

**El sector turismo en el desarrollo de la Provincia de Córdoba: Resultados, logros y desafíos pendientes<sup>1</sup>**

Tourism and development in the province of Córdoba: Results, achievements and further challenges

**Autoras:** Tamara Wasilcov y Eugenia Perona (Universidad Siglo 21)

**Resumen**

El presente trabajo de investigación reflexiona sobre el escenario turístico de la provincia de Córdoba. Se pretende brindar argumentos para enriquecer la discusión sobre el sector turismo como factor de progreso en la provincia, así como indagar sobre los motivos o causas que dan origen a una fuerte contradicción entre crecimiento turístico y desarrollo. El objetivo del artículo es el de aportar diversos elementos de análisis enfocándose, en particular, en el impacto del turismo en el empleo, el papel de la política pública, y el dilema de la estacionalidad. Se concluye que si bien el turismo en Córdoba contribuye al crecimiento, el mismo no necesariamente responde a los estándares de una triple sustentabilidad social, ambiental y económica.

**Abstract**

This paper analyzes the tourism sector in the province of Cordoba. It puts forward a variety of arguments to contribute to the discussion of tourism as a determinant of economic and human progress. At the same time, it investigates the reasons or causes that give rise to a

---

<sup>1</sup> Las autoras agradecen a la Universidad Empresarial Siglo 21 por el financiamiento y apoyo institucional para la realización del presente trabajo. También desean expresar un reconocimiento a Efraín Molina, quien colaboró aportando información y realizando valiosos comentarios.

strong contradiction between growth and development in the tourism activity. The objective of this article is to highlight various critical aspects of Cordoba's tourism industry, focusing on the impact of tourism on employment, the role of public policy, and the seasonality dilemma. It is concluded that, although tourism contributes significantly to economic growth, it is still far from the standards of a triple-bottom line (i.e., environmental, social and economic) sustainability.

**Palabras clave:** sector turismo – desarrollo regional – Córdoba

**Key words:** tourism sector - regional development – Cordoba

### **1. La actividad turística en la provincia de Córdoba**

De acuerdo con el criterio de zonificación aplicado por el Ministerio de Turismo de la Nación, Córdoba constituye una región turística en sí misma, siendo una de las seis grandes regiones en las que se divide el país, conjuntamente con el Litoral, Cuyo, Norte, Patagonia y la provincia de Buenos Aires.<sup>2</sup>

Como destino turístico en Argentina, Córdoba ocupa el segundo lugar después de las playas de la costa atlántica, ostentando una posición inmejorable desde el punto de vista de sus recursos y atractivos.

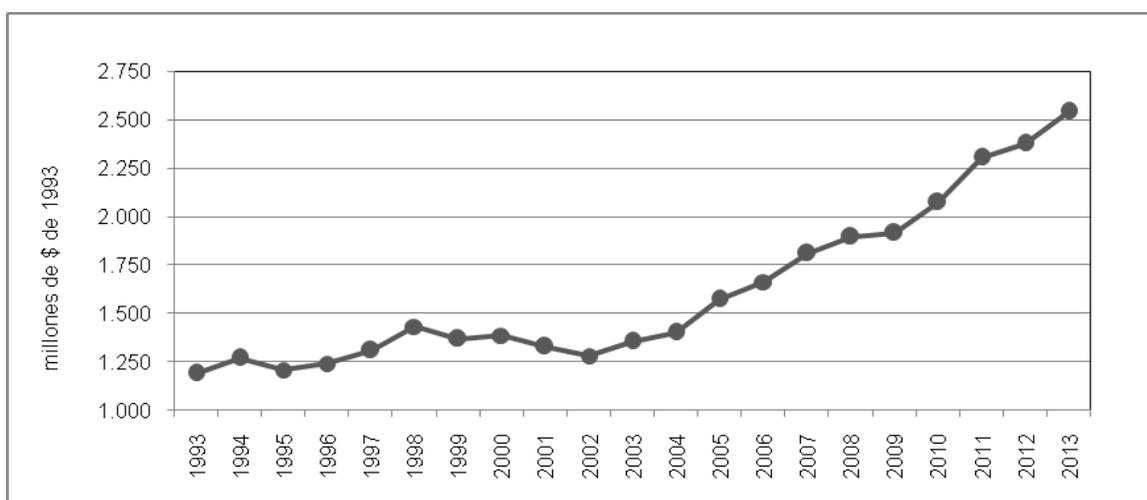
En primer lugar, la provincia se caracteriza por la diversidad de los productos que ofrece, que incluyen turismo al aire libre, cultural, deportivo, rural, académico, de convenciones y eventos, etc. Basado en un relevamiento llevado a cabo por Sturzenegger y Porto (2008), se infiere que Córdoba posee entre el 6% y el 7% de los sitios naturales, los museos, los eventos folclóricos, y las realizaciones científicas y artísticas de todo el país. Sin duda dichos atractivos están asociados con una cierta estacionalidad y territorialidad: mientras que los festivales folclóricos predominan en la temporada de verano y en el interior provincial, los eventos científicos y artísticos se dan mayoritariamente fuera del verano y en la Ciudad de Córdoba.

