



Universidad Abierta Interamericana  
Sede Regional Rosario  
Facultad de Turismo y Hospitalidad  
Licenciatura en Turismo

## **El fenómeno gastronómico rosarino y su implicancia turística**

Alumna: Romina Bacchiarri

Tutor: Guillermo Frittegotto

Octubre de 2006

## **Agradecimientos**

Quiero agradecerles profundamente a todas aquellas personas que de una manera u otra han contribuido con su sincera ayuda y desinterés a la realización del presente trabajo de investigación. A todos aquellos que me han apuntalado en esta ardua tarea, con una palabra de aliento o de cualquier otro modo.

A la Universidad Abierta Interamericana por brindarme la oportunidad de capacitarme en la actividad que he elegido para desarrollar en mi vida.

Al todos los docentes y personal de la Universidad que se han tomado la molestia de despejar mis inquietudes.

A mi tutor del presente Trabajo Final, Guillermo Frittegotto que desde el inicio ha sabido guiarme y aconsejarme en esta tarea, siempre con la mejor predisposición.

A todos mis amigos, colegas, compañeros y familia que me han apoyado para que alcanzara esta meta tan importante para mi persona.

Lic. Guillermo Frittegotto

Giselle Delannoy

Marcelo Sulichín

Arq. Analía Brarda

Personal Bibliotecario de la Universidad Abierta Interamericana

Personal de la Dirección General de Habilitaciones Municipales de Rosario

Javier Palais

Jimena Carrica

## INDICE

<b>1. Introducción</b>	1
<i>1.1 Objetivo General</i>	2
<i>1.2 Objetivo Específico</i>	2
<b>2. La Gastronomía y su importancia en la vida del hombre</b>	3
<i>2.1 Historia de la alimentación</i>	3
<i>2.2 Identidad y cultura gastronómica</i>	4
<i>2.3 La Gastronomía como patrimonio cultural</i>	6
<i>2.4 Los alimentos bajo un enfoque turístico</i>	8
<i>2.5 Legado gastronómico y Turismo</i>	10
<b>3. Metodología</b>	12
<i>3.1 Análisis de gráficos</i>	13
<i>3.2 Análisis Geoespacial de la oferta gastronómica</i>	20
<b>4. La Ciudad</b>	25
<i>4.1 Ubicación geográfica</i>	25
<i>4.2 Culturas que generan sabores propios</i>	26
<i>4.3 Características turísticas de la ciudad</i>	28
<b>5. El enfoque de sistemas en el turismo</b>	31
<i>5.1 El Subsistema gastronómico dentro del sistema turístico</i>	33
<i>5.2 Características del subsistema gastronómico rosarino</i>	35
<b>6. Las nuevas tendencias del comer</b>	40
<i>6.1 Cocinando profesionales</i>	40
<i>6.2 Falencias en el sector</i>	41
<i>6.3 Una variante de moda</i>	42
<i>6.4 Las apariencias engañan</i>	43
<i>6.5 La presencia enológica en crecimiento</i>	45
<i>6.6 Turismo a fuego lento</i>	47
<i>6.7 Revalorizar los sabores</i>	49
<i>6.8 Rosario crece y se proyecta</i>	50
<b>7. Conclusión</b>	52
<b>8. Bibliografía</b>	54

## 1. INTRODUCCION

Con anterioridad al año 2001, el turismo emisor argentino era notoriamente mayor al turismo interno, dado que el cambio monetario con respecto al dólar estadounidense era de paridad 1 a 1, por lo cual los argentinos elegían destinos internacionales en el momento de viajar. Debido a la fuerte crisis económica que afectó al país a partir de ese mismo año, el dólar se disparó con una relación de 1 a 3 con respecto al peso argentino (es decir, un dólar equivale a tres pesos argentinos), por lo que el país se vio obligado a recurrir a su mercado interno para iniciar un proceso de recuperación económica. Uno de los sectores que mayor ayuda proporcionó como herramienta para dicha recuperación económica fue el desarrollo del turismo interno nacional. Como consecuencia, actualmente la Argentina se encuentra en un período de expansión de la Industria Turística, intentando de este modo explotar sus recursos turísticos para apuntalar el crecimiento de dicho sector a partir de fuertes inversiones en infraestructura, promoción y capacitación de recursos humanos entre otras cosas, dando como resultado el surgimiento de nuevos destinos turísticos y el reposicionamiento de los destinos preexistentes. Lo que se intenta desarrollar es el valor intrínseco de cada destino, destacando sus peculiaridades y cualidades turísticas. Dentro de este contexto nacional, la ciudad de Rosario no se encuentra ajena a este proceso, apuntando a posicionarse en el mercado turístico, promocionando sus atractivos naturales, históricos, culturales y gastronómicos específicos.

Por otro lado, la gastronomía de la ciudad ha ido evolucionando paralelamente a lo largo de los años impulsando hoy una oferta diversificada y numerosa, posicionándose firmemente como sector en crecimiento y como rubro de servicios complementarios (alimentación y recreación) de la industria turística local. Considerándola como uno de los componentes de la oferta turística de la ciudad, ésta se encuentra actualmente en una etapa de despegue y crecimiento sostenido, reflejado en la cantidad y diversidad de nuevos establecimientos inaugurados recientemente. Además la demanda de graduados en las escuelas de cocina se ha incrementado considerablemente debido a que se ha producido un cambio en el mercado gastronómico generando nuevas variantes en la cocina. Debido a ello los restaurantes debieron renovarse y requerir personal con nuevos conocimientos. Esta “revolución gastronómica” que experimenta la ciudad es una herramienta muy útil para acompañar su crecimiento turístico.

Bajo este contexto, este trabajo propone analizar el subsistema gastronómico rosarino, destacando su rol e importancia dentro del sistema turístico, analizando su evolución a lo largo del tiempo, así como identificando las nuevas tendencias que se presentan actualmente en el rubro. Esto permite comprender la estrecha relación existente entre la gastronomía y el turismo, y cómo ésta puede convertirse en un atractivo más que tiene un destino para ofrecer tanto a los residentes como a los turistas que lo visitan.

Para su análisis se tiene en cuenta tanto la evolución cronológica plasmada en las aperturas y clausuras de restaurantes y afines a lo largo de un período de tiempo determinado, para lo cual se tomaron diferentes variables a observar (ubicación, razón social, nominalización del establecimiento, año de apertura, año de clausura, entre otras) y se desarrollaron a partir de ellas los gráficos y análisis correspondientes.

### **1.1 Objetivo General**

- Contribuir al estudio y conocimiento del subsistema gastronómico como elemento integrante del sistema turístico.

### **1.2 Objetivo Específico**

- Destacar la importancia y delinear las tendencias del subsistema gastronómico de Rosario.

## **2. LA GASTRONOMIA Y SU IMPORTANCIA EN LA VIDA DEL HOMBRE**

La gastronomía ha sido una actividad fundamental a lo largo de toda la historia de la Humanidad, ya que ha garantizado la supervivencia del hombre a través de la ingesta de alimentos extraídos de su hábitat natural.

El descubrimiento del fuego y posteriormente su dominio, constituyó una verdadera revolución ya que a partir de él, el hombre fue capaz de cocinar ciertos alimentos para poder ingerirlos y digerirlos mejor. Por consiguiente, el enriquecimiento dietario derivado de la posibilidad de ingerir nuevos alimentos a partir de su cocción, propició el desarrollo evolutivo del hombre, que a partir de su mejor nutrición desarrolló diferentes capacidades (Cordón 1999).

Posteriormente, *“el homo erectus se agrupa para cocinar e inaugura el rito de comer como acto social”* (Ducrot, 2000). No obstante, es con la Revolución Agrícola del Neolítico cuando el hombre adquiere un comportamiento sedentario y comienza a practicar la agricultura para complementar y enriquecer su dieta, aunque mantiene su alimentación a base de carnes. Este autor asimismo sostiene que con la introducción de las carnes, primero de mamut y luego de cerdo, y como consecuencia de los grandes cambios climáticos en el mundo, el hombre alcanza una dieta equilibrada y variada a base de carnes animales, frutas y raíces.

El desarrollo de la actividad agrícola necesitó, a medida que iba ganando complejidad y técnica, de artefactos y herramientas específicas. Es así como a partir del 6.000 a.C. aproximadamente, se elaboran los primeros instrumentos culinarios como ollas y otros artefactos de cocina y es en este mismo momento cuando el hombre se convierte en el primer animal autótrofo que obtiene su alimento preparando y modificando materias primas que se transforman en un alimento nuevo, es decir, el hombre crea nuevos alimentos que la naturaleza como tal no se lo proporcionaba (Ducrot, 2000).

### **2.1 Historia de la alimentación**

Así, como fuente de nutrición y subsistencia orgánica, la alimentación estuvo siempre presente en las preocupaciones del hombre. Principalmente considerada por su carácter imprescindible que aporta los nutrientes y energías necesarias para el organismo, el acto de alimentarse es en la actualidad un medio de satisfacción de las más variadas necesidades, que tiene la capacidad de ofrecer placer a los comensales (Rolim y Giménez, 2003).

Se tiene información de que el primer restaurante del mundo abrió sus puertas en Francia en 1782, y con el tiempo numerosos establecimientos dedicados al servicio comercial de la alimentación se esparcieron por todo el mundo. Según estos autores, inicialmente la oportunidad de frecuentar ambientes refinados, y degustar delicias antes reservadas solamente a la nobleza, seducían a la burguesía en ascenso, contribuyendo a remarcar el status de los que poseían recursos para asistir y consumir en esos lugares. Tiempo después, sin embargo, con la ampliación y diversificación de la oferta de establecimientos dedicados a la restauración, cada vez un grupo mayor de personas pudo paulatinamente tener acceso a los sabores de las comidas realizadas fuera del hogar.

De esta forma, con el correr del tiempo fueron surgiendo diferentes categorías de establecimientos ligados a la gastronomía y al disfrute del tiempo libre, que permitían en cierta forma, la interacción social de los comensales, componiendo una multiplicidad evidente en el sector denominado *Alimentos y Bebidas* o sea, *Food Service*.

## **2.2 Identidad y cultura gastronómica**

Hasta aquí se evidencia el rol imprescindible de la cocina en el desarrollo del hombre. Ahora bien, con el desarrollo de las ciudades y el crecimiento poblacional se fue conformando un sentimiento de identidad y pertenencia a una comunidad y por ende se fueron definiendo las características propias de cada sociedad que, en su conjunto, conforman la cultura. La gastronomía fue tomando paulatinamente un notable papel dentro de la misma a partir de los rituales de la mesa, así como a través de las técnicas de elaboración y uso de recipientes y utensilios. Esto significa que, a partir de la invención de dichas herramientas de cocina, el hombre obtuvo la posibilidad de modificar los alimentos -tal como se los brindaba la Naturaleza- a través de diferentes procesos culinarios que, por ende, significó el nacimiento de la gastronomía como “la cultura de la alimentación”:

*“El elemento cultural de la alimentación de alguna manera es la gastronomía. El hombre pocas veces consume directamente lo que la Naturaleza le ofrece; comienza por transformarlo, originando tradiciones culinarias que sólo se modifican lentamente con el tiempo; pero además no se contenta con nutrirse, no es un acto automático: crea alrededor de ese acto una serie de hábitos, costumbres, ritos, tabúes...; en una palabra, crea todo un entorno distintivo” (Mansilla et al, 1998:32).*

Así, la gastronomía es portadora de elementos culturales representativos y genera un considerable sentimiento de pertenencia e identidad. Como sostiene Montanari (2003) la cocina es portadora de cultura, de tradiciones y de identidad de un grupo. Teniendo en cuenta la relación entre la comida y la identidad, Vidal Bussi (1999) sostiene que la comida más allá de ser una sustancia imprescindible, expresa la propia identidad; es un medio de adaptación, un símbolo de nivel social, económico y cultural, de pertenencia a las sociedades y de participación histórica de un pueblo. Por otra parte es un gesto de afecto y fraternidad, y cada alimento adopta un valor simbólico.

No cabe duda que tanto la conformación de la cultura de un pueblo como la de su identidad corresponden a una lenta construcción histórica. Sin embargo ambas- cultura e identidad- sufren con el tiempo cambios en mayor o en menor medida significativos, produciéndose –debido al contacto con culturas diferentes- nuevas formas y variaciones culturales que muy lentamente van consolidándose y afianzándose generación tras generación. Lo mismo sucede, por ende, con la gastronomía ya que si bien es conservadora, no significa que sea estática, puesto que va modificándose como consecuencia de los cambios sociales o económicos, o a partir de influencias externas (Montanari, 2003).

Otra concepción del término cultura acuñado por Saleño (1999) sostiene que la misma es “*un sistema de expresión simbólica del universo material e inmaterial creado por el hombre*”. Es decir, que la materia prima de la cultura la constituyen los símbolos y cada uno puede adoptar distintas forma, incluso la de sabores. La idea de sabor como símbolo cultural fundamenta una vez más la relación existente entre gastronomía y cultura. Con respecto a esto Roberto de Matta (1996) expone que la gastronomía conlleva implícito modalidades y estilos de alimentación que definen tanto lo que se ingiere como a los comensales, ya que el acto de comer transmite emociones e identidades sociales. Además según De Garine (1999), la gastronomía es el lenguaje a través del cual una sociedad manifiesta su estructura inconscientemente. Por lo tanto los alimentos son indicadores de nivel social. Por ello en algunas sociedades ciertos alimentos se encuentran reservados a grupos selectos o *élites*, o por el contrario, son propios de los estratos sociales más bajos.

Por otra parte, la presentación de dichos alimentos sobre la mesa y el modo en que éstos se ingieren está condicionado por valores culturales y por el poder de adquisición económico de los comensales. No debe dejarse de lado que puede haber tabúes a nivel religioso con respecto a determinados alimentos como es el caso de la comunidad judía. Por consiguiente, el consumo de ciertos alimentos a los cuales se les



adjudica, como se dijo anteriormente, valores de nivel social, es un modo de determinar el estatus social de los comensales. Generalmente los de mayor estatus social y económico, en el momento de cenar fuera seleccionan restaurantes de calidad, posiblemente que ofrezca cocina de tipo gourmet, con un ambiente distinguido y con precios elevados.

### **2.3 La gastronomía como patrimonio cultural**

Las características de una cocina están definidas por la influencia combinada de un ambiente determinado (la disponibilidad de alimentos), la tecnología para producir y preparar los alimentos (con inclusión del modo característico de preparar esos alimentos -cortados, asados, cocidos, fritos- y el principio o los principios de condimentación tradicional de los alimentos base de cada sociedad), la estructura social y económica y el sistema ideológico (representaciones sobre la alimentación y su lugar en la sociedad, la adopción de un conjunto de reglas de comensalía, el número de comidas diarias, el hecho de que los alimentos se consuman individualmente o en grupo, la separación de determinados alimentos para fines rituales y religiosos y la observación de tabúes).

Según Rodríguez Cómer (2003), parte de la cultura de un país se refleja sin duda en su gastronomía, dado que está formada por la razón de ser de un pueblo, su patrimonio, valores que comparte, costumbres que practica, su historia, agricultura, religión y aspectos geográficos, ya que las cocinas se constituyen en primera instancia a raíz de sus recursos naturales disponibles a los que luego puede añadirse aquellos alimentos importados de otro lugar. Por ende, la cultura y la comida típica de un pueblo están íntimamente ligadas.

En relación con lo anterior, puede decirse que el acto de cocinar es significativamente un proceso patrimonialista, porque cuando se eligen ciertas preparaciones sobre otras se están seleccionando ingredientes, condimentos y procedimientos culinarios que identifican a quienes cocinan y a los comensales con un determinado conjunto social, sus ritos, símbolos, tradiciones, aspiraciones y posibilidades. Lo que comemos (y dónde, cuándo, cómo y con quién) y lo que no comemos (y por qué) dicen mucho respecto de quienes somos como individuos y como sociedad.

A ello se le agrega el hecho de que la gastronomía es un arte dinámico influido por los factores geográficos -como el clima, las costas, los ríos, el tipo de suelo y las lluvias, entre otros-, factores históricos -como invasiones, colonizaciones e inmigraciones que han incorporado sus costumbres, alimentos y técnicas en la cocina de

los pueblos (en este sentido Rosario es un buen ejemplo de ello, al igual que el resto del continente americano).

Siguiendo con lo expresado por el autor, éste sostiene que la comida casera -es decir la familiaridad con el alimento-, genera sensaciones de gozo y bienestar en el hombre, ya que el placer de alimentarse lo acompaña toda su vida y además éste no sólo come para saciar el hambre sino también por el simple placer de comer y degustar los alimentos.

