
2001	143,677	139,846	134,381	127,886	120,949	114,450	108,958	104,464	100,568	96,718	92,630	88,661	114,432
2002	85,115	82,267	80,283	79,170	78,933	79,309	80,033	80,848	81,472	81,486	80,897	79,946	80,813
2003	79,063	78,727	79,013	79,842	80,817	81,642	82,227	82,696	83,393	84,652	86,431	88,392	82,241
2004	90,210	91,530	92,298	92,501	92,193	91,502	90,705	90,055	89,616	89,329	89,147	88,964	90,671
2005	88,832	88,975	89,566	90,803	92,650	94,618	95,934	95,987	94,593	92,008	88,984	86,281	91,603
2006	84,493	83,657	83,557	83,580	83,232	82,448	81,403	80,490	80,058	80,295	80,828	81,313	82,113
2007	81,387	80,782	79,703	78,553	77,816	77,897	79,040	81,155	83,867	86,797	89,788	92,625	82,451
2008	95,017	96,944	98,099	98,167	97,048	94,822	91,925	89,122	87,161	86,428	87,000	88,525	92,522
2009	90,436	92,231	93,803	95,564	98,118	101,917	106,687	111,535	115,343	117,346	117,347	115,913	104,687
2010	114,178	112,917	112,627	113,268	114,356	115,434	116,320	117,073	117,924	119,170	120,722	122,478	116,372
2011	124,165	125,503	126,101	125,860	124,924	123,557	122,424	122,010	122,380	123,380	124,703	126,407	124,284

Fuente: IIE en base a Aeropuertos Argentina 2000.

**Tabla 11 - Arribo de Pasajeros en servicios de larga distancia nacional  
a zonas turísticas de Córdoba**

<b>AÑO/MES</b>	<b>ENE</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAY</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SEP</b>	<b>OCT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>	<b>PROM</b>
<b>1996</b>	34,705	34,622	34,464	34,231	33,925	33,631	33,416	33,315	33,250	33,134	32,895	32,481	<b>33,672</b>
<b>1997</b>	31,973	31,577	31,528	31,899	32,603	33,450	34,266	34,982	35,814	36,995	38,680	41,082	<b>34,571</b>
<b>1998</b>	44,092	47,316	50,394	52,940	54,833	56,293	57,577	58,818	60,102	61,490	62,909	64,024	<b>55,899</b>
<b>1999</b>	64,646	64,838	64,713	64,522	64,469	64,611	64,938	65,421	65,824	65,775	65,200	64,371	<b>64,944</b>
<b>2000</b>	63,490	62,849	62,722	63,309	64,692	66,621	68,733	70,777	72,555	74,177	75,731	77,354	<b>68,584</b>
<b>2001</b>	79,187	81,152	82,912	83,947	83,885	82,754	80,896	78,594	76,207	74,251	73,050	72,765	<b>79,133</b>
<b>2002</b>	73,462	75,128	77,574	80,620	84,102	87,679	91,041	94,004	96,458	98,025	98,494	97,899	<b>87,874</b>
<b>2003</b>	96,378	94,486	93,057	92,578	93,043	94,345	96,306	98,563	100,927	103,371	106,023	108,782	<b>98,155</b>
<b>2004</b>	111,409	113,482	114,768	115,742	116,987	118,807	121,191	123,825	125,983	126,704	125,744	123,354	<b>119,833</b>
<b>2005</b>	120,373	117,709	115,980	115,618	116,499	118,255	120,372	122,810	126,001	130,676	137,226	145,137	<b>123,888</b>
<b>2006</b>	153,634	161,229	166,828	169,664	169,998	168,986	167,904	167,300	166,990	166,513	165,334	163,756	<b>165,678</b>
<b>2007</b>	162,372	161,896	162,796	164,859	167,478	169,752	171,431	173,069	175,119	177,636	180,018	181,525	<b>170,663</b>
<b>2008</b>	181,582	180,666	180,108	181,297	184,742	189,574	194,019	196,385	196,400	194,705	192,497	191,100	<b>188,590</b>
<b>2009</b>	190,890	191,662	192,206	191,694	190,509	189,518	189,816	192,054	196,034	200,704	204,681	206,844	<b>194,718</b>
<b>2010</b>	206,958	205,129	202,364	200,048	198,481	198,009	198,510	199,512	200,605	201,981	204,231	207,509	<b>201,945</b>
<b>2011</b>	211,889	217,485	223,222	227,131	228,217	226,235	220,572	212,318	202,972	193,462	184,452	176,015	<b>210,331</b>

Fuente: IIE en base a CNRT.