---

<sup>2</sup> Véase el sitio de la Secretaría de Turismo de la Nación: <http://www.turismo.gov.ar/indexfs.html>

En segundo lugar, la provincia se destaca por su importante volumen turístico. Córdoba cuenta en la actualidad con alrededor de 1,5 millones de plazas disponibles por mes en promedio (INDEC, 2012), superando ampliamente la oferta mensual de plazas en otros destinos nacionales reconocidos. Por su parte, la afluencia turística en cuanto a número de visitantes creció en forma sostenida, duplicando su magnitud entre 2002 y 2012. Se estima que en este último año la provincia de Córdoba aportó un 12% del total de pernoctaciones en Argentina, incluyendo residentes y no residentes (MINTUR, 2012).

**FIGURA 1.** Córdoba: Producto Bruto de Viajes y Turismo a valores constantes (1993-2013)



Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dir. General de Estad. y Censos de la Pcia. de Córdoba.

Dentro de la provincia, el turismo se ha posicionado como una fuente esencial de crecimiento económico, ocupando en la actualidad el 6° lugar en importancia después del sector inmobiliario, la industria, el comercio, el transporte y el agro. Considerando el aporte directo e indirecto de los diversos sectores, el sector turismo provincial explica un 7% del producto bruto geográfico (PBG), con una fuerte tendencia creciente a lo largo de los últimos veinte años (Perona et al., 2013).

Como se muestra en la Figura 1, el Producto Bruto de Viajes y Turismo (PBVT) se duplicó en términos reales en el periodo 2002-2013, siendo la tasa de variación del PBVT con posterioridad a la crisis de 2001, siempre positiva. Con respecto al futuro, las proyecciones de crecimiento turístico para la provincia son buenas, replicando la tendencia a nivel nacional para las distintas regiones del país (MINTUR, 2012).

En medio de este panorama alentador, es importante aclarar que la mayor parte del movimiento turístico que presenta la provincia (96%) es de carácter doméstico. Ello implica que Córdoba como destino no ha logrado la inserción y el conocimiento internacional de otros sitios del país, como las Cataratas del Iguazú, el Parque Nacional Los Glaciares, la Quebrada de Humahuaca, o la Ciudad de Buenos Aires. A pesar de que algunos especialistas llaman la atención sobre este punto, es innegable que el turismo en Córdoba ha evidenciado una evolución destacada.

Al reflexionar sobre los efectos del crecimiento turístico en términos más amplios que los del mero volumen de actividad, surgen, sin embargo, numerosos interrogantes: ¿Ha sido la actividad turística en Córdoba un verdadero propulsor del desarrollo empresario? ¿Ha redundado en un turismo de calidad, amigable para con el ambiente y con un sello e identidad propias? ¿Ha dado lugar a proyectos y planes con visión de largo plazo, promoviendo la cooperación entre el sector público y privado? ¿Ha contribuido al mejoramiento del empleo, especialmente en aquellas zonas del interior provincial donde el turismo es la actividad predominante?

Evidentemente, las preguntas anteriores involucran numerosos aspectos y perspectivas de análisis. En las siguientes secciones se abordarán tres temas centrales: a) el rol del turismo en la creación de empleo, b) el turismo en el marco de la política pública, y c) el problema estructural de la estacionalidad. A partir de dicha selección, es posible arribar a algunas conclusiones sobre la problemática actual del turismo en la provincia, más allá de la simple observación acerca de su incremento cuantitativo.

## **2. Nota metodológica**

Este trabajo es parte de una investigación más amplia sobre el sector turismo en Córdoba, que viene desarrollándose desde el año 2012 por parte de un equipo de investigación de la Universidad Empresarial Siglo 21. El estudio del sector ha incluido distintos focos de análisis, habiéndose abordado el cálculo de indicadores de productividad y empleo, la determinación de la elasticidad de la demanda, un análisis de evolución sectorial por etapas de desarrollo, y el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación (TIC) en la actividad turística.