La gastronomía argentina es muy diversa debido a que gran variedad de inmigrantes extranjeros se asentaron a lo largo y ancho del territorio argentino, cada uno aportando su propia cultura del comer que fue hibridizándose con la cocina criolla y ambas constituyeron la base de la cocina nacional, la cual es un patrimonio cultural intangible del país, fuente permanente de sentimientos patrióticos y de identidad nacional. Actualmente en el proyecto Marca Argentina elaborado por el gobierno nacional, se consideró a la gastronomía como uno de los componentes de la misma y cabe mencionar además que la Secretaria de Cultura de la Nación ha determinado que el vino tinto malbec, el mate conjuntamente con la yerba mate, el dulce de leche, la empanada y el asado lleven el sello de Patrimonio Cultural, Alimentario y Gastronómico Argentino. En realidad, detrás de todo esto está el objetivo de que estos productos sean un distintivo del país, una marca propia, tal como otros distinguen a países en otras latitudes. No debe olvidarse el hecho de que existen platos típicos comunes en todo el país, pero que a su vez se elaboran regionalmente con ingredientes diferentes que le otorgan un tinte único ya que cada provincia o región utiliza materias primas o ingredientes de la zona o diferentes tipos de cocción. Así se refleja que la gastronomía estimula la imaginación de los pueblos y cada uno desarrolla platos comunes a todo el territorio pero con una característica propia que los distingue del resto y da como resultado gran variedad de combinaciones de sabores. Por ello los restaurantes que saben articular y recrear la cultura gastronómica de cada región a través de la música, la decoración y fundamentalmente a través del propio plato en sí que evoque el sabor de la tierra distante, consiguen actuar sobre la imaginación del cliente, incentivándolo a vivir esta experiencia en su propia ciudad, sin necesidad de movilizarse a dicha región o territorio de origen. Y es precisamente este tipo de restaurantes y bares -que sugieren la idea de que la gastronomía típica de otros países o regiones se trasladan hasta los individuos y no a la inversa como sucedería comúnmente- los que están proliferando en la actualidad en Rosario y en muchas ciudades del mundo, facilitando una experiencia cultural y gastronómicamente exótica y

sugiriendo que se pueden conocer diferentes culturas regionales y extranjeras en la misma localidad de residencia de los comensales, como por ejemplo en Rosario se puede nombrar al restaurante árabe Sheik, Il nono Mario especializado en cocina itálica o Alexandro's que se caracteriza por la cocina griega. Se evidencia entonces el importante lazo comunicacional que constituye la gastronomía para los pueblos del mundo, acercándolos e hibridizándolos culturalmente.

Así, a partir del proceso de globalización, las gastronomías autóctonas han traspasado sus fronteras y se han establecido en diferentes lugares del mundo, permitiendo de este modo al hombre entrar en contacto con culturas y cocinas de todo tipo. De esta manera, la gastronomía se ha convertido en un instrumento de auto representación y de comunicación, puesto que constituye el medio principal a través del cual es posible entrar en contacto con culturas diferentes (Montanari, 2003).

Muchas veces, la gastronomía y los servicios relacionados con ella se transforman en atractivos turísticos propiamente dichos, a través de platos típicos (como es el locro o asado argentino), eventos gastronómicos (el más importante de la ciudad, la Feria de las Colectividades), diferentes establecimientos (como es el caso de la diversidad de restaurantes rosarinos) y también guías especializadas (como las Guías Michelin de Gastronomía, reconocidas mundialmente).

Gastal (2003), sostiene que se produce una modificación en el modo de percibir el acto de cocinar; antes el arte culinario se transmitía entre generaciones en el ámbito familiar. En la actualidad dicho arte culinario fue sustituido por la gastronomía, disciplina que se estudia cada vez en mayor proporción para lo cual se han creado institutos y centros especializados debido a la creciente necesidad de capacitación en el rubro.

#### **2.4 Los alimentos bajo un enfoque turístico**

Las posibilidades de relación entre la gastronomía y el turismo son innumerables. Indispensable para la recepción de turistas, los servicios alimenticios son necesarios en todas las ciudades, y más aún en las localidades que viven o pretenden vivir de la actividad turística, como por ejemplo la ciudad de Mar del Plata, la cual genera su mayor ingreso a partir del turismo.

Para el sector del Turismo, el análisis del segmento de alimentos y bebidas es aún más rico. Fundamentalmente para el desempeño de la actividad turística, los servicios de la alimentación tienen importantes diferencias con otros servicios turísticos y pueden conformar atractivos turísticos en sí mismos (Rolim y Giménez, 2003).

Según dichos autores, para tratar las relaciones que se pueden establecer entre la gastronomía y el turismo, es importante considerar la complejidad de dicha actividad turística:

*“Actividad socioeconómica y cultural basada en el desplazamiento de las personas por diversos motivos, el turismo permite el encuentro de las comunidades autóctonas con los turistas, generando transformaciones en los sitios visitados y enriqueciendo al turista con la experiencia vivida”*  
(Rolim y Giménez, 2003:14).

Cabe destacar que para que la actividad turística pueda ser realizada en su totalidad, se hace imprescindible la existencia de una infraestructura compatible con dicha actividad, donde se destaque la necesidad de disponer de servicios de transporte, hospedaje y obviamente alimentación para los turistas.

Asimismo sostienen que otra importante faceta del segmento de A&B es justamente la de contribuir a la diferenciación de los diversos servicios turísticos. Así la gastronomía puede transformarse en un elemento de diferenciación en el mercado para los diferentes hoteles u otras categorías de alojamiento, líneas aéreas y ferroviarias, eventos, parques temáticos, etc. Por ende, en estos casos la oferta de alimentos constituye una parte importante del producto que se ofrece a los turistas.

De singular importancia es el hecho de que el acto de compartir una comida, es una de las tantas actividades humanas que permiten establecer vínculos entre las personas (comensales) y hace que se informen entre ellos sobre sus intereses, gustos y opiniones. En la mesa, por ejemplo, lo que importa no es solamente el plato de comida, sino el ser saboreado con gusto y principalmente el hecho de que las personas que comparten el espacio y se relacionan amistosamente entre sí como resultado de una predisposición natural del hombre para promover diferentes formas de comunicación (Baechler, 1996). De este modo, además de satisfacer las necesidades fisiológicas, la alimentación permite también la satisfacción de otras necesidades de carácter social, como señalar la pertenencia a un grupo y a una clase social. Un claro ejemplo de ello lo podemos observar cotidianamente cuando las familias se reúnen para almorzar los domingos, símbolo del legado cultural de la inmigración italiana, de gran magnitud en nuestra ciudad y que se convirtió en una práctica casi unánime entre los rosarinos.

Actualmente la experiencia gastronómica que ofrece cada destino turístico está cobrando cada vez mayor peso como un atractivo más que dicho lugar tiene para ofertar a los turistas. Éstos están cada vez más interesados en conocer las culturas locales y sus

manifestaciones, principalmente la gastronomía típica. Sin embargo, esta misma experiencia puede convertirse además en una de las principales barreras de acercamiento entre los turistas y la población residente en destino.

Las cocinas regionales son un ejemplo claro del nexo cultural que ellas posibilitan entre sociedades gastronómicamente diferentes ya que permiten acercarlas mutuamente. Hoy en día es evidente el crecimiento de la oferta de dichas comidas en la ciudad, también denominadas comidas étnicas. Esta tipología culinaria multicultural se hace presente de modo particular en las grandes ciudades o metrópolis receptoras de comunidades inmigrantes donde éstos condicionan la oferta y la demanda de dichas comidas y con frecuencia están involucrados en los lugares que las ofrecen (Padilla Dieste, 2003). En ese sentido hay que diferenciar entre comidas extra-regionales que ofrecen las grandes ciudades (típicas y propias de las colectividades extranjeras) de otras que son la expresión de las comidas regionales nacionales (en nuestro caso el locro o el asado) las cuales tienen un carácter patrimonial para las comunidades receptoras, mientras las primeras son parte de manifestaciones multiculturales urbanas como por ejemplo las comidas típicas de las colectividades residentes en Rosario y que es posible apreciar en la local Fiesta de las Colectividades en el mes de noviembre.

Por último, debe señalarse que los establecimientos gastronómicos rara vez son visitados exclusivamente por los turistas, por lo que su público general se compone de personas del lugar o excursionistas (Rolim y Giménez, 2003). Este es el caso de Rosario, que si bien ha aumentado su cuota de turismo, el grueso de los comensales que disfrutan de los servicios gastronómicos que ofrece la ciudad son residentes locales o personas provenientes del área metropolitana, y al tratarse de un centro urbano que se dedica principalmente al turismo de negocios, congresos y convenciones, la oferta diferenciada actual de bares, restaurantes y lugares nocturnos potencializa las posibilidades de entretenimiento y puede contribuir inclusive a que el turista aumente su estadía promedio en la ciudad.

## **2.5 Legado gastronómico y Turismo**

La "cocina" incluye, fundamentalmente, aquellos alimentos, preparaciones y técnicas que son considerados como propios o típicos (originarios y/o apropiados) de un determinado lugar, sector social, región o nación, y constituye también un signo de su identidad colectiva. A decir de Ciselli (2003), diversas recetas traídas por los inmigrantes en su viaje a la Argentina son recreadas en la actualidad y vendidas a los turistas como símbolo de su cultura y nacionalidad. Por ende, las comidas que hoy día

exponen las diferentes asociaciones de inmigrantes extranjeros-por ejemplo en la ya mencionada Fiesta de las Colectividades-forman parte del proceso de adaptación a la nueva sociedad que ellas mismas llevaron a cabo y además es un medio para reavivar sus respectivas raíces en lucha contra la ruptura física que experimentaron con el territorio nacional o regional.

Según Gentile (1986), la nacionalidad no sólo es la pertenencia al Estado a través de la ciudadanía, sino también el sentimiento y la conciencia de pertenecer a su respectiva nación, la voluntad en los que viven fuera de su país de preservar los vínculos de la lengua, la cultura, los afectos y los intereses con la nación de origen. Es por ello que existen en las ciudades que acogieron un crisol de colectividades-como Rosario-además de restaurantes que se dedican a la gastronomía extranjera en forma netamente comercial y a veces incluso por una cuestión de “moda”, descendientes directos que mantienen las tradiciones culinarias específicas agrupados en organizaciones, familias o asociaciones que mantienen vivas las fiestas, la gastronomía y las costumbres (Rodríguez Córner, 2003).

### 3. METODOLOGIA

El presente apartado del trabajo de investigación está orientado a realizar un análisis evolutivo de la oferta gastronómica de Rosario a fin de conocer sus características y visualizar tendencias, así como la importancia que reviste para el sistema turístico de la ciudad.

Para la elaboración del mismo se utilizó tanto datos primarios como secundarios. Con respecto a los datos secundarios se investigó bibliografía referida a la importancia de la gastronomía en la vida del hombre, su relación con la identidad, la cultura y el turismo, así como también con la inmigración en Rosario.

Luego, para la producción de datos primarios se utilizó información otorgada por la Dirección General de Habilitaciones Municipales de Rosario. A partir de ello se realizó un relevamiento basado en los siguientes criterios: el rubro de los comercios, su situación actual (activo o cerrado), el o los titular/es, la ubicación y la fecha de habilitación y/o de cierre de los mismos (Ver Anexo). Cabe destacar además que el período considerado en la presente investigación corresponde al período comprendido entre los años 1961 y 2005 dado que lo que se pretende es realizar un análisis evolutivo y para ello era necesario considerar un período bastante amplio de tiempo para observar más fácilmente dicha evolución.

A los diferentes rubros comerciales se los categorizó según analogías establecidas en el informe, para simplificar la cantidad de denominaciones existentes. Luego se procedió a tabularlos y a la realización de los gráficos correspondientes para cada criterio seleccionado en dicho relevamiento. Sólo se tuvieron en cuenta aquellos comercios en los que figuraba, entre otras, la denominación “restaurant”, “parrilla” y “cantina” ya que en dichos establecimientos se tiene un manejo similar del servicio de restauración, y se omitieron aquellos que figuraban como bares, comedores, sandwicherías, cafés, etc. por corresponder a servicios parciales o muy básicos. Por ello finalmente los establecimientos seleccionados fueron 1343 según dicho criterio.

Cabe destacar que muchos de los restaurantes seleccionados en el informe figuran como activos aunque, en realidad, muchos de ellos se encuentran cerrados y no han informado a la Dirección General de Habilitaciones Municipales de su decisión de cierre. En consecuencia el presente análisis es relativo y tentativo, ya que no existe en la ciudad ningún organismo o institución que lleve a cabo un control de dicha situación.

Por otra parte, muchos establecimientos han comenzado sus actividades incluso antes de que les sea otorgada la habilitación correspondiente. A pesar de ello, han dejado constancia de la fecha en que verdaderamente han comenzado a funcionar como

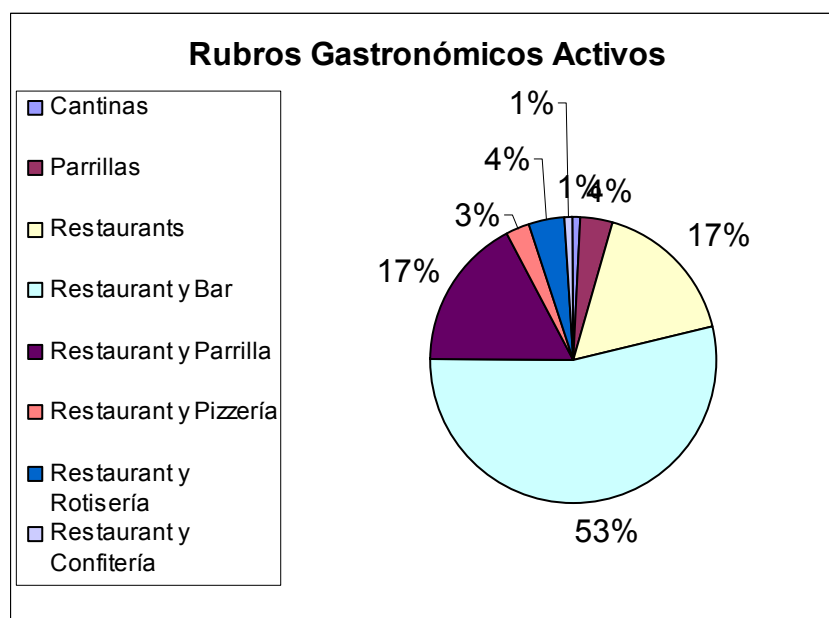
tales, por lo que en estos casos se ha considerado como fecha de apertura la que sus titulares han declarado en el momento de la habilitación y no la fecha en que fueron habilitados en sí.

A continuación se procederá al análisis de los gráficos realizados a partir de dicho relevamiento.

### 3.1 Análisis de Gráficos

Inicialmente lo que se realizó fue un análisis estadístico de los rubros gastronómicos que existen en la ciudad, considerando –como se dijo anteriormente– sólo aquellos que incluían las denominaciones “restaurant”, “parrilla” y “cantina”. A partir de ello se obtuvo el siguiente gráfico:

Gráfico 1

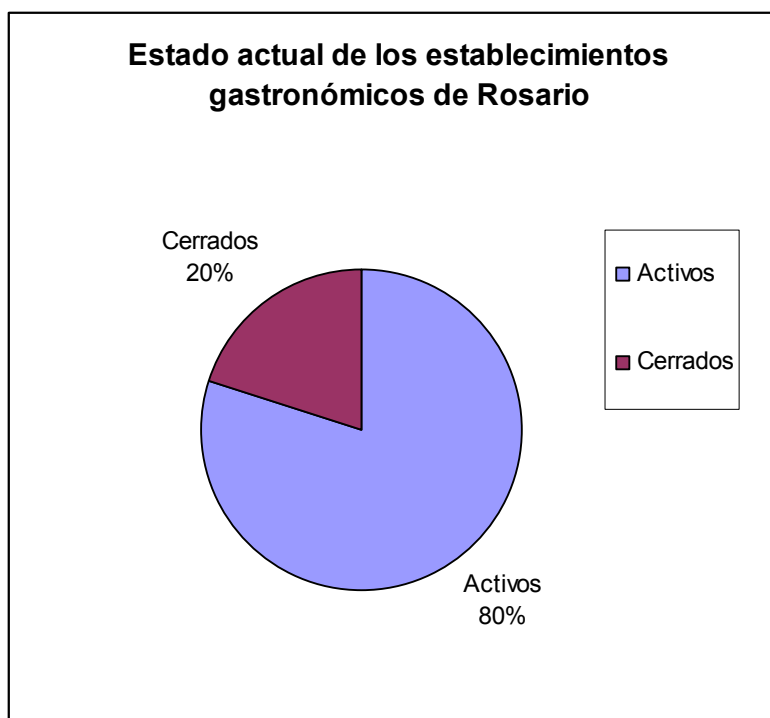


Fuente: Elaboración propia (2005)

Como se puede observar, de un total de 1343 establecimientos procesados desde 1961 al 2005 - incluidos aquellos que actualmente se encuentran cerrados-, el 53% corresponde a la categoría “Restaurant y Bar”, con una marcada superioridad numérica sobre el resto. En orden descendente le siguen -con una cantidad idéntica entre sí- las categorías “Restaurant” y “Restaurant y Parrilla”, ambas con el 17%. Estas 3 categorías son las más representativas de la oferta gastronómica en la historia de Rosario. Luego le siguen la “Restaurant y Rotisería” con el 4%, cifra muy similar a la de “Parrillas” con un 4%. Finalmente el 5% restante se reparte entre la de “Restaurant y Pizzería” (3%), “Restaurant y Confitería” y “Cantinas”, ambas con el 1%.