**Tabla 12 - Empleo registrado en Hoteles y Restaurantes. Provincia de Córdoba. En puestos**

AÑO/MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	PROM
1996	6,828	6,867	6,902	6,929	6,946	6,960	6,982	7,011	7,049	7,093	7,147	7,210	6,994
1997	7,254	7,250	7,192	7,111	7,053	7,038	7,070	7,127	7,187	7,263	7,371	7,502	7,201
1998	7,660	7,838	8,028	8,234	8,467	8,712	8,904	9,008	9,021	8,964	8,870	8,765	8,539
1999	8,651	8,544	8,452	8,358	8,228	8,070	8,651	8,544	8,452	8,358	8,228	8,070	8,384
2000	7,991	8,032	8,088	8,147	8,194	8,216	8,231	8,253	8,294	8,345	8,399	8,452	8,220
2001	8,501	8,544	8,587	8,611	8,603	8,571	8,512	8,429	8,326	8,205	8,065	7,907	8,405
2002	7,764	7,657	7,609	7,618	7,637	7,638	7,632	7,652	7,727	7,831	7,920	7,968	7,721
2003	7,994	8,029	8,076	8,140	8,236	8,364	8,521	8,677	8,801	8,896	8,985	9,091	8,484
2004	9,203	9,311	9,417	9,541	9,720	9,966	10,242	10,502	10,696	10,838	10,972	11,131	10,128
2005	11,303	11,452	11,541	11,611	11,727	11,926	12,170	12,399	12,580	12,746	12,973	13,283	12,143
2006	13,647	14,033	14,405	14,709	14,907	14,990	15,026	15,102	15,271	15,490	15,695	15,836	14,926
2007	15,899	15,901	15,890	15,894	15,923	15,976	16,047	16,144	16,266	16,415	16,589	16,803	16,146
2008	17,041	17,250	17,376	17,438	17,512	17,658	17,857	18,053	18,214	18,330	18,384	18,382	17,791
2009	18,355	18,367	18,456	18,597	18,727	18,803	18,857	18,935	19,061	19,204	19,301	19,314	18,831
2010	19,273	19,239	19,268	19,348	19,427	19,482	19,509	19,522	19,520	19,525	19,569	19,672	19,446
2011	19,819	19,952	20,030	20,080	20,147	20,238	20,299	20,259	20,098	19,886	19,684	19,498	19,999

Fuente: IIE en base a SIPA.