En el presente artículo se recogen algunos de los resultados hallados previamente, a la vez que se incorporan otros nuevos.<sup>3</sup> El alcance del trabajo es exploratorio-descriptivo (Hernández Sampieri et al., 2006), lo cual se justifica debido a que subsisten numerosos aspectos referidos al turismo en la provincia de Córdoba, que no se conocen o sobre los cuales no existe suficiente información.

Los datos fueron obtenidos tanto de fuentes secundarias – incluyendo la Agencia Córdoba Turismo, la Dirección General de Estadísticas y Censos de la Provincia de Córdoba, el INDEC y el Ministerio de Turismo de la Nación – como de fuentes primarias, a través de un trabajo de campo. Los métodos aplicados incluyeron el relevamiento mediante análisis documental y la realización de entrevistas complementarias a informantes clave, en aquellos casos en que fue necesario conseguir información de primera mano.

### **3. Turismo y empleo: ¿una deuda pendiente?**

Una de las contribuciones generalmente reconocidas de la actividad turística es el impacto que ésta produce en la creación de puestos de trabajo a nivel local. A diferencia de otros sectores productivos, la industria de la hospitalidad es, por su naturaleza, un servicio intensivo en el uso de mano de obra. En este sentido, cabe preguntarse si el avance sostenido que ha experimentado el sector turismo en Córdoba, ha tenido alguna repercusión sobre las poblaciones o comunidades relevantes. Por otra parte, ésta es una manera indirecta de comprobar si el crecimiento turístico está orientado en la dirección de una mayor sustentabilidad social (Cernat y Gourdon, 2012).

En el caso de la provincia de Córdoba, lo que se observa al recabar y analizar los datos de empleo correspondientes a la última década, es que el rápido crecimiento de la actividad turística provincial no se ha traducido necesariamente en más ocupación formal, calificada y permanente. Mientras que el PBVT creció sin pausa entre 2003 y 2012, el empleo *no acompañó este crecimiento* (Figura 2).<sup>4</sup> El número de puestos de trabajo en la industria de la hospitalidad sufrió fluctuaciones considerables durante los últimos años y,

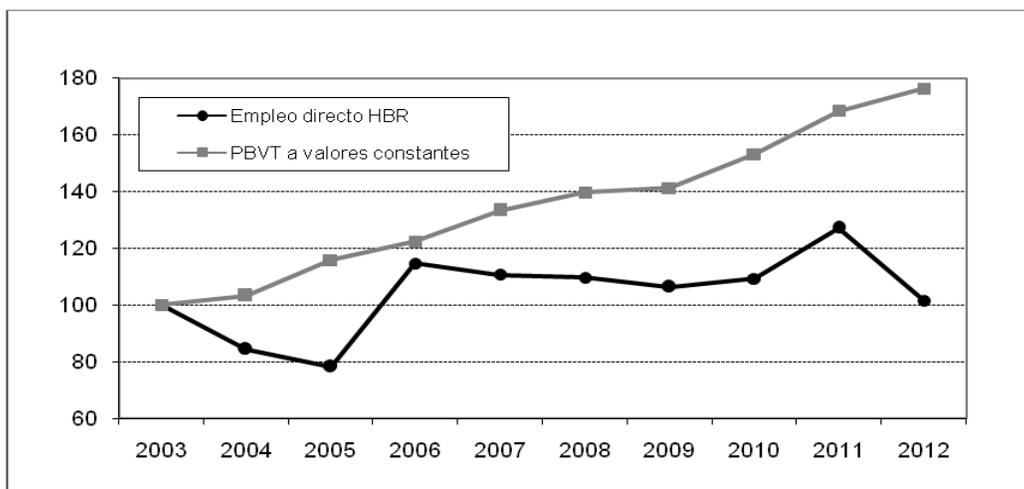
---

<sup>3</sup> Una versión preliminar y más extendida del trabajo fue presentada recientemente en un encuentro a nivel nacional (véase Perona et al., 2014).

<sup>4</sup> La evolución del empleo consignada en el gráfico corresponde al sector de hoteles, bares y restaurantes, por ser una medida más confiable. Los datos fueron obtenidos a partir de la EPH para el Gran Córdoba y Gran Río Cuarto, y extrapolados al resto de la provincia en base a la participación de los departamentos en el PBG.

aunque entre 2006 y 2011 creció en promedio un 15% con respecto a 2003, las cifras para 2012 arrojan valores similares a los de una década atrás.

**FIGURA 2.** Córdoba: Evolución del PBVT y el empleo en HBR (2003=100)



Nota: HBR denota el sector de hoteles, bares y restaurantes.

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Estadísticas y Censos de la Provincia de Córdoba y la Encuesta Permanente de Hogares (EPH).