**Gráfico 2**



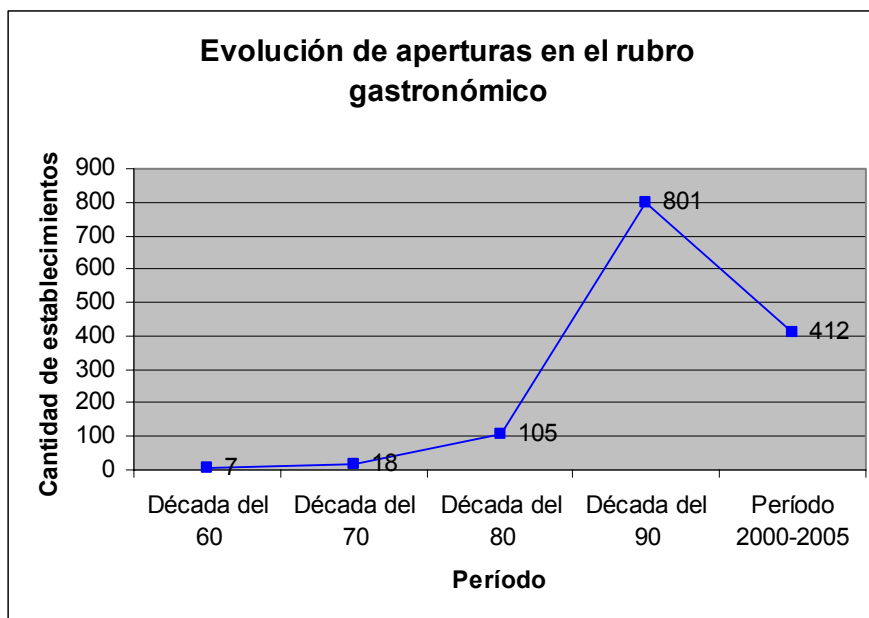
Fuente: Elaboración propia (2005)

El Gráfico 2 corresponde a un análisis estadístico del estado de los establecimientos gastronómicos de todos los rubros descritos anteriormente durante el período 1961-2005. El 80% de ellos figuran activos, aunque como se aclaró anteriormente no todos lo están debido a que muchos no han notificado su cierre y continúan figurando como tales. El 20% restante consta como establecimientos cerrados.

En cuanto a la evolución de las aperturas a lo largo del tiempo, en el Gráfico nº3 se observa que durante la década del '60 el desarrollo del rubro gastronómico era muy limitado, ya que sólo abrieron 7 establecimientos, ampliándose en cantidad en la década siguiente con 18 aperturas. Sin embargo, si bien la tendencia continuaba en aumento paulatino, durante los '80 se produjo un importante incremento de las mismas, superando las 100 aperturas. Lo mismo ocurre en los '90, período en que la cifra asciende notablemente un 800%, lo que se traduce en un increíble crecimiento del rubro en la ciudad. Finalmente en el período 2000-2005, si bien se toma en cuenta la mitad de los años contenidos en los períodos anteriores, ya se perfila que la cantidad de aperturas alcanzará el volumen de los años '90 y posiblemente lo supere ya que en cuatro años y medio- dado que se consideró hasta el mes de junio de 2005- las aperturas corresponden a más de 400. Por lo expuesto, se deduce que el gráfico tiene una marcada pendiente positiva que simboliza el desarrollo en aumento del sector gastronómico de Rosario a lo

largo de los años '60 hasta la actualidad, si bien en el último período por ser un lapso de tiempo menor la pendiente se torna momentáneamente negativa. Cabrá analizarlo en el año 2009 para constatar dicha tendencia en aumento.

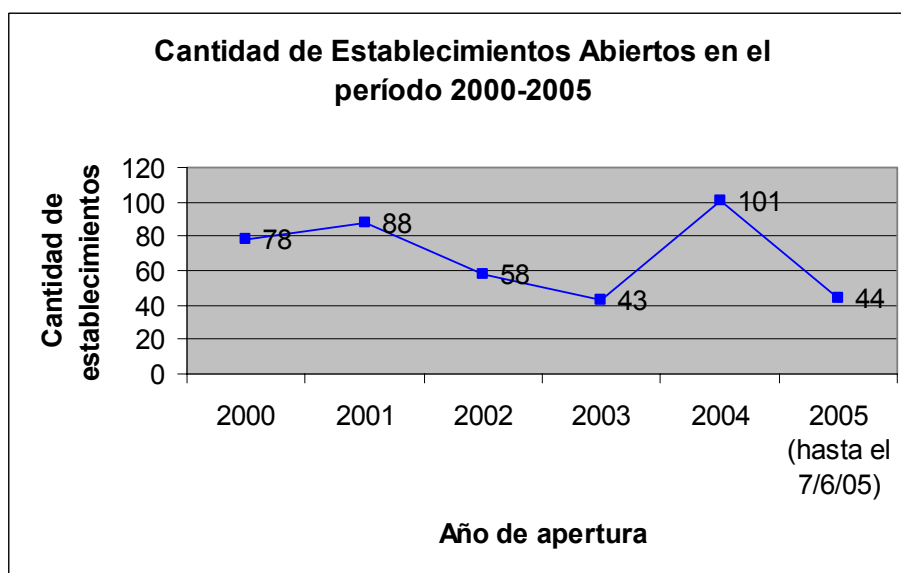
**Gráfico 3**



Fuente: Elaboración propia (2005)

Para un análisis profundo del período 2000-2005, se ha elaborado el siguiente Gráfico nº4.

**Gráfico 4**



Fuente: Elaboración propia (2005)

Como puede observarse, durante los años 2000 y 2001 las aperturas corresponden a un incremento sostenido, reduciéndose levemente durante el 2002 y

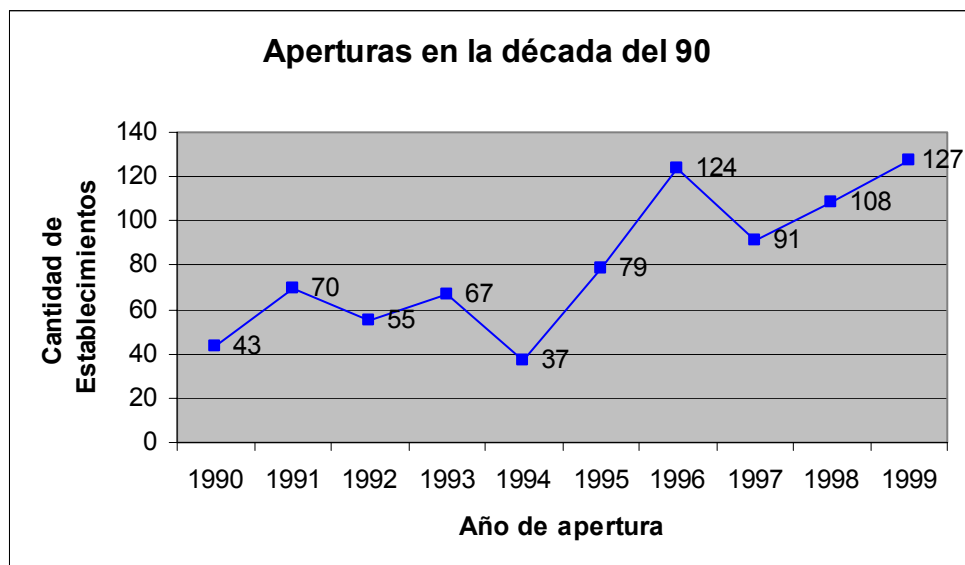
especialmente durante el 2003 producto, tal vez, de la crisis económica que atravesó la Argentina a finales de 2001 pero que manifestó sus consecuencias en los dos años siguientes. La recuperación lenta pero constante se tradujo en un aumento de dichas aperturas en el transcurso del 2004 - superando incluso a los dos primeros años del período-, con 100 nuevos establecimientos. Finalmente en los primeros seis meses del año 2005, la cifra es de 44 aperturas que evidencian que la tendencia de crecimiento del rubro continúa, ya que es una cifra importante considerando que sólo se tabularon la mitad de los meses del año.

Analizando anualmente la década del '90-correspondiente al gráfico n° 5-, se refleja que a grandes rasgos la tendencia fue de crecimiento si bien se evidencian altibajos año a año.

Durante los primeros cinco años (período 1900-1994), los años 1991 y 1993 fueron los de mayor crecimiento, igualándose prácticamente con 70 aperturas cada uno, mientras que los de menor crecimiento corresponden a los años 1990 y 1994 con aproximadamente 40 aperturas. El año 1992 fue un punto intermedio entre ambos extremos mencionados, con 55 nuevas aperturas del mercado.

En lo que respecta al segundo período de los años '90, el gráfico señala claramente un incremento significativo del sector gastronómico, dado que la mínima es de 79 aperturas en el año 1995, la cual supera en un 12% a la máxima alcanzada en el año 1991. Sin embargo existe una importante escalada del sector del año 1995 al año 1996, en la que las aperturas aumentaron en un 57% de un año a otro siendo 1996 el año clave de mayor crecimiento y despegue para dicho sector de servicios. En el año 1997 el crecimiento se reduce un 27%, pero aún así es mayor que el de todos los años anteriores de la década, a excepción del año 1996. En 1998 el porcentaje de crecimiento es mayor traducido en un 19% con respecto al año anterior. Finalmente el año 1999 alcanza nuevamente la cifra de aperturas logradas en 1996, aunque el nivel de crecimiento corresponde solamente a un 18%.

Gráfico n° 5

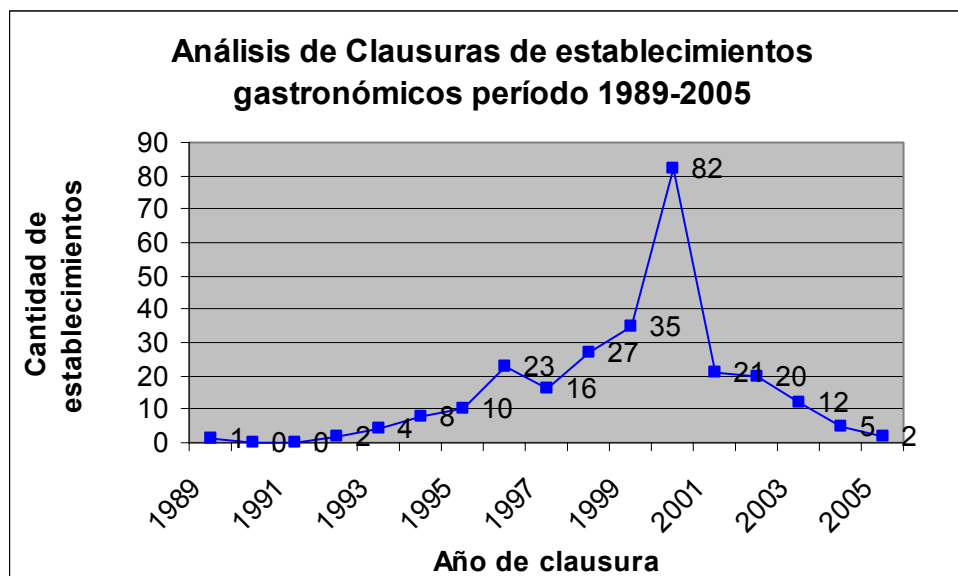


Fuente: Elaboración propia (2005)

El siguiente gráfico corresponde a los establecimientos que han cerrado durante el período 1989-2005. Cabe aclarar que se tomó como referencia el año 1989 dado que dichos establecimientos que figuran en los registros de la Dirección General de Habilitaciones Municipales de Rosario siguiendo los criterios de selección antes mencionados, constan como *cerrados definitivamente* sólo a partir de dicho año, no contando con registros de esa índole en años anteriores a 1989.

Como se observa en el presente gráfico, en el período 1989-1995 no son demasiados los locales que han cesado en sus funciones. Sin embargo, a partir de 1996 la tendencia comienza a aumentar, alcanzando un pico máximo en el año 2000 con poco más de 80 cierres. Por lo tanto dicha tendencia en el período 1996-2000 fue en aumento con un leve descenso en 1997, pero crecimiento sostenidamente los 3 años posteriores. Sin embargo es notable la brecha entre el año 1999 y el año 2000, año en el cual los cierres representaron un crecimiento del 134% con respecto al año anterior. En el año 2001 nuevamente se evidencia una gran brecha, pero esta vez la tendencia de cierre de los locales gastronómicos en descendente, cayendo ese mismo año un 75% con sólo 21 cierres. La misma tendencia continúa siempre disminuyendo en forma paulatina hasta la actualidad.

Gráfico 6



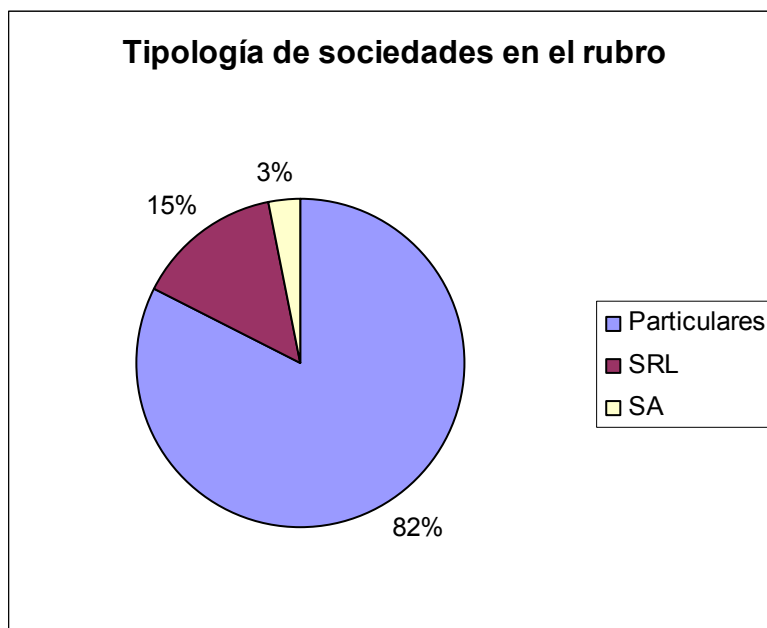
Fuente: Elaboración propia (2005)

A continuación el Gráfico 7 analiza la tipología de sociedades que se da en los establecimientos del rubro de la gastronomía, es decir, si su conformación legal corresponde a empresas particulares, a sociedades de responsabilidad limitada (SRL) o a sociedades anónimas (SA).

De un total de 1343 locales procesados-incluyendo tanto los activos como los cerrados desde 1961 hasta mediados de 2005- se observa la tendencia mayor en esta área de servicios es la de empresas de propiedad individual, también llamadas unipersonales o familiares (82%) que son aquellas que son propiedad de un individuo, el cual tiene entero derecho a recibir los beneficios que genere e negocio y es totalmente responsable de las pérdidas en que incurra (Fischer et al; 1989). Esto da cuenta de que la mayoría de estos emprendimientos surgen en el seno de las familias o grupos familiares y son muy pocas aquellas que pertenecen a grandes empresas. Tal vez alguna minoría de estas empresas haya prosperado hasta convertirse en SRL o haya surgido como tales desde el inicio de sus actividades. De cualquier manera las sociedades de responsabilidad limitada representan un 15% del total y son aquellas cuyos propietarios son dos o más personas que participan conjuntamente en los beneficios y en las pérdidas. El 3% restante corresponde a sociedades anónimas (SA), es decir empresas de magnitud considerable con gran cantidad de socios y accionistas que sólo son responsables de sus inversiones en la sociedad, incluso aunque éstas no alcancen para

cubrir las pérdidas en que incurra. Dado que sólo representa un 3% del total, esto significa que es la más débil de las 3 tendencias posibles en el sector.

**Gráfico 7**



Fuente: Elaboración propia (2006)

Por todo lo analizado anteriormente se deduce que el sector gastronómico rosario ha crecido significativamente a partir de la década del '90, especialmente a partir de 1995, manteniendo esta tendencia en la actualidad. Puede observarse además que la crisis económica argentina del 2001 afectó indudablemente al rubro, como a muchos otros, produciendo un notable incremento de los cierres de restaurantes en el período 1999-2001, a lo cual siguió un estancamiento en las aperturas en los dos años siguientes, pero que finalmente despegó en el año 2004 superando la cantidad de aperturas de los años anteriores a dicha crisis.

Con respecto a la categoría de establecimientos gastronómicos, se visualiza que la mayoría corresponde a la denominación "Restaurante y Bar" que representa poco más del 50% de los establecimientos procesados, seguida de "Parrilla" y "Restaurant", ambas representando casi el 20% de los mismos respectivamente. Con respecto a la constitución legal y jurídica de los mismos, se evidencia que más del 80% de dichos establecimientos corresponden a dueños particulares, resultado de micro-empresarios familiares, con escasa presencia de Sociedades de Responsabilidad Limitada en el sector (sólo el 15%).

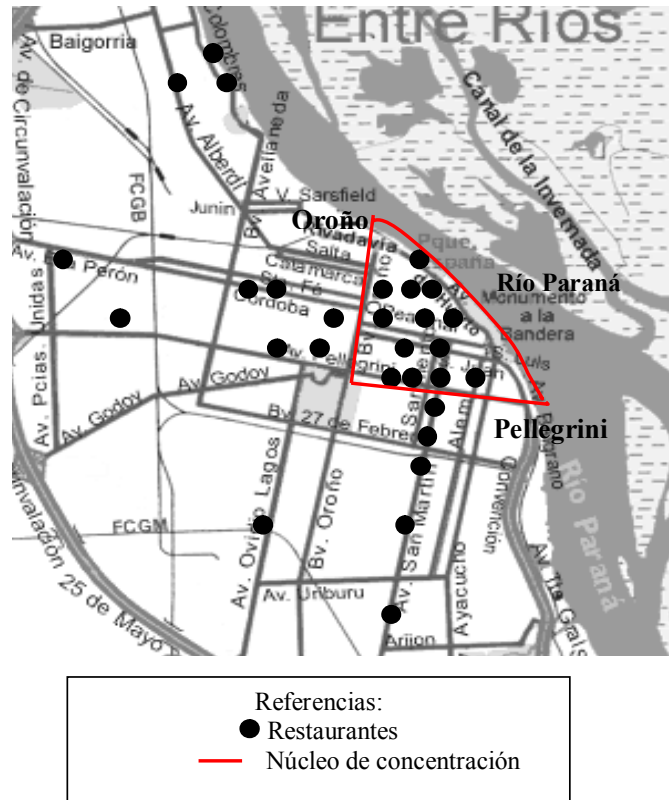
Atendiendo a su ubicación en el plano de la ciudad de Rosario, el análisis geoespacial de los mismos ha demostrado que en su mayoría y desde el nacimiento de la actividad gastronómica local, se ubican en el radio céntrico, que posee como núcleo de mayor concentración a la zona comprendida entre las calles Boulevard Oroño, Avenida Pellegrini, y el río Paraná. Con el tiempo este núcleo ha mantenido su importancia y no se ha desplazado, pero sin embargo a partir de los últimos años de la década del '90 y hasta la actualidad, el radio de ubicación de los restaurantes se ha ampliado tanto hacia el oeste, como hacia el sur de la ciudad.