**Tabla 13 - Empleo registrado en actividades de Esparcimiento y Recreación. Provincia de Córdoba. En puestos**

AÑO/MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	PROM
1996	2,439	2,443	2,446	2,448	2,440	2,412	2,373	2,340	2,321	2,319	2,331	2,352	2,389
1997	2,375	2,392	2,398	2,391	2,384	2,383	2,393	2,413	2,439	2,465	2,483	2,489	2,417
1998	2,487	2,483	2,484	2,486	2,484	2,481	2,474	2,455	2,431	2,401	2,370	2,343	2,448
1999	2,322	2,307	2,298	2,296	2,295	2,294	2,322	2,307	2,298	2,296	2,295	2,294	2,302
2000	2,155	2,127	2,108	2,099	2,097	2,098	2,097	2,097	2,095	2,095	2,100	2,114	2,107
2001	2,129	2,133	2,125	2,108	2,091	2,082	2,079	2,079	2,077	2,069	2,049	2,018	2,087
2002	1,984	1,962	1,958	1,967	1,973	1,969	1,958	1,950	1,956	1,980	2,023	2,080	1,980
2003	2,144	2,202	2,239	2,263	2,292	2,333	2,388	2,455	2,520	2,579	2,632	2,677	2,394
2004	2,711	2,745	2,782	2,820	2,863	2,909	2,955	3,000	3,040	3,081	3,133	3,202	2,937
2005	3,285	3,381	3,480	3,571	3,645	3,705	3,745	3,766	3,779	3,785	3,788	3,791	3,643
2006	3,801	3,820	3,846	3,889	3,947	4,013	4,083	4,152	4,212	4,264	4,317	4,374	4,060
2007	4,423	4,454	4,472	4,478	4,476	4,467	4,459	4,468	4,505	4,561	4,611	4,636	4,501
2008	4,643	4,647	4,656	4,674	4,703	4,743	4,793	4,849	4,900	4,930	4,930	4,912	4,782
2009	4,884	4,863	4,856	4,852	4,840	4,825	4,814	4,810	4,815	4,832	4,859	4,886	4,845
2010	4,916	4,951	4,991	5,028	5,055	5,070	5,070	5,057	5,036	5,018	5,020	5,049	5,022
2011	5,094	5,135	5,161	5,190	5,248	5,344	5,453	5,537	5,570	5,569	5,563	5,552	5,368

Fuente: IIE en base a SIPA.

**Tabla 14 - Empleo registrado en actividades vinculadas al Turismo. Provincia de Córdoba.**

**En puestos**

AÑO/MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	PROM
1996	9,236	9,291	9,343	9,384	9,395	9,374	9,348	9,341	9,365	9,412	9,477	9,561	9,377
1997	9,636	9,658	9,608	9,516	9,445	9,425	9,465	9,543	9,627	9,728	9,853	9,996	9,625
1998	10,149	10,314	10,494	10,699	10,940	11,196	11,388	11,472	11,448	11,352	11,226	11,098	10,981
1999	10,969	10,853	10,758	10,666	10,539	10,380	10,969	10,853	10,758	10,666	10,539	10,380	10,694
2000	10,144	10,157	10,194	10,248	10,296	10,318	10,331	10,345	10,379	10,427	10,492	10,569	10,325
2001	10,640	10,688	10,716	10,719	10,690	10,648	10,604	10,551	10,473	10,349	10,161	9,925	10,514
2002	9,709	9,572	9,533	9,569	9,612	9,616	9,596	9,603	9,668	9,786	9,927	10,062	9,688
2003	10,181	10,281	10,356	10,417	10,507	10,653	10,855	11,077	11,283	11,459	11,615	11,766	10,871
2004	11,914	12,053	12,195	12,358	12,578	12,864	13,184	13,485	13,722	13,910	14,104	14,327	13,058
2005	14,573	14,810	14,999	15,171	15,376	15,643	15,928	16,177	16,358	16,502	16,703	17,013	15,771
2006	17,406	17,842	18,258	18,604	18,851	19,002	19,113	19,255	19,480	19,750	20,012	20,209	18,982
2007	20,309	20,327	20,327	20,347	20,396	20,451	20,521	20,627	20,792	21,032	21,302	21,570	20,667
2008	21,804	21,973	22,060	22,110	22,210	22,402	22,651	22,905	23,104	23,220	23,244	23,215	22,575
2009	23,182	23,207	23,317	23,462	23,571	23,626	23,665	23,731	23,863	24,023	24,136	24,162	23,662
2010	24,148	24,158	24,246	24,383	24,494	24,554	24,575	24,564	24,535	24,530	24,592	24,734	24,459
2011	24,930	25,102	25,187	25,251	25,384	25,601	25,811	25,888	25,742	25,460	25,156	24,857	25,364

Fuente: IIE en base a SIPA.