En valores absolutos, se estima que actualmente el sector de hoteles, bares y restaurantes emplea en forma directa a alrededor de 90.000 personas en el ámbito de la provincia, con un pico de 111.000 personas en el año 2011. Esto equivale, en promedio durante los últimos diez años, a un 6,4% del empleo en Córdoba. Sobre ese total, algo menos de la mitad de los ocupados presta servicios específicamente en la industria del turismo, ya que los establecimientos gastronómicos están muchas veces orientados al consumo de la población local y no al de los visitantes.<sup>5</sup>

Aunque el cálculo es aproximado, se llevó a cabo también un cómputo del empleo indirecto que genera la actividad de viajes y turismo, mediante la demanda derivada a los restantes sectores de la producción. Así, se llegó a la conclusión de que, considerando sus impactos directos e indirectos, la actividad turística en Córdoba estaría hoy conectada con

<sup>5</sup> Se estima que dos tercios del producto de los establecimientos gastronómicos son destinados al consumo local. Dicho valor surge de la matriz de coeficientes fijos utilizada para calcular el aporte directo e indirecto de los distintos sectores económicos al turismo. En el caso de los hoteles, el 98% se imputa a turismo.

la ocupación de unas 300.000 personas, lo que representa un 20% del empleo en el territorio provincial.

¿A qué se debe la divergencia que se observa entre la fuerte expansión económica del sector y su escasa incidencia en cuanto al número de puestos de trabajo? Una explicación posible está en la variación en el *empleo no registrado*, principalmente de carácter *estacional*, el cual ha crecido de manera significativa para acompañar la evolución de la actividad. Bajo esta categoría se incluyen, entre otros, trabajadores familiares, temporarios, ocasionales o de doble jornada; muchos de los cuales se desempeñan de manera informal.

Si bien no existen datos cuantitativos acerca de la magnitud del empleo no registrado en el sector turismo provincial, pueden encontrarse evidencias cualitativas del fenómeno. En diversas entrevistas realizadas a fines de 2013, tanto a funcionarios como a profesionales independientes del sector, se puso de manifiesto esta situación. Los entrevistados no sólo admitieron la dificultad para cuantificar de manera fehaciente y confiable la cantidad y calidad de ocupados que genera el turismo dentro del territorio de la provincia, sino que reconocieron su preocupación por el alto nivel de informalidad que se da en el empleo relacionado con el turismo.

Existen algunas medidas que se vienen aplicando para paliar esta situación, como por ejemplo la implementación del Plan de Capacitación y Formación Profesional llevado a cabo por la Agencia de Promoción del Empleo, dependiente del gobierno provincial. Dicho plan tiene como objetivo entrenar y otorgar certificaciones en oficios a los trabajadores (actuales y potenciales) de diversas áreas, incluyendo de manera específica a la industria del turismo (Agencia de Promoción del Empleo, 2013).

#### **4. Turismo, planificación y políticas públicas**

El importante crecimiento del sector turismo en Córdoba durante la última década invita también a reflexionar sobre otro tema: ¿hasta qué punto dicha evolución es el resultado de acciones y medidas adoptadas por el sector público, orientadas a promover el turismo de la región en forma deliberada y planificada?

Haciendo un poco de historia, se destaca en primer lugar el Plan de Desarrollo Turístico (PLANDETUR), que se implementó entre 1985 y 1995, permitiendo la creación

de una estructura normativa y regulatoria para el sector en el ámbito provincial. A partir de dicho plan y de otras leyes y decretos posteriores, se procedió a la ordenación territorial turística de la provincia, la clasificación de los establecimientos de alojamiento y la fijación de las bases para el turismo alternativo, entre otras cosas. En el año 2003 se sancionó la Ley Provincial de Turismo 9124/03, que contempla a la provincia como una unidad integral de desarrollo y reconoce a la actividad turística como de interés prioritario.

Desde mediados de los '90 se verificó un incremento sustancial en la afluencia de visitantes, así como en la oferta de alojamiento y en la creación y comercialización de nuevos productos turísticos. Este impacto fue reforzado por un régimen de promoción a la inversión, que surgió a partir de la sanción de la Ley de Fomento Turístico (7232/85) y consistió básicamente en desgravaciones impositivas a emprendimientos de distinto tipo. El régimen de promoción se mantiene vigente hasta el presente para todas las zonas turísticas de la provincia, con excepción de la Ciudad de Córdoba en donde se encuentra suspendido desde el año 2012.

Tales iniciativas determinaron que en Córdoba se produjera durante los últimos veinte años un incremento sustancial en la oferta de alojamiento, equipamientos, instalaciones, atractivos y servicios de todo tipo. Sin embargo, esta evolución no fue planificada y dio lugar a una desigual distribución territorial, generando situaciones de saturación en algunas áreas y momentos del año, y de escasez en otras.