### **3.2. Análisis Geoespacial de la oferta gastronómica**

El presente apartado tiene como objetivo realizar un análisis geoespacial de la distribución de la oferta de restaurantes de la ciudad de Rosario, estableciendo las arterias principales de concentración, así como las áreas más densas en oferta de restauración desde el año 1961 hasta el año 2005, separando dicho análisis en dos períodos: el primero hasta 1989, y el segundo desde 1990 hasta 2005. Cada punto de color negro indicado en los diferentes gráficos corresponde a un establecimiento gastronómico, en cualquiera de las categorías anteriormente establecidas en el Gráfico n°1 de la Metodología.

En el período que va desde 1961 y hasta 1989 la oferta de restaurantes en Rosario era reducida –en comparación con la oferta actual- y como se observa en el Mapa n° 1 el núcleo principal se concentraba en el radio comprendido por las calles Boulevard Oroño al oeste, Avenida Pellegrini al sur, y el río Paraná hacia el este y el norte. Este sector fue desde los comienzos el lugar donde se asentaron los primeros restaurantes de la ciudad, por lo que es la zona más tradicional en ese aspecto. Cabe aclarar si embargo, que fuera de esta zona principal existen puntos aislados que se prolongan hacia el sur de la ciudad por calles Sarmiento y San Martín hasta Arijón (ver Mapa n° 1), así como hacia el oeste hasta Avellaneda (ver Mapa n° 2). Dichos puntos aislados con el tiempo fueron delineando nuevas zonas en las que muchos restaurantes comenzaron a establecerse, como se verá más adelante, dando lugar a nuevos focos de concentración de la oferta. Las líneas negras del Mapa n° 1 identifican el núcleo antes referido, mientras que las líneas identificadas con color rojo en todos los gráficos expuestos corresponden a las calles que señalan algún tipo de límite espacial (en este caso Bv. 27 de Febrero y Arijón) o que se destacan como arterias principales (calles Sarmiento y San Martín) en la distribución, como se menciona en el análisis.

**Mapa n° 2: Distribución de los restaurantes en Rosario hasta 1989**



**Fuente: Sobre plano tomado de Argentina Turística (2006).**

Lo mismo ocurría en la zona oeste de Rosario, donde una vez más la presencia de establecimientos gastronómicos era casi nula. Sólo se encontraban aisladamente algunos restaurantes en torno a Avenida Pellegrini y hacia el norte hasta calle Córdoba.

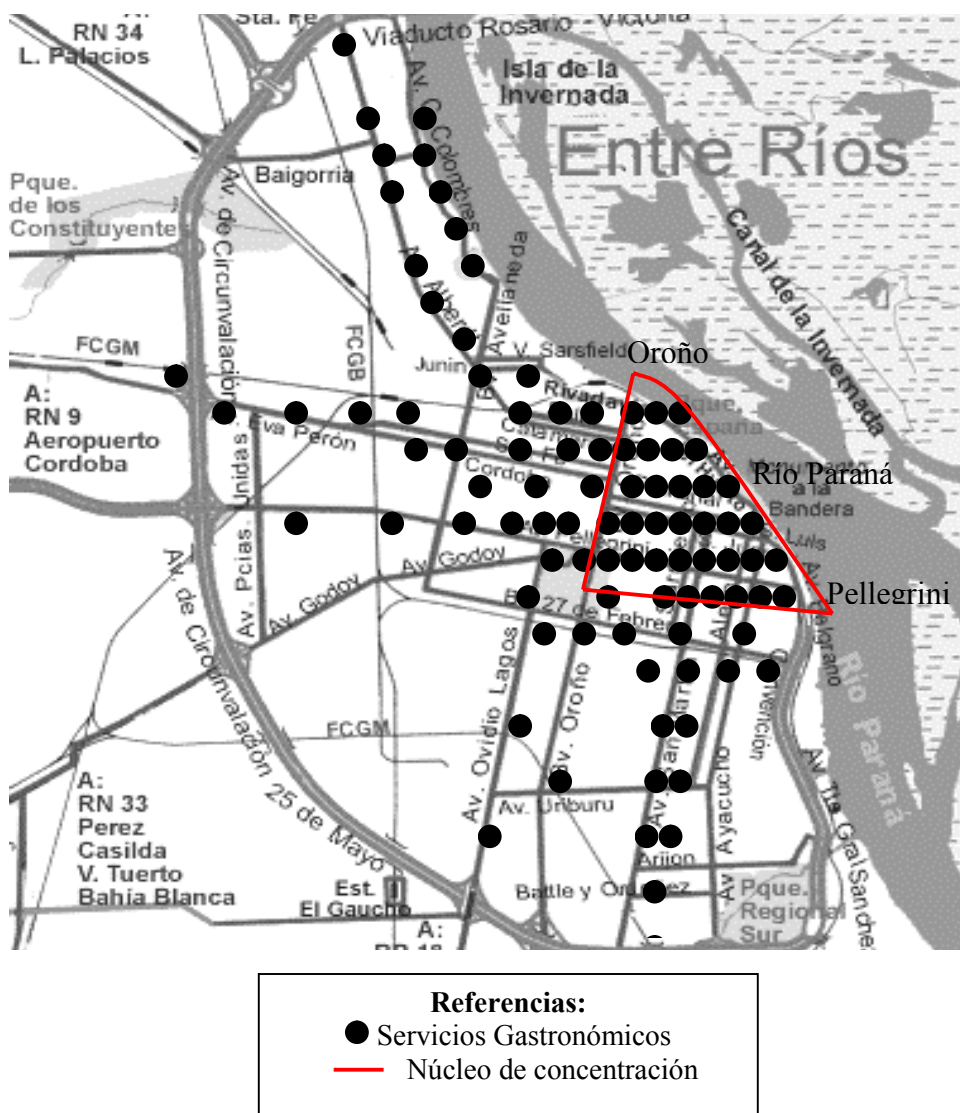
Como puede observarse, hasta 1989 en la zona norte y noroeste de la ciudad la presencia de restaurantes en todas sus categorías era prácticamente inexistente, encontrándose solamente algunos locales aislados sobre la Avenida Alberdi y su extensión en Boulevard Rondeau, así como por Avenida Colombres y su extensión en Avenida Carrasco.

A partir de 1990, y ya en el segundo período de análisis, la oferta comienza a incrementarse extendiendo sus límites, pero concentrándose a su vez en zonas y calles específicas, definiéndose así los focos de mayor concentración de la oferta. El radio principal anteriormente descripto se mantiene en el mismo sitio que hasta 1989, es decir



Oroño-Pellegrini y el río Paraná (ver Mapa nº 2), pero notablemente más poblado y denso. Sin embargo, se hace evidente un incremento de la oferta también fuera del mismo, ampliando la zona hacia el oeste de Boulevard Oroño hasta aproximadamente calle Cafferata, en torno a la estación Terminal de Ómnibus de Rosario “Mariano Moreno” ubicada por esta calle entre Córdoba y Santa Fe.

**Mapa nº 2: Distribución de los restaurantes en Rosario en el período 1990-2005**



Fuente: Sobre plano tomado de Argentina Turística (2006).

El mismo gráfico señala que la Avenida Pellegrini desde sus inicios en calle Chacabuco hasta Oroño principalmente se convierte en la “Avenida de los Bares y Restaurantes” por excelencia en toda su extensión, y va disminuyendo gradualmente su densidad hacia el oeste hasta Provincias Unidas. Cabe destacar que dicha avenida es la

que mayor concentración de bares y restaurantes presenta en la ciudad y que continuamente se van renovando y abriendo nuevos lugares.

Hacia el sur de la ciudad, entre calles Pellegrini y 27 de Febrero también aparecen nuevos restaurantes, aunque en menor cantidad y en las anteriormente mencionadas calles Sarmiento y San Martín desde su intersección con Pellegrini y hacia el sur sucede lo mismo, poblándose de nuevas propuestas y emprendimientos de restauración aún hasta Arijón, como sucedía en el periodo anterior.

Hacia el noroeste, la calle Córdoba extiende su anterior límite –un tanto débil- establecido hasta su intersección con calle Avellaneda hasta la calle Wilde en el alejado barrio de Fisherton aunque claro es el hecho de que la concentración disminuye siempre hacia el oeste y sobre todo fuera del radio principal antes descripto, que tiene el mayor índice de densidad.

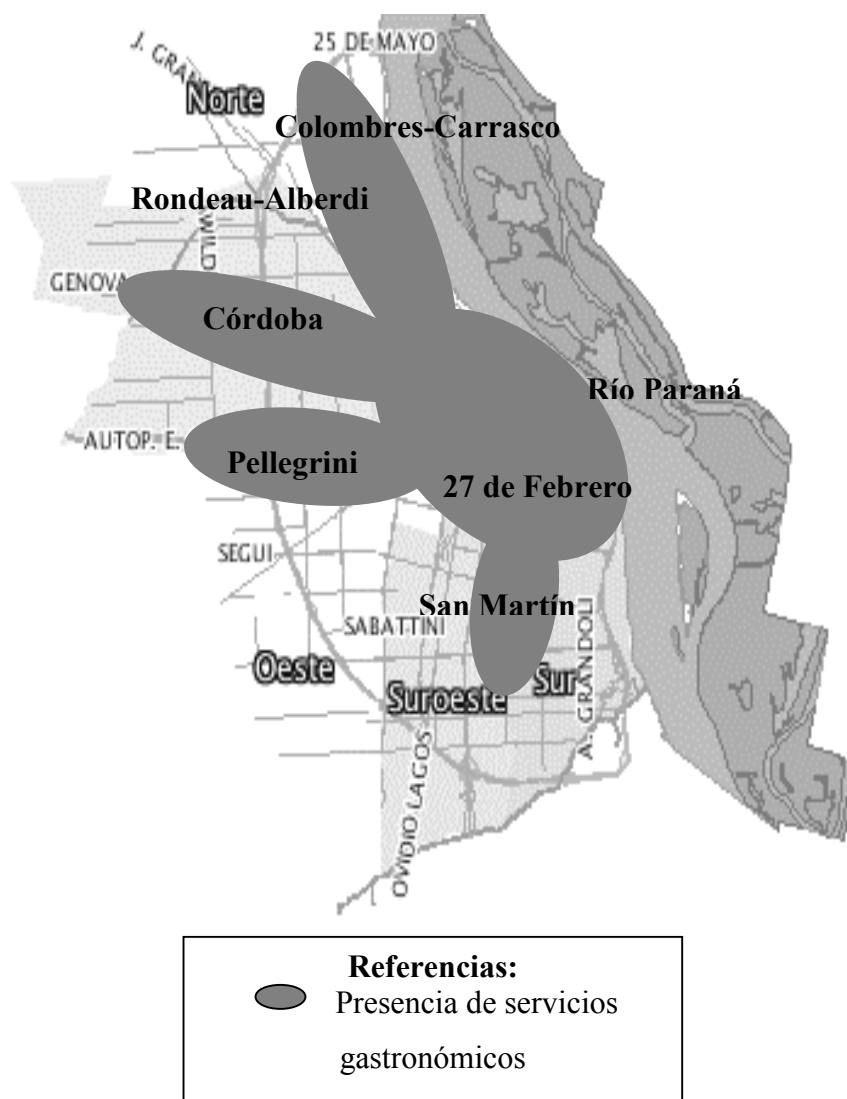
Hacia el norte de la ciudad la oferta se desplaza principalmente por Avenida Alberdi y su continuación en Boulevard Rondeau, así como por Avenida Carrasco (que luego se denomina Avenida columbres), sobre todo en torno a la bajada Puccio.

Como puede observarse en el Mapa nº 3, la distribución de los restaurantes responde a un modelo de araña, cuyo cuerpo o núcleo principal de halla en el mencionado radio principal, lo que en el gráfico está representado como la parte superior del Distrito Centro –comprendido entre Oroño, Pellegrini y el río Paraná- y luego se prolonga radialmente en arterias –calles- principales que corresponden a las patas de dicha araña –calles San Martín, Sarmiento, Córdoba, Pellegrini, Alberdi-Rondeau y Colombres-Carrasco-.

En líneas generales la tendencia original en Rosario, como en muchas ciudades del mundo, con respecto a la distribución geoespacial de los restaurantes era que en una primera instancia se le otorgaba mayor importancia a ubicación –preferentemente en el radio céntrico de la ciudad- que al restaurante en sí, atendiendo de esta manera a un factor geográfico que determinaba el éxito del mismo. En la actualidad y contrariamente a ésta, la tendencia actual privilegia al restaurante en sí, a su especialidad culinaria, su atención y servicio o cualquier otro factor que permita su diferenciación por sobre su ubicación céntrica. Tal es el caso de restaurantes de categoría y reconocidos que se ubican en la zona periférica de la ciudad o en sitios específicos -como junto al río Paraná-, fuera del tradicional sector céntrico de la misma. Cabe destacar sin embargo que –como se explicó anteriormente- este sector sigue concentrando la mayor cantidad de restaurantes, pero lo que se intenta dar cuenta es que ya no es una zona exclusiva y que en la actualidad muchos emprendimientos prefieren establecerse en zonas más

alejadas o “vírgenes” con respecto a la concentración de la oferta gastronómica, dejando de lado esa antigua premisa geográfica que era sinónimo de éxito comercial. Esto significa que hoy día el éxito de un restaurante depende de la calidad del servicio, de la calidad de la carta, de su ambientación y estructura edilicia, etc. y no de su ubicación céntrica puesto que los comensales atienden con mayor atención a estas otras cualidades de un restaurante. Sin embargo, cuando se trata de restaurantes donde se explota además el atractivo del entorno, como aquellos que se encuentran sobre el río Paraná en toda su extensión (desde el barrio La Florida hasta la Estación Fluvial) la ubicación cobra importancia como cualidad extra que tienen los mismos para ofrecer a los clientes, pero como se observa, ninguno de ellos se encuentra netamente en el centro de la ciudad.

**Mapa n° 3: Concentración general de restaurantes en Rosario hasta el año 2005**



Fuente: Sobre plano tomado de la Municipalidad de Rosario (2006)

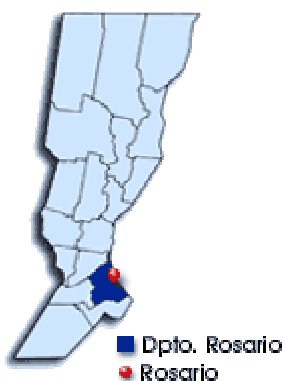
## 4. LA CIUDAD

### 4.1 Ubicación geográfica

El presente trabajo de investigación desarrolla su estudio en la ciudad de Rosario, ubicada en el extremo sudeste de la Provincia de Santa Fe, Argentina, sobre la margen derecha del Río Paraná, a 300 km de la ciudad de Buenos Aires, capital de la República Argentina y a 150 km al sur de la capital provincial, la ciudad de Santa Fe. Está asentada sobre una superficie de 172 km<sup>2</sup> en el corazón de la Pampa Húmeda. Además es una ciudad con gran importancia económica, política y social superando incluso a la capital provincial.

Por su ubicación geográfica, es un centro estratégico para la conexión bioceánica para los países integrantes del Mercosur, constituyendo un punto neurálgico de comunicación entre los mismos, y siendo además un paso obligado de las rutas comerciales y centro de prestación de servicios para todo el comercio nacional e internacional. Esta condición con alto valor estratégico que posee la ciudad permite pensar en un alto nivel de desarrollo económico a futuro, lo que muy probablemente repercutirá en el desarrollo de otros sectores, como el turismo y otros rubros del sector de servicios. Además si se piensa en el alto flujo de personas y mercaderías que probablemente se tendrá, Rosario bien puede fortalecerse aún más como un destino de negocios y deberá llevar a cabo inversiones para estar preparada para ello. Por todo lo dicho se evidencia la competitividad de la ciudad a nivel económico y por ende turístico que debe tenerse en cuenta para lograr un alto desarrollo de la misma y como una gran oportunidad que no ha de dejarse pasar.

**Figura n° 1:** Ubicación geográfica de Rosario con respecto a la provincia de Santa Fe.



Fuente: EN.A.P.RO. - Ente Administrador Puerto Rosario.

## 4.2 Culturas que generan sabores propios

Con respecto a los mencionados inmigrantes que se asentaron en la ciudad, éstos eran en su mayoría italianos y españoles que arribaron en sucesivas oleadas a partir de 1850 aproximadamente promovidas bajo el lema nacional “gobernar es poblar” de Alberdi y por la Constitución Nacional de 1853 que convocó “a todos los hombres del mundo que quieran habitar el suelo argentino”, promoviendo así la llegada de europeos (Sebastianelli, 1995).