**Tabla 15 - Espectadores de Cines en zonas turísticas de la Provincia de Córdoba**

AÑO/MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	PROM
2001	188,269	180,159	171,426	161,833	152,835	147,184	146,259	149,230	154,331	161,075	168,580	175,588	163,064
2002	181,640	186,980	192,411	197,251	200,677	202,925	205,703	209,999	213,876	216,046	216,423	216,889	203,402
2003	218,206	219,321	220,021	223,291	229,784	238,366	246,819	254,185	260,622	266,041	270,206	276,372	243,603
2004	287,087	302,682	319,016	330,228	335,468	335,193	330,708	324,855	319,851	317,117	315,451	310,293	318,996
2005	300,129	288,699	278,935	272,073	270,029	273,796	285,467	302,317	321,342	336,866	345,153	346,038	301,737
2006	340,312	330,512	320,607	313,021	304,441	292,762	277,385	259,305	243,445	234,011	234,207	241,810	282,652
2007	253,504	265,298	274,937	282,368	285,920	283,918	274,765	261,331	247,195	237,006	233,362	235,695	261,275
2008	241,936	247,950	251,245	251,385	252,515	257,119	265,021	273,720	280,033	281,296	277,256	270,177	262,471
2009	262,479	256,386	253,739	254,579	258,836	265,460	274,612	284,370	293,103	300,381	304,775	304,806	276,127
2010	300,492	293,699	286,158	281,274	279,802	282,158	286,883	292,323	296,678	298,078	298,442	301,771	291,480
2011	309,768	320,310	328,695	329,652	321,662	308,883	296,879	291,731	295,129	304,100	314,480	325,585	312,239

Fuente: IIE en base a INCCA.

**Tabla 16 - Recaudación tasas de comercio, industria y servicios en municipios más importantes de las zonas turísticas de la provincia. En pesos constantes de 2003**

AÑO/MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	PROM
1995	436,740	444,418	449,340	452,018	450,259	443,150	434,038	432,109	443,984	468,528	499,109	523,881	456,465
1996	534,532	531,323	520,273	508,825	499,733	493,373	483,693	466,354	444,915	427,446	420,480	426,440	479,782
1997	442,598	460,057	471,703	476,058	475,573	474,111	473,354	473,173	468,822	461,151	454,845	451,493	465,245
1998	452,321	457,333	461,016	458,901	451,120	439,157	428,105	422,723	423,899	429,847	433,275	432,660	440,863
1999	427,071	419,050	412,514	409,488	408,183	409,255	411,238	411,350	408,301	399,417	384,406	364,910	405,432
2000	341,043	315,559	292,776	277,407	269,717	268,825	272,146	276,521	279,094	279,548	279,291	281,286	286,101
2001	291,169	309,591	332,957	353,417	364,659	361,158	341,771	311,341	277,243	246,541	224,503	212,605	302,246
2002	207,152	204,270	202,469	200,101	198,984	199,776	205,120	214,766	226,579	237,712	243,912	243,926	215,397
2003	238,616	230,330	220,447	212,736	209,344	211,097	219,056	230,546	243,259	254,918	266,742	278,277	234,614
2004	290,988	305,995	321,072	333,427	339,259	337,850	330,617	323,658	321,310	323,799	329,262	333,581	324,235
2005	334,522	331,878	329,448	328,961	332,081	339,392	348,221	356,695	363,910	368,344	370,081	370,940	347,873
2006	371,147	370,036	370,619	372,803	375,714	377,040	375,391	370,142	362,566	355,733	349,740	344,939	366,322
2007	342,857	343,724	345,048	348,583	355,553	366,916	382,746	400,337	416,378	431,283	447,788	466,037	387,271
2008	483,168	498,353	508,521	509,373	500,686	485,640	468,267	454,242	445,803	443,986	447,491	456,929	475,205
2009	472,360	488,347	501,797	513,486	522,535	530,325	536,513	539,965	540,727	536,804	529,812	520,171	519,403
2010	509,211	500,695	498,267	502,645	512,814	525,705	540,817	556,257	568,641	578,560	583,180	582,979	538,314
2011	580,845	576,626	570,666	564,790	561,462	560,268	560,512	562,961	569,105	578,971	590,672	607,121	573,667

Fuente: IIE en base a Municipios de Villa Carlos Paz, Santa Rosa de Calamuchita, Mina Clavero y Miramar.