En el caso específico de los alojamientos, el número de establecimientos en la provincia creció un 25% entre 2005 y 2012 (MINTUR, 2006, 2012). No obstante, dicha expansión no se tradujo en un aumento de la calidad de la oferta, dado que la cantidad de hoteles de alta gama (4 o 5 estrellas) prácticamente no se ha modificado. El incremento de la oferta en el periodo considerado se produjo, mayoritariamente, en los hostel y albergues (que crecieron un 144%), hoteles sin categorizar (118%), cabañas (79%) y residenciales (51%). Muchos de estos establecimientos operan de manera informal, atendidos por sus dueños y sin demasiados controles.

Una acción de política relevante fue la sanción del Plan Estratégico de Turismo Sustentable (PETS) en el año 2006, en cuya elaboración participaron numerosos actores y representantes de todas las regiones del interior cordobés. La lectura de dicho documento revela un objetivo amplio, donde distintas comisiones, agrupadas en función de un criterio

zonal, trabajaron para detectar fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del turismo en sus respectivas localidades. Posteriormente y en base a los resultados del diagnóstico, se propusieron diversas acciones a mediano y largo plazo, tendientes a paliar o solucionar algunos de los inconvenientes como la fuerte estacionalidad del turismo en las regiones serranas, la infraestructura deficiente, la escasa coordinación entre el sector privado y público, y la necesidad de preservar los recursos naturales y los sitios históricos.

El PETS es, sin dudas, un instrumento esencial en materia de política pública para el sector turismo en Córdoba. No obstante, su contenido es altamente revelador de la ausencia de planificación en los variados destinos del interior provincial. Para la mayoría de las regiones, son recurrentes las menciones acerca de la inexistencia de un plan de desarrollo, la escasa conciencia turística de los pobladores y autoridades locales, la falta de inversión, o la carencia de regulaciones y control de los servicios turísticos (PETS, 2006).

Por otra parte y a pesar de haber transcurrido ya varios años desde que fuera elaborado, las acciones programadas en el PETS están lejos de haberse implementado. Con respecto a este punto, Harrison (2001) señala que es habitual que en los países en desarrollo se formulen planes turísticos – muchas veces financiados y avalados por organismos internacionales – que luego no se ponen en práctica. Esto es más probable que suceda cuando el turismo está orientado prioritariamente hacia los visitantes de origen doméstico, como es el caso de la provincia de Córdoba.

Otra de las acciones recientes en materia de políticas de desarrollo turístico ha sido la adhesión por parte de la provincia a la Red de Turismo Responsable que funciona a nivel nacional. La misma llevó a generar en la actualidad una serie de iniciativas, conjuntamente con el sector privado, con el objeto de promover la adopción de pautas concretas que contribuyan a reducir el impacto sobre el ambiente.

En efecto, la sustentabilidad ambiental constituye una preocupación que está presente entre los actores políticos, académicos, empresariales y de la comunidad en general; pero que es relativamente nueva y ha sido abordada con distintos grados de compromiso. Salvo informes que tratan algún aspecto puntual, o análisis más globales sobre sustentabilidad (e.g. Ricci, 2013), no se han encontrado estudios exhaustivos y abarcadores en Córdoba, respecto de la medida en que el desarrollo turístico incide sobre la naturaleza y el ecosistema.

Otros problemas serios que hacen al desarrollo turístico y su interacción con el ambiente, son las catástrofes producidas por los incendios en las sierras y la cuestión del manejo de residuos, incluyendo la ausencia de una política generalizada de reciclaje. Si bien la provincia cuenta con instrumentos específicos para hacer frente a estas vicisitudes – como la Ley de Manejo del Fuego sancionada en 1999 o el “Programa Córdoba Limpia” dependiente de la Agencia Córdoba Ambiente – muchas veces las acciones previstas resultan difíciles de implementar, al igual que lo que sucede con el PETS. La principal conclusión es que, en general, resta mucho por hacer.