El mismo autor sostiene que, al tratarse mayoritariamente de meridionales, los inmigrantes tenían afinidad idiomática y religiosa, lo cual facilitó su integración; y ya al cumplirse el primer Centenario de la Revolución de Mayo convivían en la ciudad el mismo número de argentinos que de extranjeros. Si bien los italianos y españoles eran los más numerosos, existían sin embargo personas de otras nacionalidades como franceses, rusos, judíos, polacos, belgas, alemanes e ingleses, entre otros.

Los extranjeros llegaron y se instalaron en casas de familias, de familiares o amigos, o en su defecto en el Hotel de Inmigrantes que funcionaba en la esquina de las calles Urquiza y Puerto (hoy San Martín). Ese hotel había sido fundado en 1870, al igual que una filial de la Comisión Promotora de la Inmigración que funcionaba en Buenos Aires.

A partir de 1912, se inició la denominada inmigración golondrina, donde los inmigrantes llegaban al país, se instalaban en alguna ciudad importante (principalmente en Buenos Aires, y luego en Rosario o Córdoba), se empleaban por un tiempo suficiente como para ahorrar dinero y finalmente regresaban a su patria llevando consigo el dinero para su familia.

Posteriormente prosperaron los conventillos (debido a la gran demanda de alojamiento), ubicados en su mayoría en la zona norte de la ciudad o por la antigua sección sexta que preferentemente agrupaba a los italianos y que era conocida como “la pequeña Italia”.

De este modo, Rosario vio crecer vigorosamente a su población en pocos años y fue modificándose el modo de vida así como el lenguaje, que adoptó modismos italianos y españoles que rápidamente se incorporaron al hablar del nativo. Cabe destacar que con la nueva diversidad cultural de la cual se empapó la ciudad, florecieron en ella las viejas costumbres y legados culinarios, símbolos patrios de los cuales los inmigrantes nunca se desprendieron y continuaron transmitiendo por generaciones. Y con el correr de los años formaron sus propias asociaciones con sus con-nacionales que en su mayoría tenían como objeto eternizar su cultura y costumbres, que en parte lograron

a través de su gastronomía: recetas, productos alimenticios propios de las regiones de las cuales provenían, instrumentos de cocina, modos de procesar y conservar los alimentos, mantelería y artículos de mesa, etc.

En este contexto se pretende hacer referencia a la Fiesta Nacional de Colectividades Extranjeras la cual es, después de la celebración por el Día de la Bandera, el segundo festejo popular más importante de la ciudad. No es sólo un espectáculo de entretenimiento, sino que en ella se produce el encuentro de más de cuarenta colectividades que exhiben sus producciones culturales, y fundamentalmente su gastronomía típica durante diez noches consecutivas en el mes de noviembre en el predio del Parque del Monumento Nacional a la Bandera. La fiesta se organiza en stands gastronómicos y culturales europeos, y un escenario mayor donde se llevan a cabo representaciones de danzas y bailes típicos a cargo de las diferentes colectividades que allí se presentan. Los mencionados stands, dada la inmigración predominantemente europea que recibió la ciudad, pertenecen a colectividades italianas, españolas (que están divididas por regiones debido a su importancia en materia migratoria) y de otros países como Rusia, Eslovenia, Alemania, Grecia, entre otros. También se hacen presentes países de oriente y de medio oriente, como es el caso de Japón, Irán, Siria, Líbano e Israel, estos últimos de gran presencia en Rosario. Por otra parte los países sudamericanos también tienen su lugar, como es el caso de Brasil, Chile, Perú, Paraguay, Bolivia y Uruguay. Nuestro país también participa en el evento, con grupos de artesanos de comunidades indígenas locales (tobas, mocovíes y coyas).

En los últimos años la organización del evento estuvo a cargo del Ente Turístico de Rosario (E.TU.R) y de la Asociación de Colectividades Extranjeras de Rosario (A.C.E.R), la cual está conformada por miembros de las diferentes colectividades participantes y cuyo objetivo principal consiste en coordinar el esfuerzo y trabajo de las instituciones para que cada evento se desarrolle en forma fluida y coordinada. Esta fiesta intercultural y multicultural convoca, año a año, a casi un millón de personas.

Es importante destacar lo que sostiene Guzmán (1999) al referirse a que

*“las cocinas regionales requieren de tiempo, originalidad, uso de recursos propios y una racionalidad en las formas de preparación y de servir los alimentos”* (Guzmán; 1999:58).

Esto significa que las tradiciones culinarias no se generan de un día para el otro, sino que demandan numerosas generaciones en las que deben mantenerse vigentes para poder considerarse como tales. Así, las comidas regionales se presentan al visitante como una expresión probada de la cultura de un pueblo cuyos depositarios son los

residentes del lugar, ya que “nadie cocina mejor que quien lo hace todos los días como un ejercicio generacional”(Guzmán, 1999).

Debido a este nacimiento multicultural que experimentó la ciudad desde sus comienzos, gracias a los aportes culturales que realizó cada colectividad extranjera en materia gastronómica, la gastronomía de la ciudad se fue tiñendo de ellos con el correr de los años, y si bien claro está, que la ciudad no se caracteriza por un desarrollo gastronómico basado en platos únicos en su tipo, diferentes e irreproducibles en otra urbe del mundo -es decir que no cuenta con una cocina propia-, justamente es en esa variedad de sabores, de tradiciones, culturas del comer y recetas provenientes de las más variadas cocinas internacionales donde reside realmente la riqueza culinaria de la ciudad, sin dejar de lado, por supuesto, los típicos platos argentinos que se pueden degustar como lo son las carnes asadas a la parrilla por ejemplo, y aquellos propios de las ciudades ribereñas a saber las variedades de pescados y productos del río, en este caso el Paraná.

Con respecto al turismo, cualquier tipo de opción turística que se realice en otro lugar diferente al de su residencia habitual, el turista debe considerar y ser consciente de la oferta de alimentos que se le presentará en destino. Tendrá que prever su dieta y los hábitos con los que comúnmente se maneja en términos de saciar el hambre y la salud. Por lo tanto, el territorio donde permanece durante sus vacaciones implica un contexto específico de opciones alimenticias que dependen del clima, cultivos y otras situaciones dadas por cada contexto nacional y regional.

Lo dicho, trasladado a Rosario significa la existencia de un abanico muy surtido de opciones gastronómicas en el cual el turista puede elegir libremente entre gran variedad de cocinas internacionales y también aquellos platos propios de su situación geográfica, como el pescado de río.

De singular importancia es la tendencia turística actual en la que el turista entiende el viajar como una experiencia cultural y concede a la gastronomía del lugar de destino una singular importancia, ya que la visualiza como medio de acercamiento cultural a dichas comunidades receptoras. Es un turista que cruza las fronteras culinarias como señal de su deseo de incursionar en la cultura del otro.

#### **4.3 Características Turísticas de la ciudad**

Rosario ofrece gran variedad de atractivos a las personas que deciden visitarla, tanto en materia de turismo cultural, histórico, natural/ecológico, de congresos y convenciones, etc. Su oferta incluye desde paisajes naturales –como playas, río Paraná,

islas, espacios verdes, etc- hasta una interesante vida nocturna por la diversidad de bares, pubs y discotecas que posee. También existe una Rosario histórica, plasmada principalmente en el que es sin dudas su marca representativa: el Monumento a la Bandera. No debe olvidarse que cuenta además con otros edificios de gran patrimonio histórico y arquitectónico como el edificio de la Bolsa de Comercio, el Palacio Minetti, el edificio de la Bola de Nieve, la Catedral, el Palacio de los Leones, el Correo Municipal, Villa Hortensia, entre otros.

Con respecto al turismo cultural, se destaca su variada y original cartelera de espectáculos, actividades artísticas, deportivas, recreativas y encuentros o fiestas típicas de las colectividades que se asentaron en la misma a principios del siglo pasado.

Sin embargo, el segmento con mayor auge en la actualidad es el de turismo de congresos y convenciones, que es el que se mantiene casi todo el año y permite que las plazas hoteleras mantengan cierta continuidad de ocupación. Con respecto a esto el titular del ETUR, Juan Niffenegger, afirmó que la realización de este tipo de eventos es, entre otras cosas, una de las causas del boom turístico que está vivenciando la ciudad. En este sentido, dijo que “*Rosario está disputando el segundo puesto, a nivel nacional, con Mar del Plata*”(La Capital; 2005) y agregó que durante el 2005 las 7000 plazas hoteleras con las que cuenta la ciudad se mantuvieron en un 85% del tiempo ocupadas, llegando incluso a derivar turistas a las localidades aledañas en Semana Santa y en las vacaciones de invierno debido a que las plazas hoteleras estaban completas. Por otra parte según la empresa Ferias & Congresos, en 2005 se realizaron 290 exposiciones y 940 congresos. Con respecto a éstos últimos Rosario ocupa el tercer puesto con 55.507 asistentes a los mismos, representando un 10.55% del total (526.114 asistentes), luego de Mar del Plata con el 12.46% (65.561 asistentes) y la Ciudad de Buenos Aires que concentra la mayor cuota con el 51.67% del total (271.852 asistentes) (La Revista de Hotel & Restaurant; 2006). Además, según la Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones y Congresos (AOCA), en 2005 Rosario desarrolló 107 cantidad de congresos, representando el tercer puesto también después de la Ciudad de Buenos Aires y Mar del Plata con el 11.8% del total (904 congresos). Cabe destacar que Rosario, como bien afirmó Niffenegger, está muy cerca de alcanzar el segundo puesto y desplazar a Mar del Plata, dado que la diferencia entre ambos es muy reducida considerando que ésta última realizó 130 congresos (sólo 23 congresos más que Rosario), representando el 14.4% del total.

Con respecto a la gastronomía de la ciudad y su desarrollo, Juan Nyffenegger también manifestó que Rosario ofrece una oferta gastronómica variada para los turistas.



*“Hoy día, el crecimiento de la oferta de los restaurantes es muy importante”*, definió. También Alfredo Angiulli, presidente de la Asociación Empresaria Hotelero Gastronómica y Afines de Rosario, afirmó ya en el 2004 que *“en el sector gastronómico se está viviendo un boom”* (Federación Empresaria Hotelero Gastronómica de la República Argentina; 2004). Y es precisamente en este tipo de afirmaciones que el presente trabajo de investigación pretende hacer hincapié. Es indudable el crecimiento de la oferta en el rubro gastronómico de la ciudad y por ello debería planificarse una explotación adecuada, establecer estándares de calidad, de servicio, de criterios en general que es lo que está faltando en el sector. En otras palabras se trata de organizar adecuadamente dicho sector para luego poder promocionarlo como un atractivo más que posee Rosario, y no como un simple servicio complementario necesario para el turista que decida visitarla. Y si a esto se le añade el hecho de que Rosario está experimentando año a año un crecimiento cada vez mayor a nivel turístico, es un excelente momento para llevar a cabo esta tarea de promoción y difusión de Rosario y su gastronomía como producto turístico. Este fenómeno se vio reflejado en cifras que proporcionó el Etur luego de las vacaciones de invierno de 2005, durante la cual la ciudad recibió en ese período de dos semanas a 35.000 turistas, un 30% más que los años anteriores y que según su presidente, no es un fenómeno momentáneo, soslayando que la ciudad se ha convertido en un destino turístico y que no se trata de un fenómeno ocasional.

Por otra parte, Rosario tiene pendiente muchos proyectos a nivel turístico que se encuentran cada vez más cerca de realizarse. Así cabe mencionar la inauguración de el que será uno de los casinos más grande de la Argentina y que además traerá consigo la construcción de una sala de convenciones para alrededor de 1.500 personas y un hotel cinco estrellas. Otro proyecto a concretarse es la construcción de un segundo hotel cinco estrellas en el centro de la ciudad. Si ambos se concretasen, sería un gran despegue para Rosario que sin dudas aumentaría significativamente su cuota de turismo y de aporte a la economía provincial y nacional en general.

## 5. EL ENFOQUE DE SISTEMAS EN EL TURISMO

El presente apartado del trabajo pretende establecer la estrecha relación existente entre el turismo –más precisamente el sistema turístico- con la gastronomía –específicamente la oferta y los servicios de restauración que se ofrecen a los turistas y residentes en los restaurantes de un destino turístico, en este caso, Rosario-. Para ello se expone una breve explicación de las características principales de la Teoría General de Sistemas y su aplicación al turismo, así como una breve descripción de los subsistemas que lo integran a fin de visualizar la ubicación del subsistema gastronómico dentro del sistema mayor, el turístico, para luego proceder a su análisis.

A lo largo de la historia, se han elaborado diferentes estudios que desarrollaron un aspecto parcial del turismo, con orientaciones directamente vinculadas a la disciplina que llevaba a cabo la investigación de dicho fenómeno (economía, sociología, psicología, geografía, etc.) por lo que resultaba dificultoso un estudio integral del mismo fuera de los límites conceptuales de dichas disciplinas.

Por esta razón, en los últimos años surgió el enfoque de sistemas, con un punto de vista que pretende analizar la actividad turística en toda su magnitud sin caer en apreciaciones parciales de otras disciplinas. Este enfoque no sólo explica la estructura y el funcionamiento de la industria turística sino que además integra dichos conocimientos que aportaron las diversas ciencias acerca de sus componentes para conocer el comportamiento global del conjunto (Acerenza,1991).

Este enfoque considera a un sistema como *“un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan e interactúan en busca de un objetivo común”* (Molina, 2000) y distingue dos tipologías de los mismos: sistemas abiertos y sistemas cerrados.

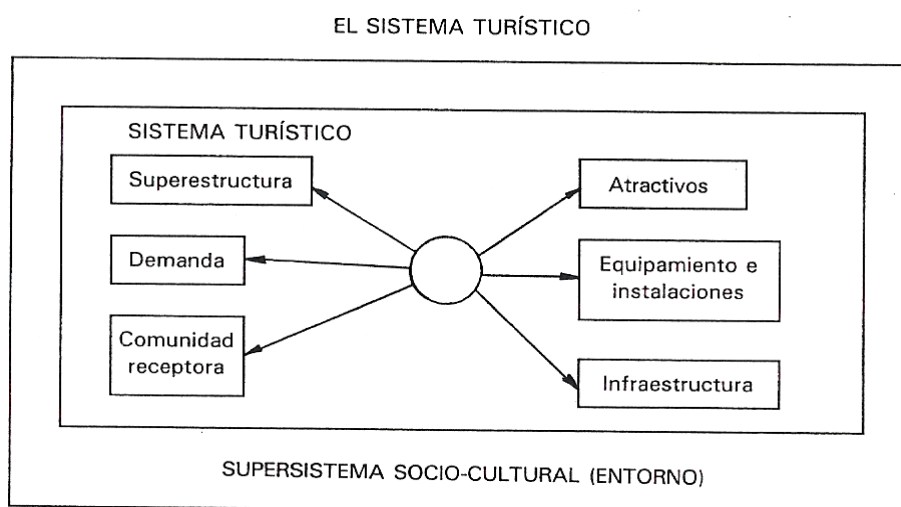
Von Bertalanffy (1980) fue el formulador de la teoría general de sistemas abiertos y estableció que éstos:

*“...son aquellos que intercambian energía, materiales e información con su medio ambiente o entorno. Por medio de canales de entrada y salida importan y exportan, comercian con su entorno. Por tanto son sistemas dinámicos, en constante cambio y adaptación”* (Von Bertalanffy, 1980:28).

Por el contrario, los sistemas cerrados, según el mismo autor *“corresponden a aquellos que no mantienen intercambios con el medioambiente o entorno, y que son preocupación de la física, siendo creaciones de laboratorio”* (Von Bertalanffy, 1980).

Siguiendo a Molina (2000) y basándose en los estudios de Von Bertalanffy, establece que el sistema turístico es, en efecto, un sistema abierto relacionado con su entorno con el cual establece relaciones e intercambios al importar insumos que luego de ser procesados salen convertidos en productos, en este caso, los servicios turísticos. Establece que el mismo posee canales de entrada por donde ingresa la energía, los materiales y la información del entorno y una vez procesada ésta sale por canales de salida en forma de productos o servicios turísticos que se ofrecen a dicho entorno o, en este caso, el supersistema socio-cultural.

**Figura n° 3: El Sistema Turístico**



Fuente: Molina; 2000

El sistema turístico importa información –necesidades y expectativas de la población con respecto al uso de su tiempo de ocio turístico- la cual una vez procesada por el sistema, éste elabora productos y servicios que cubran dichas necesidades y éstos a su vez son exportados ofreciéndose a la población en general. Una vez que la población hace uso de los servicios, se produce una retroalimentación con el sistema acerca de la calidad de los mismo y su grado de satisfacción, lo que permite al sistema introducir los cambios que sean necesarios en los mismos. Esto evidencia la relación dinámica que mantiene el entorno con el sistema turístico.

Las políticas de desarrollo turístico en todos sus niveles (nacional, provincial o municipal) también ejercen influencia en el sistema turístico, ya que éste debe adaptarse a tales directrices, generando productos y servicios acordes a las mismas, contribuyendo al logro de los objetivos y metas planteadas en el sector.

Luego de estas consideraciones generales acerca de la Teoría General de Sistemas (TGS) y su aplicación a la industria del turismo, cabe analizar los subsistemas que lo componen para visualizar la estrecha relación del mismo con la oferta en servicios de alimentos y bebidas en general y de Rosario en particular, que es precisamente lo que el presente trabajo de investigación intenta demostrar.

Con respecto a lo anterior, Cuervo (1967) establece que dentro de la industria turística como sistema, existen los siguientes subsistemas o subconjuntos:

- Los transportes, en todas sus formas
- El alojamiento, también en todas sus formas
- Los servicios de alimentación, en toda su gama
- Los centros de amenidades y de diversión
- Los establecimientos comerciales relacionados
- Los servicios complementarios, tales como: agencias de viajes, guías de turismo, empresas de alquiler de automóviles, etc.

Según el mismo autor, cada uno de estos subconjuntos o elementos que conforman el sistema turístico se divide, a su vez, en otros subconjuntos. Así, en el caso del subsistema de servicios de alimentación, éste puede subdividirse en restaurantes, bares, cafeterías, cantinas, etc.

Molina (2000) afirma que los subsistemas que integran el sistema turístico, en este caso el correspondiente a los servicios de alimentación, también son abiertos y dinámicos. Al igual que el anterior, importan energía, materiales e información (alimentos, materias primas, mozos, espacio edilicio, etc.) que después de procesados son exportados como productos o servicios (servicios de restauración, en el caso del subsistema gastronómico).

### **5.1 El Subsistema Gastronómico dentro del Sistema Turístico**

A continuación se analizarán brevemente cada uno de los subsistemas que integran al sistema turístico, pero no se entrará en detalles a excepción del subsistema que incluye a los servicios de alimentación, puesto que el objetivo de este trabajo es analizar dicho subsistema y no el resto del sistema turístico de la ciudad de Rosario.

A diferencia de Cuervo (1967), Molina (2000) expone otros subsistemas o subconjuntos que integran el sistema turístico que se interrelacionan e interactúan con el fin de alcanzar un objetivo común –el desarrollo del turismo- y que son los siguientes:

- *Superestructura*
- *Demanda*

- *Atractivos*
- *Infraestructura*
- *Comunidad Local*
- *Equipamiento e Instalaciones*
  1. *Instalaciones.*
  2. *Equipamiento.* En este subsistema se incluye al *subsistema gastronómico* (restaurantes, bares, parrillas, confiterías, cantinas, etc) junto al *subsistema hotelero* (hoteles en todas sus categorías, apart hoteles, moteles, campings, etc) y al *subsistema de esparcimiento* (discotecas) y *otros servicios* (agencias de viajes, comercios).

De este modo la relación existente entre el turismo y la gastronomía de un destino consiste en considerar a ésta última como un servicio turístico que se presta, entre otros, a los turistas que lo visitan. Cabe destacar que muchas veces la gastronomía de un destino puede convertirse en un atractivo turístico en sí justificando la realización del viaje, aunque esto es común en sitios donde se explotan productos alimenticios determinados y diferenciados del común de los alimentos (como en la Patagonia argentina, en Noroeste argentino, etc), pero este hasta el momento no es el caso de Rosario, ya que no se debe olvidar que la ciudad aún no cuenta con un plato típico que la diferencie del resto de las ciudades del país, sino que su riqueza gastronómica se funda en la diversidad de restaurantes, bares y resto-bares que tiene para ofrecer, a los cuales se suman aquellos establecidos por los inmigrantes que constituyeron el núcleo poblacional de la ciudad, con un nivel de precios relativamente bajos en comparación con otros destinos turísticos nacionales.

Con respecto a esto, Acerenza (1991) explica que el sistema turístico comienza funcionar como tal en el momento en que su elemento dinámico, el turista, toma la decisión de realizar un viaje trasladándose desde su lugar de origen hasta una localidad receptora, demandando y solicitando a partir de ese instante una serie de servicios necesarios para realizarlo:

*“La necesidad de trasladarse exige la disponibilidad de transporte que le haga posible el acceso al sitio al cual se desea desplazar. Una vez en el lugar, requiere de servicios de alojamiento y alimentación” (Acerenza, 1991:95).*

Dado que estos servicios son prestados por empresas, éstas conforman lo que se denomina en términos genéricos industria turística o industria de viajes que está

integrada por todo ese conjunto de empresas dedicadas a la prestación de servicios relacionados con los viajes, incluyendo a los restaurantes en todas sus modalidades de operación. Sin embargo, el término más correcto es el de industria de viajes puesto que no todos los que hacen uso de los servicios brindados por estas empresas, son turistas. Se trata de servicios de uso público a los cuales recurren todo tipo de viajeros. Por este motivo se dice que en los servicios de transporte también viajan turistas, que en los hoteles también se hospedan turistas y que en los restaurantes también comen turistas.

Es importante considerar que si el turista no toma la decisión de viajar, el sistema no funciona. Cuervo (1967) manifiesta que:

*“...en efecto, los transportes operan porque tiene pasajeros que los emplean, los hoteles existen porque hay viajeros que en ellos se hospedan, los restaurantes no podrían operar sin clientes, ni las agencias de viajes ni los guías de turistas subsistirían si no hubiera quienes utilizaran sus servicios” (Cuervo; 1967:51)*

Ahora bien, es importante destacar que los autores que han desarrollado la teoría de sistemas aplicada al turismo han denominado a lo que el presente trabajo dio a llamar subsistema gastronómico, servicios de alimentos y bebidas, y no se han realizado investigaciones que profundicen el estudio de dicho subsistema, así como sus componentes, su funcionamiento, su importancia y rol dentro del sistema turístico. La mayoría de los estudios sobre el tema hondon en lo referente al subsistema hotelero y al de otros servicios como las agencias de viajes. Habiendo cuenta de dicha situación de escasa o nula información correspondiente al subsistema gastronómico y como se planteó en los objetivos iniciales, el presente trabajo de investigación intenta contribuir a su conocimiento y estudio, para su valorización como componente de gran importancia junto a los demás componentes antes nombrados y no como elemento secundario como se lo ha venido considerando hasta el momento, reflejando dichas cuestiones en el caso de Rosario.

## **5.2 Características del subsistema gastronómico rosarino**

El subsistema gastronómico rosarino, al igual que el sistema turístico, cuenta con una superestructura propia que se ocupa de defender los intereses que engloban tanto a hoteleros como gastronómicos y afines de la ciudad. Si bien no posee un organismo oficial gastronómico exclusivo, existe la Asociación Empresaria Hotelero Gastronómica y Afines de Rosario (AEHGAR) que ofrece, entre otras cosas, charlas, cursos y seminarios de marketing turístico, concientización turística y demás cuestiones que

involucran al desarrollo del turismo de la ciudad y actúa como miembro integrante de La Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA), la cual integra activamente junto a 61 instituciones más en todo el país y cuyo objetivo es reunir a los gremios empresarios de este sector para defenderlos derechos en común en todo el territorio nacional. A su vez la FEHGRA realiza convenios con el Consejo General de Inversiones (CFI) y del Programa Juntos Podemos de American Express para llevar a cabo la capacitación en turismo. La AEHGAR también ofrece cursos para mozos y camareras, así como diversas actividades para concientizar a taxistas, comerciantes y habitantes en general sobre la importancia del turismo como actividad económica. Los empresarios del sector forman parte del Consejo Directivo del Ente de Turismo de Rosario y a su vez, la Asociación también colabora con la Dirección Provincial de Turismo, para aunar esfuerzos.

La Asociación Empresaria Hotelero Gastronómica y Afines de Rosario es una asociación civil sin fines de lucro creada el 25 de Noviembre de 1932 con el fin de agrupar a empresarios de los rubros que la identifican (el hotelero, el gastronómico y afines). Según se expresa en la página web de dicha entidad, *“esta década la asociación apunta a instalar definitivamente a Rosario como un destino turístico de referencia en el país”*, lo cual reviste gran importancia para el crecimiento y proyección turística de Rosario, trabajando conjuntamente en sus esfuerzos con el Ente Turístico Rosario (ETUR), el Plan Estratégico Metropolitano (PEM), la Asociación Mutual de Turismo de Santa Fe, la Asociación Empresaria de Rosario, el Complejo Ferial Rosario (COFER) y la Federación Gremial de Comercio e Industria de Rosario. Al participar activamente en todos estos organismos, se asegura un lugar desde donde ser el representante y el portavoz de los intereses que incumben a las empresas gastronómicas y hoteleras de la ciudad.

Internamente la AEHGAR se divide en cuatro cámaras: “Hoteles 3\* y 4\*”, “Hoteles 1\* y 2\*”, “Restaurantes” y “Bares y Afines”, cada una integrada por representantes elegidos de manera directa por los asociados y que se trata de empresarios que poseen un conocimiento profundo y actualizado de la problemática de cada especialidad. Asimismo cada una de ellas posee su respectivo presidente y vicepresidente que las dirigen, además de un consejo ejecutivo general que rige, a su vez, a las 4 anteriores.

Es importante destacar la ardua tarea que lleva adelante en capacitación y desarrollo de recursos humanos idóneos para el desenvolvimiento de la actividad hotelero-gastronómica. Para ello planea trasladar su actual sede ubicada en calle 1° de

Mayo 1676 a calle Paraguay al 300, para dejar libre el antiguo edificio para que éste funcione como escuela de capacitación basada en 3 ejes fundamentales: capacitación personal, profesional y práctica.

Por su parte, la FEHGRA expuso en sus boletines informativos a principios de 2005 el siguiente balance del sector Hotelero-Gastronómico, destacando su importancia en la economía nacional:

*“Actualmente la Hotelería & Gastronomía representan el 2,6 por ciento del PBI y el 3,3 por ciento del total de empleos del país. Durante el primer semestre del año último el sector generó el 50 por ciento del total de los nuevos puestos de trabajo en el país en ese lapso, siendo además uno de las pocas actividades que prácticamente no expulsó mano de obra. El empleo en el sector creció entre el año 2003 y 2004 un 18 por ciento, mientras que el PBI de Hotelería & Gastronomía 6,6% casi como promedio del conjunto de las actividades económicas, solo por debajo de la construcción, comercio, transporte. La Hotelería & Gastronomía es hoy, además, la primera oportunidad de empleo para jóvenes y mujeres” (FEHGRA; 2006).*

En forma trimestral, FEHGRA analiza en su centro de estudios la evolución de la economía y del sector en particular, trabajando en un 90 por ciento con la información oficial. También expuso que el sector HG (hotelero-gastronómico) ocupa actualmente el doceavo lugar dentro de los 14 sectores en los que se clasifica la actividad económica. Cuando se analiza la composición interna de la HG en cada jurisdicción, se destaca la importancia de la actividad hotelera en las provincias netamente turísticas, mientras que la actividad gastronómica es sumamente en aquellas con mayor participación en el PBI total del país (es decir aquellas donde se desarrolla la mayor parte de las actividades económicas y financieras). Esto significa que en las provincias más importantes, económicamente hablando, como Córdoba, Buenos Aires y Santa Fe, la actividad gastronómica representa más del 70% de la actividad HG.

Cabe destacar también que con respecto a la gastronomía la concentración geográfica en pocas jurisdicciones es aún mayor que en la hotelería. La Ciudad de Buenos Aires, así como la provincia homónima, y las provincias de Córdoba y Santa Fe concentran el 86% del total. Otro dato de importancia que aporta esta institución se refiere a la distribución de los sexos en el sector. En la HG el 56% de las personas ocupadas son varones, una proporción diferente a la del empleo total donde éstos representan el 62.4%. Este relativo equilibrio entre varones y mujeres en la HG es



reciente dado que a principios de los años noventa el porcentaje de mujeres empleadas era de el 35.5%, con lo cual subió 8.5 puntos hasta la actualidad.

La estructura de dicho subsistema la integran los casi 1200 establecimientos gastronómicos que posee la ciudad, divididos a grandes rasgos entre bares y restaurantes, representando el 70% y el 30% respectivamente según datos aportados por el Diario La Capital. Sin embargo estos valores no son exactamente los mismos obtenidos a partir del trabajo de relevamiento de restaurantes y afines realizado en el presente trabajo. Al desconocerse la metodología utilizada por los investigadores del Diario La Capital, no puede realizarse una comparación valedera. No obstante en el artículo publicado mencionan la fuente de datos primarios la cual se corresponde con la utilizada aquí para efectuar la investigación. Por otra parte se puede observar que ellos han agrupado a todas las denominaciones en dos grandes grupos: restaurantes y bares, aunque no se conoce el criterio de selección. El desglose de las diferentes categorías y sus denominaciones fueron realizados en el apartado de Metodología del presente trabajo, llegando a las conclusiones que allí se expresan.

Cabe mencionar también la fuerte tarea de capacitación culinaria presente en la ciudad de la mano de los diversos institutos y escuelas de cocina que se han establecido recientemente como herramienta de desarrollo para los recursos humanos del sector, los cuales aportan cada año cantidades significativas de nuevos profesionales que se integran al mismo. Del mismo modo se hacen presentes seminarios, cursos, charlas y exposiciones en torno al vino, la cocina gourmet y la que es tal vez la más importante para el sector gastronómico la Feria Internacional de la Alimentación Rosario (FIAR) que se realiza periódicamente en la ciudad. La misma presentará la totalidad de la oferta alimentaria a través de una megaexposición de cabecera con áreas de producto, tecnología, packaging y servicios y tres salones diferenciados para los sectores vitivinícola, cárnico y de dulces y panificados. El Centro Internacional de Negocios, con un programa ampliado de citas entre profesionales de la región y operadores de la distribución y el comercio de cuatro bloques económicos mundiales, actuará como plataforma para la concreción de transacciones, alianzas e intercambios comerciales y financieros. La “FIAR” es sin dudas uno de los eventos más importantes para la industria de la alimentación a nivel nacional y provincial, y también para Rosario, ya que al ser anfitriona de la misma se posiciona fuertemente en el rubro, destacando a su vez su capacidad inmejorable para la realización de este tipo de eventos y acogiendo a la gran cantidad de expositores y visitantes que la visitan con este motivo y que indirectamente tiene también fines turísticos que benefician a la ciudad.

En el siguiente apartado del trabajo de investigación se expondrán las principales tendencias que experimenta actualmente Rosario con respecto a la gastronomía y su relación con el turismo.

## **6. LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL COMER**

A continuación se intenta dar cuenta de los cambios más significativos que se sucedieron en las tendencias gastronómicas de la ciudad. Para ello se procedió a entrevistar a un idóneo y profundo conocedor de la materia, Marcelo Sulichín, que brindó un panorama más amplio de lo que sucedió y sucede actualmente en el rubro gastronómico a nivel local, dado que al ser un fenómeno reciente no se cuenta con ningún tipo de bibliografía sobre el tema. Además se analizaron artículos periodísticos vinculados a la gastronomía local.

Tradicionalmente la cocina rosarina ofrecía a los comensales un espectro reducido de variedad culinaria a la hora de elegir un restaurante. Las especialidades de los mismos recaían siempre en parrillas, casa de pastas o pizzerías y algunos lugares que ofrecían comida étnica –ligados principalmente al legado cultural de los inmigrantes- en su mayoría cocina española e italiana -con lo cual la oferta era estática- y su ubicación geográfica tenía lugar generalmente en la zona céntrica.

En una comunicación personal con Marcelo Sulichín en el pasado mes de mayo de 2006 se analizaron las pautas que condujeron a un cambio significativo en las tendencias gastronómicas en Rosario.

### **6.1 Cocinando profesionales**

Uno de los hechos que marcaron una nueva tendencia en la ciudad fue el hecho de la creación de las carreras orientadas a crear profesionales en el rubro y la consecuente proliferación de escuelas e institutos que se establecieron en los últimos años como consecuencia tal vez de una moda académica que intentaba crear carreras de corta duración (dos años promedio) y con rápida salida laboral, de escaso contenido teórico pero con un alto porcentaje de contenido práctico en respuesta quizá a un intento de paliar la crisis económica que atravesó el país a fines de 2001.

En este sentido, si bien actualmente existen numerosos institutos de este tipo en Rosario, los cuatro más importantes y que se imponen sobre el resto son la Escuela de Alta Cocina –avalada por un chef español de gran renombre como es Joan Coll y que está orientada a capacitar a los alumnos para que sepan desenvolverse en una cocina pero sin hacer hincapié en crear grandes chefs y que además posee convenios con otras escuelas de cocina internacionales, realizando charlas magistrales de la mano de profesionales extranjeros-, la Escuela Superior de Arte Culinario (ESAC) que cuenta con una fuerte promoción y estrategias de marketing, pero cuyo nivel en la enseñanza

gastronómica es simple, el Instituto Superior de Hotelería y Restaurateur (ISHyR) y la Escuela de Cocina de Gato Dumas.

De esta manera los egresados de dichas escuelas fueron imponiendo los nuevos conocimientos y técnicas adquiridas, realizando aportes a las cocinas en que se empleaban al finalizar sus estudios. Dichos aportes se traducen en el origen de la incipiente cocina gourmet que existe en Rosario, dado que son estos jóvenes profesionales los actores principales de este nuevo concepto de cocina en la ciudad.

Con respecto al menú, la tendencia actual según dicho entrevistado es volver a los orígenes del sabor; esto significa utilizar ingredientes y alimentos naturales sin conservantes ni congelados o pre-cocinados, así como materias primas con poco proceso de transformación, priorizando los sabores originales de las mismas, servidos de manera sofisticada en su decoración, además de expresarlos bajo títulos o nombres complejos en los menús. La consigna es hacer hincapié en la condimentación de los alimentos, haciendo uso de especias de manera original.