### **5. La estacionalidad como factor estructural**

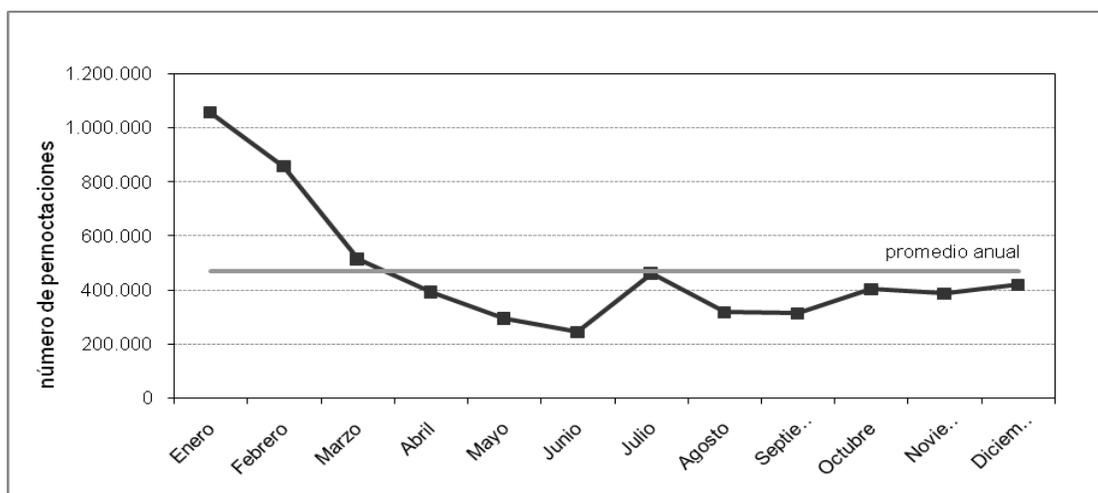
Una de las principales dificultades que enfrenta la provincia de Córdoba es la gran estacionalidad de la actividad turística, lo cual obra como un impedimento para la creación de empleo estable y un desarrollo local sostenido en el tiempo. En conjunto, la provincia presenta un índice de estacionalidad algo menos pronunciado que en otros destinos del país debido a que, en el agregado, el número de turistas que acuden a las sierras cordobesas durante la temporada estival, se compensa parcialmente con aquellos visitantes que llegan a la ciudad, con fines laborales o profesionales, durante el resto del año.

A ello se suma que el turismo recreativo de temporada baja se ha venido incrementando durante el último quinquenio, de la mano del desdoblamiento de las vacaciones de invierno, la organización de festivales temáticos y la introducción de nuevos feriados largos (MINTUR, 2012). Si bien esto ha contribuido a paliar módicamente el problema de la estacionalidad, la realidad es que los destinos turísticos del interior cordobés sufren un fuerte receso en los niveles de actividad durante los meses laborales de abril a noviembre. Como consecuencia, existe una gran capacidad ociosa en términos de activos, instalaciones y recursos humanos, siendo la actitud generalizada de los pequeños empresarios y comerciantes de las zonas serranas, la de trabajar intensamente en enero y febrero a fin de sobrevivir el resto del año.

La Figura 3 describe el fenómeno de la estacionalidad. Los valores indican el número de pernoctaciones que tuvieron lugar en la provincia de Córdoba, en forma mensual, como promedio del periodo 2009-2013. El tomar valores promedio para cada mes

se hizo por razones de simplicidad visual y no afecta la evolución de las series, cuya trayectoria sigue un patrón muy similar en cada uno de los años considerados.

**FIGURA 3.** Córdoba: estacionalidad del turismo (promedio mensual 2009-2013)



Fuente: elaboración propia en base a datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INDEC.

Como se observa en el gráfico, el promedio anual de visitantes que requirieron alojamiento en la provincia durante el pasado lustro, asciende a unos 470.000 turistas. Sólo los meses de enero y febrero superan con creces dicho valor, en tanto que marzo y julio arrojan una cifra cercana al promedio. En suma, los cuatro meses mencionados dan cuenta del 53% de las pernoctaciones que Córdoba recibe cada año calendario. Por el contrario, el periodo de mayo a septiembre (excluido julio) es el de menor nivel de actividad, aportando los cuatro meses un 21% del total de las pernoctaciones.

Este panorama revela la necesidad de concebir iniciativas para estimular el turismo de contraestación. No obstante, el desafío no es sencillo. Algunas propuestas sugieren que, dada la importancia de la ciudad de Córdoba en el circuito de conferencias y actividades académicas, podría intentar promoverse aún con mayor énfasis dicho producto en la provincia, mediante la organización de eventos en las localidades turísticas del interior.

Si bien es una propuesta interesante, su implementación se dificulta en el caso de eventos de gran envergadura o congresos internacionales. El principal limitante es la infraestructura. Actualmente, ninguna de las localidades de las sierras cuenta con abundante hotelería de alta calidad. A esto se suma la carencia de redes de gas natural – un insumo que

en invierno resulta imprescindible por la necesidad de calefacción – así como la inexistencia una red de transporte confiable y eficiente que conecte el aeropuerto de la ciudad de Córdoba con los puntos turísticos del interior.

Una posibilidad que aparece como más factible son las excursiones durante el día, aprovechando que durante el año laboral la ciudad capital recibe gran cantidad de visitantes con fines académicos, profesionales y de negocios. En numerosas oportunidades, muchos de estos turistas (especialmente los extranjeros), manifiestan interés por conocer las sierras u otros atractivos como parte de su estadía en la provincia.

Sin embargo, es difícil acceder a los destinos del interior de Córdoba en épocas de baja temporada, dado que la oferta de servicios no es adecuada. En 2012-2013 se llevó a cabo un relevamiento a 80 agencias de viaje del microcentro de la ciudad de Córdoba, que es el punto de ingreso y concentración de los visitantes. De ese total, sólo 21 agencias (25%) manifestaron realizar excursiones a las sierras, pero luego se comprobó que no todas contaban con ofertas concretas. En definitiva, las que ofrecen excursiones en el día al interior provincial son 13, y la mayoría requiere un número mínimo de pasajeros, reservas anticipadas y no provee rutinariamente guías en otros idiomas. En general, las agencias no cuentan con presencia en los congresos o eventos que se realizan en la ciudad, incluso cuando son de carácter masivo. Si un visitante desea realizar una excursión, debe movilizarse por sí mismo, lo cual sin dudas obra como un desincentivo.

En el marco de la discusión sobre la estacionalidad del sector, cobra relevancia el hecho de que Córdoba presenta una escasa inserción respecto del turismo receptivo. Como se mencionara más arriba, el 96% de los visitantes de la provincia son de origen doméstico, en tanto que los turistas extranjeros provienen en su mayoría de países limítrofes como Uruguay, Brasil o Chile (IIE, 2011).

En este sentido, algunos estudios han mencionado la importancia de abrir los horizontes hacia otro tipo de mercados, incluyendo países emergentes y no convencionales como China, India o Rusia (IERAL, 2011). Una vez más, esto es una idea interesante, pero su puesta en práctica requeriría de una transformación profunda en cuanto a la disponibilidad de infraestructura y calidad de los servicios, lo cual – dada la situación actual de la provincia y el contexto macroeconómico nacional – no parece un proyecto viable a corto plazo. De cara al futuro, no obstante, si se espera encontrar un paliativo a la

estacionalidad, así como lograr que la actividad turística continúe incrementándose a tasas sostenidas, será imprescindible buscar otras opciones.

## **6. Turismo, crecimiento y desarrollo sustentable**

A lo largo del presente trabajo se ha argumentado que la actividad turística en Córdoba ha operado como un propulsor del crecimiento económico, generando efectos multiplicadores en los restantes sectores productivos. Los datos sobre producción de servicios turísticos (PBVT), afluencia turística, pernoctaciones, plazas disponibles, etc.; muestran esta realidad, con curvas marcadamente ascendentes durante la última década.

Sin embargo, el crecimiento del sector turismo en Córdoba no ha sido balanceado: el aumento en la actividad turística no se ha traducido en mayor ocupación, la expansión hotelera no ha resultado adecuadamente planificada, las políticas públicas han sido en general bien intencionadas pero muchas de las acciones previstas no se han llevado a la práctica, y el problema de la estacionalidad continúa siendo de difícil solución.

En otras palabras, *crecimiento económico no equivale a desarrollo*. Para que este último sea posible, es necesario avanzar en otros frentes. En la actualidad, existe un consenso a nivel internacional entre las organizaciones y los investigadores en la disciplina, sobre que el desarrollo del turismo debería adecuarse al estándar de la triple sustentabilidad social, ambiental y económica.<sup>6</sup>

La mera expansión en el nivel de actividad turística no garantiza ninguna de las tres. Ni siquiera la sustentabilidad económica, ya que la misma se evalúa mediante el criterio de eficiencia en la asignación de recursos y el incremento en el volumen turístico, por fuerte que sea, no necesariamente se da de una manera eficiente. De hecho, esto es lo que ocurre en el caso de Córdoba, donde se observan numerosas falencias en materia de capacidad de planificación, emprendedorismo y visión de largo plazo.

Con respecto a la sustentabilidad ambiental, ya se han mencionado algunos de los problemas que padece el sector. Si bien es un tema que suscita el interés tanto del gobierno como de empresarios y comunidades, por el momento, su abordaje a través de estudios y acciones concretas continúa siendo incipiente.