## **6.2 Falencias en el sector**

Con respecto al turismo, Sulichín explica que Rosario no cuenta aún con un restaurante avocado netamente al turismo. Sostiene que los turistas concurren a los restaurantes que les recomiendan los residentes locales, pero que de otra manera no tienen noción de la oferta gastronómica de la ciudad en forma completa. Así, existen clubes sobre el río Paraná como el Club Mitre, el Club Belgrano y el Club de Pescadores que ofrecen muy buena comida, con especialidades en pescados autóctonos pero que los turistas no conocen, a menos que algún rosarino se los recomiende. Esto evidencia una carencia de promoción de los mismos, lo cual genera una pérdida del potencial económico y turístico de los mismos.

Otro problema que enfrenta el sector actualmente, es que enfrenta una sobredemanda los fines de semana por parte no sólo de los rosarinos, sino también de los turistas extranjeros, turistas nacionales que arriban especialmente los fines de semana largos, así como turistas que arriban desde la provincia de Entre Ríos y otras vecinas. Debido a esta sobre demanda que existe en esos días, otra tendencia es abrir “mega-restaurantes”, con capacidad para albergar gran número de comensales, satisfaciendo y absorbiendo de esta manera una mayor cuota de mercado. En Rosario existen, por ejemplo el Restaurante “Continental” en la esquina de Pellegrini y San Martín, Cantina “Torino”, Resto Bar “Bien de acá”, Resto Bar “Milano” en Avenida

Pellegrini y Moreno que cuenta con 400 plazas de capacidad, al igual que el nuevo restaurante ubicado en la misma avenida, etc.

Sin embargo, y como sostiene Sulichín, Rosario se encuentra en una etapa incipiente de desarrollo tanto turístico, hotelero y gastronómico, por lo que se hacen evidentes muchas fallas en el servicio y atención al cliente en general, y en todos esos sectores en particular. Específicamente en la gastronomía, la atención a los comensales por parte del plantel de mozos es muy precario, debido a dos factores principalmente: el primero es el hecho de que se ha dejado de lado la escuela de mozos –por lo que los empleados contratados son totalmente inexpertos- y el segundo, el que los empresarios del sector sólo se interesan en el negocio y no llevan a cabo la capacitación correspondiente para sus empleados. A esto se le suma un factor muy importante que influye en la predisposición de los mozos a no esmerarse en su atención y es precisamente que la paga en esta profesión es muy baja y las condicionales laborales no son las adecuadas ya que se los hace trabajar más de las 8 horas diarias legales y en su mayoría no se encuentran inscriptos. Esto implica que no gozan de obra social, ni realizan aportes jubilatorios, así como tampoco pueden adjudicarse vacaciones. Con respecto a esto la FEHGRA sostiene que considerando al año 1993 como punto de partida para analizar la evolución de los salarios reales, la caída de los mismos en el sector HG es una de las peores de toda la economía, sobre todo en la actividad gastronómica donde se produjo el mayor deterioro de los salarios. Por último, dadas estas condiciones laborales lamentables, el nivel de rotación es muy alto, lo cual influye en la calidad de servicio que cualquier bar o restaurante puede brindar a sus comensales. El servicio es entonces sin dudas la falla más importante que tiene el rubro gastronómico que se traslada también al turístico y hotelero. A favor puede destacarse el hecho de que comparando la oferta actual con la de 15 años atrás, actualmente el espectro de opciones culinarias es mayor, lo que significa que la diversidad de bares y restaurantes se ha ampliado notablemente beneficiando de esta manera al consumidor que se privilegia ahora con una oferta más amplia entre la cual elegir.

### **6.3 Una variante de moda**

Otra tendencia actual es la tipología de “Resto Bares”, la cual surge debido a una cuestión económica, ya que abrir un establecimiento bajo la denominación “restaurante” conlleva cumplir con determinados requisitos y un gran esfuerzo en su mantenimiento dado que la demanda se presenta principalmente durante la noche y especialmente los fines de semana como se mencionó anteriormente. Por el contrario, la categoría “bar” si

bien cuenta con gran demanda durante toda la jornada, no permite ofrecer una amplia gama de platos a los comensales, dado que sólo se permite ofrecer escasa variedad de los mismos y éstos son generalmente minutas, es decir, platos simples. Bajo esta nueva denominación, que es un invento rosarino, el dueño del “resto bar” puede mantener con mayor facilidad su negocio, ya que es una fusión de los dos anteriores, lo cual le permite manejar y absorber la demanda de una mejor manera durante todo el día, ofreciendo mayor variedad y calidad de platos que un bar, sin necesidad de cumplir con los mayores requisitos que implica la apertura de un restaurante, siendo de esta manera, mucho más redituable. Con respecto a esto el vicepresidente de la Asociación Empresaria Hotelero Gastronómica, Rodrigo Pastor, remarcó que:

*“Hoy en día poco se puede diferenciar entre bares y restaurantes porque muchos superponen sus actividades. Ya no existe esa separación tradicional. La mayoría de los bares ofrecen comida elaborada, no sólo minutas, por lo que terminan convirtiéndose en restobares, una situación que obedece a la necesidad de agrandar el factor ocupacional. A sus propietarios les conviene utilizar aquel rubro porque reconoce la posibilidad de contar con más comensales, casi el triple que los restaurantes”* (Pastor, 2006).

Otro factor que alentó al desarrollo de esta nueva tipología que conjuga un bar con un restaurante, fue la crisis económica a partir del año 2001. Como se analizó en los gráficos, ese año deportó gran cantidad de cierres, así como una baja en las aperturas. A esto se le sumó el hecho, claro está, que por cuestiones económicas, de que muchos establecimientos comenzaran a anotarse bajo esta nueva denominación, que resultaba más económica y próspera que cualquiera de las anteriores y permitía amortizar mejor los costos de funcionamiento del lugar, así como recuperar más rápidamente la inversión inicial al permitir un desempeño fluido del local durante todo el día, ya que de esta manera se podía funcionar como bar mañana y tarde, y ofrecer un buen almuerzo y cena al medio día y a la noche.

#### **6.4 Las apariencias engañan**

Considerando las nuevas ofertas gastronómicas de cocinas “étnicas” que proliferaron en la ciudad como ser la comida árabe, japonesa, china, griega, italiana, española, alemana, etc. es importante destacar que a excepción de los restaurantes establecidos por las comunidades de inmigrantes asentados en Rosario en su mayoría ubicados por calle Entre Ríos- como el Centro Navarro, el Centro Catalán, La

comunicad Vasca, entre otros -, no existen restaurantes de comida verdadera y puramente étnica, sino que existen restaurantes con tendencia a uno u otro tipo de cocina étnica pero que continúan ofreciendo comida simple y tradicional para aquellos clientes que no desean experimentar nuevos sabores o para los niños. Tal es el caso del restaurante árabe Sheik ubicado en Zeballos al 100 o el restaurante Laila de igual tendencia situado en calle Italia y San Luis, el antiguo restaurante griego Alexandro's en la zona norte de la ciudad, por citar algunos. Esto se debe a que el rosarino aún no ha tomado el riesgo de experimentar con su paladar nuevos sabores de otros lugares del mundo, y en el momento de programar una salida a un restaurante, la mayoría de las veces prefiere optar por lo que ya conoce y que sabe que es de su agrado en lugar de incursionar en platos exóticos y desconocidos.

Cabe mencionar que la razón por la cual existen restaurantes puramente étnicos de cocina española e italiana se debe a que fueron mayoritariamente esas comunidades las que conformaron el núcleo poblacional en los orígenes de la ciudad, con lo cual sus descendientes indefectiblemente continuaron con las costumbres culinarias típicas y las transmitieron generacionalmente hasta nuestros días. Por esta razón la cocina típica española e italiana es ampliamente aceptada en la ciudad, porque constituye la base gastronómica y cultural sobre la que se erigió Rosario. No sucede lo mismo con el resto de las comunidades extranjeras dado que fueron minorías en comparación con las dos anteriores y sus costumbres culinarias, entre tantas otras, no se arraigaron con la misma intensidad.

Otra cuestión a analizar son los bares temáticos. Comúnmente se creería que por ejemplo el resto bar "Paso Sport" ubicado en la esquina de Paraguay y Pellegrini es un bar temático cuyo tema principal son los deportes debido a su ambientación, pero en realidad un bar temático es aquel en el que no sólo la ambientación, sino su menú giran en torno al tema seleccionado, y tal no es el caso de dicho bar. Otro ejemplo de un falso bar temático es el resto bar "Rock & Feller's" situado en la esquina de Córdoba y Moreno, cuya ambientación, pero no su carta, gira en torno al rock. Según Sulichín, un bar temático es aquel en donde hay un tema principal y tanto la elaboración de los platos, los nombres de los mismos, la manera en que se consumen, el uniforme del plantel de mozos y la ambientación tienen que ver con él, o asimismo se organizan shows durante la velada en relación al mismo tema.

Hoy el factor que va marcando las nuevas tendencias en la gastronomía es el mercado, es decir, empresas o proveedores de alimentos o bebidas que imponen nuevos productos o materias primas y que se comienzan a utilizar en la elaboración de los

platos o a ofrecerse al público en los comercios. Puede tratarse de vinos, verduras u hortalizas, carnes, etc. Dichos productos se lanzan al mercado y se promocionan e imponen por medio de los programas gourmet, donde los cocineros elaboran platos utilizándolos en su preparación. Esto significa que los proveedores de determinados alimentos o bebidas negocian con dichos programas televisivos para que sus productos comiencen a demandarse en el mercado, puesto que consideran que éstos ejercen gran influencia en la promoción del medio gastronómico.

Actualmente están arribando a Rosario tendencias gastronómicas internacionales, lo que da cuenta de que el rosarino se está animando a vivenciar nuevas experiencias culinarias. Con respecto a esto y a modo de ejemplo, Sulichín comenta que el dueño de un resto bar rosarino importante que es “Club Fellini” – cuyas dos sucursales se ubican: una en el complejo de cines Village en la zona oeste de la ciudad y la otra, en la esquina de Pellegrini y Entre Ríos- está en vías de inaugurar un restaurante exclusivamente de carnes grilladas, que es sin dudas una novedad culinaria para la ciudad, tomando esta tendencia común en los Estados Unidos y que ya está presente en la ciudad de Buenos Aires, como la mayoría de las nuevas propuestas que arriban a Rosario.

## **6.5 La presencia enológica en crecimiento**

Otra nueva tendencia que se instaló en la ciudad es la conformación de grupos reducidos de personas que se reúnen periódicamente para degustar los nuevos vinos que salen al mercado y que no se ofrecen normalmente en los restaurantes. Sulichín sostiene que en la ciudad existen 3 o 4 grupos cerrados de este tipo de comensales que rondan alrededor de las 10 o 20 personas y que generalmente se reúnen en el tradicional restaurant “Wembley” para la degustación de nuevos vinos, propuesta por diferentes bodegas, y por supuesto acompañarla con platos gourmet o de alta cocina. Marcelo Megna, el reconocido chef rosarino por excelencia, lanzó en el mes de marzo de 2006 un evento llamado “Experiencia Gourmet” donde cada día de la semana se ofrecía a un grupo selecto de comensales platos exclusivos de alta cocina para su degustación en su propio resto-bar “Metropolitan Grand Bar” ubicado en calle Córdoba al 1600.

Sin dudas, el vino ha cobrado gran importancia como producto gastronómico en los últimos años. En Rosario se creó en noviembre del año 1997 la llamada Sociedad de los Honorables Enófilos ubicada en calle Maipú 555, cuando un grupo de artistas y periodistas interesados en el vino y su cultura se reunieron en un restaurante con el objeto de crear una cofradía enófila. Dicha sociedad nuclea socios que reciben



información relacionada al vino, toman cursos, degustan productos vitivinícolas, y realizan todo tipo de actividades relacionadas al mismo, así como se organizan reuniones mensuales abiertas en distintos espacios gastronómicos de Rosario, Capital Federal y otras ciudades argentinas. Otras actividades que organiza son los “Paneos” que consisten en encuentros mensuales en distintos restaurantes de cada ciudad sede con degustaciones guiadas de vino y de los platos más desatacados de esos espacios, “Celebraciones” que son encuentros en distintos espacios gastronómicos de la ciudad para exaltación de diversas bebidas, como por ejemplo "Celebración de la Vodka", "Celebración de la Champaña", etc. Además cada fin de año, La Sociedad realiza una exposición denominada “CopArte”, convocando a un grupo de artistas plásticos quienes bajo una consigna relacionada con el vino crean obras que luego son subastadas a beneficio de entidades de bien público, así como edita una revista de publicación bimensual en la que reconocidos periodistas, artistas, enólogos, etc., desarrollan sus impresiones sobre la cultura del vino. La misma se distribuye gratuitamente en restaurantes, vinerías y otros espacios relacionados con el vino. Dicha sociedad posee varias sucursales: dos en la ciudad de Rosario –una en el centro y otra en el barrio de Fisherton-, una en Arguello (Provincia de Córdoba), La Plata y Belgrano (Provincia de Buenos Aires). Sus socios realizan viajes turísticos a diferentes eventos, ferias y muestras de vino a lo largo de la Argentina, y la Sociedad realiza convenios con empresas de turismo avocadas al turismo enófilo, ofreciendo a los mismos paquetes turísticos exclusivos para sus intereses, incluyendo visita a importantes bodegas, charlas con los profesionales y expertos de la zona, etc. En su ubicación actual ofrece un espacio que destaca a la gastronomía como uno de los signos culturales más importantes y cuyo eje, por supuesto, es el vino. El lugar -La Sociedad de Honorables Enófilos Wine-Bistró & Café - propone una cocina moderna, que algunos llamarían de fusión, con una fuerte influencia mediterránea, con la participación de prestigiosos chefs.

Paralelamente a dicha entidad, actualmente la nueva tendencia en muchos de los nuevos restaurantes que abren al público radica en ofrecer una amplia carta de vinos, a veces incluso mayor que la de platos, así como crear una cava propia. Esta tendencia de reposicionar el vino como elemento protagonista de la mesa y no como simple complemento de un almuerzo o una cena podría deberse a una nueva estrategia de marketing adoptada por las bodegas que buscan de esta manera colocar sus productos con más fuerza en el mercado. Buscan llegar al consumidor de una manera novedosa, apelando a su participación como protagonista por medio de cataciones y eventos, ferias, cenas exclusivas, cursos de vinos, etc. Algunos bares y restaurantes avocados a

esta tendencia están creando platos como complemento de la degustación de determinados vinos que gozan de gran prestigio. Por lo tanto, se observa una inversión de prioridades puesto que anteriormente la bebida era el complemento secundario y la comida era la protagonista de la mesa. Actualmente la tendencia es inversa, y las bebidas como los vinos y las cervezas son la prioridad en algunos establecimientos o al menos se encuentran en el mismo nivel de importancia que la comida, en otros.

## **6.6 Turismo a fuego lento**

Por su parte el turismo no queda afuera de estas nuevas tendencias que se presentan en la actualidad. También en dicho sector éstas son apuntaladas por el mercado. Con respecto a esto, son los grandes touroperadores internacionales los que establecen cuáles son los destinos de moda, realizando arduas tareas de promoción y creando nuevos paquetes turísticos para estos destinos, logrando así que los turistas los visiten. Actualmente la Argentina es uno de esos destinos de moda impuestos por dichos touroperadores, al igual que el resto de los países de Sudamérica. Éstos se destacan como destinos alternativos y exóticos, ideales para realizar las más novedosas modalidades turísticas como el ecoturismo, turismo aventura, de caza, de estancia, turismo rural, etc. debido a su gran riqueza natural. Es así como en los últimos años una gran cuota de turistas extranjeros están arribando a la Argentina para experimentar estas nuevas modalidades del turismo. En Capital Federal, provincia de Buenos Aires ha inaugurado recientemente una agencia de turismo netamente orientada al turismo gastronómico a nivel nacional, habiendo cuenta del increíble potencial que atesora la Argentina y que aún no se lo ha asociado masivamente al turismo como un destino en sí mismo. La misma se llama “Glam Out Voyages”, siendo la primera agencia de turismo especializada en viajes gourmet. En esta primera etapa de su apertura propone reunir las propuestas más innovadoras, auténticas en lo que a viajes gourmet se refiere, fusionando el placer de descubrir los sabores de la gastronomía regional y los mejores vinos de la Argentina y dividiendo sus destinos tanto por regiones (Noroeste argentino, Córdoba, Mendoza y Patagonia) como por programas específicos (Wine Lover, Romantique & Gourmand, Luxury Wine y Relax & Wine). Lo distintivo de Glam Out Voyages es que los itinerarios que se presentan han sido diseñados por amantes del vino y la gastronomía, priorizando en cada caso el encuentro cercano con los protagonistas de esta cultura y respetando los tiempos que cada actividad necesita para ser disfrutada realmente. Dicha agencia de viajes es sin lugar a dudas una de las pioneras en su tipo en Argentina y lógicamente es además el resultado de los esfuerzos que el sector

gastronómico a nivel nacional ha realizado tanto para promover la cultura del comer como para otorgarle la importancia que merece a nivel turístico.

A nivel local, Rosario no está ajena a dicha cuestión y es por eso que algunos restaurantes y bares ya han elaborado sus cartas y menús bilingües (inglés y español) en respuesta a la llegada cada vez mayor de extranjeros que quieren conocer la ciudad. Un ejemplo de ello es el bar “Mordisco” ubicado en el barrio La Florida, en la zona norte de la ciudad. No sería extraño que luego de probar la tendencia en Capital Federal, se tome la misma iniciativa de abrir agencias de viajes específicamente orientadas al turismo gastronómico en Rosario, así como que la misma figure entre los nuevos destinos que se proponen para degustar la cocina local, puesto que la oferta de la misma está en pleno crecimiento, o bien que continúe creciendo como sede de eventos gastronómicos y de cocina gourmet como el Salón del Vino de Alta Gama que por segundo año consecutivo se desarrolló en Rosario a mediados del mes de mayo en el predio del museo Juan B. Castagnino y que consiste en presentaciones de nuevos vinos de las más prestigiosas bodegas argentinas, así como degustaciones, charlas informativas, subastas de rarezas enológicas (botellas de vinos “raros”, cosechas anteriores, o fuera de mercado) y paquetes de vinos (excedentes de partidas de exportación o en promoción) y donde además diversas empresas ofrecieron sus productos delikatessen, quesos y fiambres para acompañar la degustación.

Al margen de la gastronomía, es importante mencionar que otro efecto que ha producido este nuevo segmento de turistas es la apertura de “hósteles” en su mayoría en el radio céntrico como nueva modalidad de alojamiento para un perfil de turista joven y aventurero, que es precisamente el perfil dominante de los extranjeros que elijen conocer Rosario. De este modo la ciudad apela a ofertar los servicios turísticos imitando el modelo europeo: alojamiento en hósteles, restaurantes con cartas bilingües, etc. Sin embargo es importante aclarar que aún no existe ningún restaurante avocado netamente al turismo, por lo que la tendencia gastronómica específicamente turística es igualmente inexistente. Los turistas que arriban a Rosario, a la hora de elegirle servicio gastronómico, deben consultar a los residentes locales para que les recomienden alguno que sea de su agrado, pero por este motivo dichas recomendaciones son siempre relativas a los gustos y preferencias de quien las realiza. Si existiese una importante campaña de promoción del rubro a nivel local y regional, tal vez los visitantes –y por qué no los residentes- conocerían mínimamente las opciones en restauración que Rosario tiene para ofrecer. Esta es una tarea pendiente que deben realizar los empresarios del sector.

## **6.7 Revalorizar los sabores**

Tal es la importancia que se le está otorgando en la actualidad a la gastronomía en general y a nivel local en particular, que el diario rosarino “La Capital” conjuntamente con ProEventos y VíaRosario.com han lanzado un suplemento especial denominado “Sabores” como respuesta al crecimiento y la preponderancia que han alcanzado los temas gourmet en Rosario y su región, donde figurará información sobre cuestiones gastronómicas, lanzamientos de diversos productos, notas sobre posicionamiento de los vinos argentinos en el mundo, estilos de cocina, guía completa de los mejores restaurantes de la ciudad, nuevos espacios para disfrutar del ambiente, servicio y calidad, entre otros tantos temas gourmet. El mismo aparece periódicamente cada tres meses, y es sin dudas un fiel reflejo del crecimiento del rubro en Rosario, actuando además como herramienta de promoción gastronómica local, ya que el diario llega no sólo a todos los rosarinos, sino también a toda la región circundante y a su vez, como elemento disparador del turismo, ya que indirecta o directamente se está invitando a visitar y conocer Rosario, utilizando a su oferta gastronómica como pretexto y como atractivo en sí mismo.

Un hecho destacable es que, como publicó el diario La Capital, en los primeros meses del 2006 han abierto ya 125 establecimientos gastronómicos entre bares y restaurantes. Esto refleja que el fenómeno de la gastronomía local continúa creciendo en los últimos años y que Rosario se perfila como un polo favorable para dicho sector. Dicho artículo refleja las opiniones de los personajes locales mayormente ligados a la gastronomía rosarina y sostiene que su expansión se debe en parte a una mayor movilidad del dinero (la gente está saliendo y gastando más). Según reporta, la ciudad ya cuenta con unos 820 bares y unos 350 restaurantes, de los cuales 125 abrieron, como se mencionó, en los primeros cinco meses de 2006. Actualmente y como se observó en el análisis geoespacial realizado anteriormente, se distinguen claramente zonas o áreas de la ciudad donde se percibe una mayor concentración de dichos establecimientos. De esta manera se establecieron la zona de “Pichincha” (el barrio comprendido entre las calles Ovidio Lagos, Rivadavia, Tucumán y Callao y que en lo que va del 2006 ha inaugurado 8 bares y 10 restaurantes), la tradicional Avenida Pellegrini (centro gastronómico por excelencia de la ciudad y el más antiguo, donde en estos primeros cinco meses y en una distancia de cuatro cuadras de la altura 900 al 1300 han abierto una decena de nuevos lugares), el área céntrica comprendida por Dorrego, Mitre, Rioja y Santa Fe (donde se alzan cafés tradicionales y que ya se han sumado entre 15 y 20), la

zona norte de la ciudad (en la cual se inauguraron algunos bares y restaurantes nuevos con una característica diferenciadora: tienen un amplio espacio abierto que ronda entre los 700 y 1.500 metros cuadrados) y finalmente por Francia, Crespo y Cafferata entre las alturas 1.000 y 1.600 fueron inaugurados 8 parrillas y restaurantes con sus propias especificidades: más familiares y algunos de tenedor libre.

Rosario ya no es una ciudad cuyos bares y restaurantes son simples sitios de paso para saciar el hambre, la sed o tomar un café. De hecho, cada rincón que se abre conlleva una importante inversión, incorpora menús cada vez más sofisticados, y requiere de cierta decoración y arquitectura innovadora y distintiva, que actualmente pasó a tener un rol protagónico en las nuevas propuestas, en tanto que anteriormente jugaba un papel secundario. Es válido mencionar también que en los últimos tres años los diferentes bares y restaurantes de la ciudad han realizado tareas de remodelación, han modernizado sus instalaciones y han embellecido los locales en respuesta y gracias al gran movimiento económico que genera el sector.

#### **6.8 Rosario crece y se proyecta**

Por lo analizado se observa que tanto la gastronomía como el turismo en la ciudad han ido creciendo paralelamente en los últimos años. Si bien aún el desarrollo de ambos es incipiente y se encuentran en pleno proceso de transformación y crecimiento, ambos son consecuencia a su vez del crecimiento de Rosario como ciudad a partir de una suerte de hechos tales como la apertura del puente que une a Rosario con la localidad de Victoria en la vecina provincia de Entre Ríos, el crecimiento de la demanda en el rubro de eventos, congresos y convenciones, la realización de obras públicas por parte del gobierno local, el hecho de que la ciudad haya sido sede de importantes eventos a nivel nacional e internacional (el Congreso de la Lengua Española en 2002, por citar uno), la inauguración de dos “shopping-centers” en la zona norte, las tareas de promoción turística llevadas a cabo por el Ente Turístico Rosario, entre otras cosas. Es evidente que todos los factores se encuentran íntimamente relacionados y conectados entre sí, y que todos desde su lugar han contribuido a que actualmente Rosario sea una ciudad renovada en muchos aspectos, contando ahora con un perfil más turístico que años atrás, puesto que ha habido una inclinación hacia el sector de servicios en general, el cual ha crecido notablemente en este último tiempo y entre los cuales se haya la gastronomía local.

Finalmente es importante destacar que, con miras al futuro, Rosario posee grandes potencialidades económicas, dada su importancia a nivel provincial y nacional

y su estratégica ubicación entre otras, pero del mismo modo posee potencialidades para continuar creciendo turísticamente y lograr una posición destacada en el turismo nacional e internacional. Las estadísticas llevadas a cabo por el Ente Turístico Rosario así lo sostienen y la ciudad está preparándose para ello por medio de diferentes propuestas: obras públicas, proyectos de inversión turística, capacitación de recursos humanos, etc. Su gastronomía no se encuentra ajena a esta situación y pretende acompañar dicho crecimiento local, aportando desde su lugar los servicios necesarios para lograr que Rosario crezca y se posicione turísticamente. Si bien aún quedan muchas cuestiones por resolver y perfeccionar, las potencialidades existen y se encuentran latentes, sólo es necesario saber aprovecharlas al máximo.

## 7. CONCLUSION

Sin dudas, el turismo en la ciudad está tomando un matiz cada vez más acentuado, permitiendo redefinir ciertos espacios que, desde el punto de vista del desarrollo de la actividad, constituye un rasgo meritorio con vistas hacia el futuro.

Es por ello que para la elaboración de este trabajo se tuvo en cuenta a la gastronomía como parte integrante –o subsistema- del sistema turístico y como servicio que reviste gran importancia al momento de elaborar un adecuado análisis diagnóstico de este sector.

En el caso de Rosario no existe un servicio gastronómico orientado netamente a los turistas que visitan actualmente la ciudad, así como una tarea de promoción para tal fin. Su evolución creciente, acentuado especialmente a partir de la década del '90, se debe como consecuencia del recupero de la economía de una parte de la sociedad local como así también, del movimiento generado en el país por parte del turismo interno. El resultado observado fue la ampliación y el terreno ganado de nuevos espacios, antes circunscriptos al área céntrica de la ciudad, por aquellos sitios como por ejemplo Pichincha, que comenzaron a desarrollarse desde varios puntos de vista, especialmente, como una zona comercial emergente vinculado fuertemente a las artesanías, boliches, entre otros.

Por otra parte, la oferta de restaurantes alcanza hoy en día altos niveles de crecimiento, en respuesta a la fuerte demanda producto de ese relativo crecimiento socioeconómico. Sin embargo, cabe advertir que dicho incremento en la demanda probablemente no se extienda eternamente en el tiempo y que en un momento dado, dadas las condiciones económicas cambiantes e inestables que experimenta Argentina, comenzará a menguar hasta estancarse y quizás retroceder, por lo cual muchos establecimientos se verán obligados a afianzarse en una posición dentro la plaza gastronómica rosarina que les permita sobrevivir y mantenerse; mientras que muchos otros, inaugurados recientemente, se encuentren ante una mayor vulnerabilidad comercial y deban cerrar sus puertas.

Este “boom” de aperturas de nuevos lugares para comer favorece sin dudas a Rosario favoreciendo el consumo y creando nuevos puestos de trabajo. Según datos de la Encuesta Permanente de Hogares del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), en enero de 2006 se crearon 5.900 puestos de trabajo en Rosario, el doble que dos años atrás, del cual el 9% corresponde al sector gastronómico. Pero por otro lado, cabe preguntarse si en este momento se está evidenciando una sobre oferta local, así

como hasta qué punto esta “ola de aperturas” se encuentra bien organizada y alcanza los estándares de calidad de servicio correctos y deseados por los consumidores y finalmente, si realmente dicha oferta se encuentra diversificada ofreciendo una gama amplia de opciones gastronómicas como comúnmente se cree.

Teniendo en cuenta lo expresado por Sulichín, existen en la ciudad falsos establecimientos temáticos que se jactan de serlo promocionándose como tales pero que en realidad carecen de las cualidades necesarias para que así sea, por citar solo un ejemplo. Lo dicho evidencia una falta de profesionalidad en el sector, dado que no es correcto crear falsas apariencias o por el contrario, un incipiente resplandor de futuros profesionales del buen comer con ánimos de crecimiento en calidad gastronómica.

La falla más evidente en el sector gastronómico local es la mala calidad en la atención de los comensales, a los cuales se brinda un servicio marcadamente precario y hasta en ocasiones ausente, así como en la calidad de los platos servidos en muchos establecimientos.

Teniendo en cuenta la totalidad del análisis desarrollado hasta aquí, y considerando la evidente y estrecha relación que existe entre la gastronomía y el turismo como así también, observando que Rosario manifiesta una fuerte intención de abocarse al turismo de forma cada vez más intensa, se hace evidente la necesidad de una correcta y coherente organización y desarrollo del sector gastronómico conjuntamente con el sector turístico que contemple no sólo estrategias de promoción y difusión turísticas, sino que mas bien, prevea el óptimo modo de absorber la cuota de turismo que se presenta en la ciudad asegurando a los turistas un servicio gastronómico de buena calidad.

Más allá de analizar el subsistema gastronómico por medio de un trabajo de campo de relevamiento y teniendo en cuenta diversas variables (ubicación, concentración geográfica, razón social, evolución de aperturas y cierres, entre otras) permitiendo obtener un panorama real de la situación del sector, este trabajo establece además una investigación diagnóstica que permite identificar las falencias y potencialidades del sector que deben ser tenidas en cuenta para su futuro desarrollo así como para la actividad turística de la ciudad, puesto que éste es parte integrante del sistema turístico local y como tal, debe tener un correcto funcionamiento para satisfacer las necesidades de los turistas y residentes.-



## 8. BIBLIOGRAFIA

-Acerenza, M.A

1991; Administración del Turismo: Conceptualización y Organización, Editorial Trillas, 4ta edición, México.

-Baechler, J.

1996; Grupos e sociabilidad. Citado en: Rolim, M y Jiménez, M; 2003; Turismo, ocio y sociabilidad; Editorial Ciet, Buenos Aires.

-Boullón, R.

1985; Planificación del Espacio Turístico; Capítulo 2: El Sistema Turístico y Capítulo 3: La Teoría del Espacio Turístico. Ed. Trillas, México D.F.

- Ciselli, G.

2003; Comida, identidad y turismo. Pastas y pizzas en la Feria de Colectividades de Comodoro Rivadavia, Argentina; Editorial Ciet, Buenos Aires.

-Cordón, F.

1999; Cocinar hizo al hombre, Tusquets Editores, Barcelona. Citado en: Ducrot, V. E., 2000; Los sabores de la historia, Editorial Norma, Buenos Aires.

-Cuervo, R.

1967; El Turismo como medio de comunicación humana, Departamento de Turismo del Gobierno de México, pp. 28. Citado en Acerenza, M.A; 1991; Administración del Turismo: Conceptualización y Organización, Editorial Trillas, México.

-De Garine, I.

1999; Alimentación y cultura. Actas del Congreso Internacional 1998. Museo Nacional de Antropología. Antropología de la alimentación: entre naturaleza y cultura. Volumen I, La Val de Onsera, Huesca. Citado en: Schlüter, R., 2003; Turismo y patrimonio gastronómico, Ed. Ciet, Buenos Aires.

-De Matta, R.

Citado en: Álvarez, M.; 2002; La cocina como patrimonio (in)tangible. En VVAA: Primeras jornadas de patrimonio gastronómico. La cocina como patrimonio (in)tangible. Comisión para la preservación del patrimonio histórico cultural de la ciudad de Buenos Aires, Buenos Aires.

-Ducrot, V. E.

2000; Los sabores de la historia, Editorial Norma, Buenos Aires.

-Duhart, F.

2002; Reflexiones sobre la identidad cultural alimentaria. París. Disponible en: [www.ugr.es](http://www.ugr.es)

-Escobedo Mansilla, R., Zaballa Beascochea, A. y O. Álvarez Gila

1998; Alimentación y gastronomía: cinco siglos de intercambios entre Europa y América. Citado en: Schlüter, R., 2003; Turismo y patrimonio gastronómico, Ed. Ciet, Buenos Aires.

- Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina

Boletín informativo n° 15; Octubre 2004

- Ferias & Congresos

2005; Balance “Informe Especial sobre la Industria de las Ferias y los Congresos en la República Argentina”.

-Fernández, M. V., Fernández, S y M. Visintín

2002; Por cinco años y vuelvo, Buenos Aires. Disponible en: <http://www.ciet.org.ar>

- Fischer, S; Dornbusch, R y R. Schmalensee.

1989; Economía .2a. ed. México, D.F.: McGraw-Hill

- Gastal, S

2003; Postmodernidad y Gastronomía; Editorial Ciet; Buenos Aires.

- Gentile, E.

1986; Emigración e italianidad en Argentina en los mitos de potencia del nacionalismo y el fascismo (1900-1930); Estudios Migratorios Latinoamericanos.

- Guzmán, D.

1999; Recetario Mexiquense. Siglo XVIII. Colección Recetarios Antiguos; Editorial Conaculta; México.

-La Capital

2005; “Rosario, una opción turística que crece”; Suplemento La Ciudad. SM.

-La Revista del Hotel & Restaurant

Edición mayo 2006

-Molina, S.

2000; Conceptualización del Turismo, Editorial Limusa, México D.F.

-Montanari, M.

2003; El mundo en la cocina: historia, identidad, intercambios; Editorial Paidós, Buenos Aires.

-Padilla Dieste, C.

2003; Los alimentos y el turismo: reflexión sobre la sustentabilidad; México.

-Puillon, J.

1991, Tradition. Citado en P.Bonte y M. Izard, Dictionaire de l'éthnologie et de l'antropologie, PUF, París. Citado en Warnier, J.P., 2002, La mundialización de la cultura, Editorial Gedisa, Barcelona.

-Rodríguez Cómer, D

2003; La gastronomía española como patrimonio cultural; Editorial Ciet, Buenos Aires.

- Rolim, M y Jiménez, M.

2003; Turismo, ocio y sociabilidad; Editorial Ciet, Buenos Aires.

-Saleño, N.

1999; Globalización, civilización mundial y culturas nacionales: los cambios de paradigmas en la civilización y las culturas del tercer milenio, Grupo Editor Multimedia, Buenos Aires.

-Sebastianelli, H.

1995; Rosario Temático. Rosario.

-Vidal Bussi, F.

1999; Aportes culinarios de los inmigrantes. La rebelión del ajo. Revista Todo es Historia 380:9-22. Citado en Gandara, J.M. y Schlüter, R.; 2003 Gastronomía y turismo: una introducción, Editorial Ciet, Buenos Aires.

-Von Bertalanffy, L.

1980; Teoría General de los Sistemas, Fondo de Cultura Económica, México; pp. 10. Citado en Molina, S., 2000; Conceptualización del Turismo, Editorial Limusa, México D.F.

-Warnier, J.P.

2002, La mundialización de la cultura, Editorial Gedisa, Barcelona.