---

<sup>6</sup> Así se lo expresa en el Código Ético Mundial para el Turismo, propuesto por la Organización Mundial del Turismo. Disponible en: <http://ethics.unwto.org/es/content/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>

La sustentabilidad social del turismo en Córdoba es cuestionable. En más de una década, la actividad no ha producido empleo genuino, formal, estable y de calidad. La expansión centrada en gran medida en pequeños establecimientos familiares o Pymes, y orientada principalmente al turismo doméstico, promueve el trabajo informal y estacional antes que la profesionalización de los recursos humanos.

La conclusión de que el turismo en Córdoba contribuye al crecimiento pero no al desarrollo sustentable encierra, por cierto, un dilema: es muy difícil persuadir de esta dicotomía a muchos actores públicos y privados que, en el momento actual, se guían por los datos favorables de la coyuntura. Si a ello se le suma la percepción optimista respecto de que Córdoba es una región rica en recursos turísticos, la paradoja se profundiza.

Es necesario, sin embargo, moderar dicho optimismo. El crecimiento y la potencialidad de la actividad turística son innegables pero, mirando por debajo de la superficie, la naturaleza real y profunda del modo de desarrollo del turismo en Córdoba genera suspicacias sobre la solidez y viabilidad del sector en el tiempo.

Para concluir, se reitera la importancia de continuar avanzando en el estudio y la comprensión de las distintas variables y mecanismos económicos y sociales que hacen al funcionamiento del turismo a nivel provincial. El hecho de que la provincia de Córdoba sea el segundo destino turístico de Argentina le añade trascendencia a esta tarea. De esta manera, se podrá obtener información confiable y en base a ella generar conciencia acerca de las oportunidades y desafíos que presenta el sector.

## **Referencias**

AGENCIA DE PROMOCIÓN DEL EMPLEO (2013) *Catálogo de Formación Profesional*. Agencia de Promoción del Empleo, Gobierno de la Provincia de Córdoba

CERNAT, L. y GOURDON, J. (2012) "Paths to success: Benchmarking cross-country sustainable tourism". *Tourism Management* 33(5), pp.1044-1056

HARRISON, D. (2001) "Tourism and less developed countries: Key issues". En: D. Harrison (ed.), *Tourism and the Less Developed World. Issues and Case Studies*. CABI Publishing, Wallingford y New York, pp.23-46

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ COLLADO, C. y BAPTISTA LUCIO, P. (2006) *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill, México

IERAL (2011) “Una Argentina competitiva, productiva y federal. El turismo internacional en la Argentina”. *Documento de Trabajo*, Año 17, N° 103. IERAL de Fundación Mediterránea, Córdoba

IIE (2011) *Reconversión, expansión y adaptación de la oferta turística de Córdoba*. Instituto de Investigaciones Económicas, Bolsa de Comercio de Córdoba

INDEC (2012) *Encuesta de Ocupación Hotelera*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Buenos Aires. Disponible en: [http://www.indec.gov.ar/principal.asp?id\\_tema=5165](http://www.indec.gov.ar/principal.asp?id_tema=5165) (recuperado el 04/10/14)

LEY 7232 (1985) “Régimen de promoción y desarrollo turístico”. Ministerio de Justicia, Dirección de Informática Jurídica, Gobierno de la Provincia de Córdoba

MINTUR (2006) *Anuario Estadístico de Turismo 2006*. Secretaría de Turismo de la Nación, Buenos Aires

MINTUR (2012) *Anuario Estadístico de Turismo 2012*. Ministerio de Turismo de la Nación, Buenos Aires

PERONA, E., MOLINA, E. y WASILCOV, T. (2014) “El sector turismo como motor del trabajo, el desarrollo y el crecimiento en la provincia de Córdoba”. *V Jornadas Patagónicas de Investigación en Ciencias Económicas*. Universidad San Juan Bosco, Comodoro Rivadavia, 4 al 5 de septiembre

PERONA, E., MOLINA, E., ALLENDE GARCÍA, L., PUSSETTO, L. y FREITES, D. (2013) “Impacto económico y social del turismo en la provincia de Córdoba”. *Oikonomos* 3(1), pp.59-78

PETS (2006) *Plan Estratégico de Turismo Sustentable Córdoba*. Agencia Córdoba Turismo, Córdoba. Disponible en: <http://www.cordobaturismo.gov.ar/plan-estrategico-de-turismo-sustentable/> (recuperado el 04/10/14)

RICCI, M.B. (2013) *Indicadores de Sustentabilidad en la Gestión del Turismo: Una radiografía en la Provincia de Córdoba-Argentina*. Editorial Académica Española, Madrid

STURZENEGGER, A. y PORTO, N. (2008) *La Importancia de la Actividad Económica de Turismo y Viajes en Argentina*. Informe de la Cámara Argentina de Turismo, Buenos Aires