

ECONOMIA DEL TURISMO. UN ENFOQUE DESDE LA TEORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

NATALIA PORTO

TESIS DOCTORAL

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

LA PLATA, 7 DE JULIO DE 2004

El Director de este trabajo fue el Dr. Atilio A. Elizagaray. Actúo como Director asociado el Dr. Guido G. Porto.

AGRADECIMIENTOS

A mi mamá Elsa, por su eterno amor, apoyo, comprensión y valentía. Por haberme enseñado a vivir y ser siempre un sostén en mi vida.

A mi papá Alberto, sin quien no hubiera podido continuar en la vida. Por la eternidad del amor y tiempo que me dedica día a día.

A mi hermana Melina, por la calidez de su presencia y su fuerza que siempre me han acompañado. Por haber crecido juntas.

A mi hermano Guido, por su siempre ingeniosa manera de compartir nuestra vida. Por haber crecido juntos.

A Maxi, por su incondicionalidad y su integridad. Por haber estado siempre al lado mío a lo largo de mi vida.

A Anina, un pequeño sol en mi vida.

A mi hija María Abril, mi pequeño sol en mi vida. Por su sonrisa y por la felicidad que desborda de sus ojos. Por todo.

A Lucas.

A mi hijo Jerónimo. Por todo.

A mis dos abuelas. A Norberto Pagani.

A todos ellos, por haberme hecho feliz.

Un agradecimiento adicional para Melina que colaboró en los aspectos de redacción y presentación del trabajo. Finalmente, un agradecimiento adicional e infinitamente grande para Guido y Alberto. A Guido, en su carácter de Director asociado de este trabajo, por su invaluable colaboración, dedicación y preocupación. Por haber compartido conmigo su inteligencia, sus habilidades y sus ideas. A Alberto, por su constante, continuo y valioso apoyo. Por el aporte de sus inteligentes y siempre acertadas ideas. Por haber compartido conmigo su experiencia. A los dos, por su dedicación constante a lo largo de la elaboración de este trabajo.

AGRADECIMIENTOS.....	3
INTRODUCCIÓN.....	9
REFERENCIAS	12
CAPÍTULO I.....	13
DEFINICIÓN Y CARACTERIZACIÓN DEL TURISMO	13
I.1. INTRODUCCIÓN.....	14
I.2. DEFINICIÓN DEL TURISMO. CONCEPTOS	14
I.2.1. BREVE REFERENCIA A LOS ORÍGENES DEL TURISMO.....	14
I.2.2. ¿QUÉ ES EL TURISMO?	17
I.2.2.1. ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE DEFINIR EL TURISMO?.....	17
I.2.2.2. DEFINICIONES	18
I.2.2.2.1. DEFINICIONES TÉCNICAS	18
I.2.2.2.2. DEFINICIONES CONCEPTUALES	21
I.3. SECTORES ECONÓMICOS QUE FORMAN PARTE DEL TURISMO	33
I.4. EFECTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO.....	34
I.4.1. EFECTOS ECONÓMICOS POSITIVOS DEL TURISMO	37
I.4.2. EFECTOS ECONÓMICOS NEGATIVOS DEL TURISMO.....	39
I.5. CONCLUSIONES.....	40
REFERENCIAS	41
CAPÍTULO II.....	45
II.1. INTRODUCCIÓN.....	46
II.2. ¿QUÉ ES EL TURISMO?	47
II.3. DEMANDA DE BIENES HOMOGÉNEOS O BIENES DIFERENCIADOS EN TURISMO ..	48
II.3.1. DEMANDA DE BIENES HOMOGÉNEOS EN TURISMO.....	48
II.3.2. DEMANDA DE BIENES DIFERENCIADOS EN TURISMO	51
II.3.2.1. MODELOS DE DIFERENCIACIÓN VERTICAL.....	51
II.3.2.2. MODELOS DE DIFERENCIACIÓN HORIZONTAL	53
II.3.2.2.1. ENFOQUE DE LOCALIZACIÓN	53
II.3.2.2.1.1. EL ENFOQUE LINEAL DE LA VARIEDAD IDEAL.....	54
II.3.2.2.1.2. EL ENFOQUE CIRCULAR DE LA VARIEDAD IDEAL	56
II.3.2.2.1.3. FORMALIZACIÓN DEL ENFOQUE CIRCULAR DE LA VARIEDAD IDEAL	58
II.3.2.2.2. ENFOQUE DE NO LOCALIZACIÓN	64

II.3.2.2.2.1. EL ENFOQUE DEL GUSTO POR LA VARIEDAD	64
II.3.2.2.3. DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS SEGÚN CARACTERÍSTICAS DE LOS BIENES	67
II.3.2.2.4. DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS SEGÚN LUGAR DE PRODUCCIÓN	68
II.4. BIENES TRANSABLES, BIENES NO TRANSABLES Y COMERCIO DE SERVICIOS EN TURISMO	73
II.4.1. TURISMO, BIENES TRANSABLES Y COMERCIO INTERNACIONAL	73
II.4.1.1. DEFINICIÓN.....	73
II.4.1.2. EL TURISMO COMO BIEN TRANSABLE.....	74
II.4.1.3. APLICACIÓN DE LAS TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL A LOS FLUJOS DE TURISMO.....	75
II.4.1.3.1. MODELOS DE COMERCIO DETERMINADOS POR LA VENTAJA COMPARATIVA.....	76
II.4.1.3.1.1. MODELO RICARDIANO	76
II.4.1.3.1.2. MODELO DE HECKSCHER-OHLIN	79
II.4.1.3.1.3. MODELO DE FACTORES ESPECÍFICOS	83
II.4.1.3.2. LA NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL	85
II.4.1.3.2.1. ECONOMÍAS EXTERNAS	86
II.4.1.3.2.2. ECONOMÍAS DE ESCALA, DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS Y COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA	87
II.4.1.3.2.3. EMPRESAS MULTINACIONALES	91
II.4.1.3.2.4. OTROS MODELOS DE COMERCIO: MODELOS DE BRECHA TECNOLÓGICA Y CICLO DE PRODUCTO	93
II.4.2. TURISMO Y UNA APROXIMACIÓN A LA DEFINICIÓN DE LOS BIENES NO TRANSABLES.....	95
II.4.2.1. LOS BIENES NO TRANSABLES DENTRO DEL COMERCIO INTERNACIONAL	95
II.4.2.2. EL TURISMO COMO BIEN NO TRANSABLE	96
II.4.3. TURISMO Y SERVICIOS: DE ACTIVIDADES NO TRANSABLES A TRANSABLES..	96
II.4.3.1. LOS SERVICIOS EN LA INVESTIGACIÓN ECONÓMICA. LOS SERVICIOS DENTRO DE LA ECONOMÍA INTERNACIONAL	96
II.4.3.2. DEFINICIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LOS SERVICIOS.....	98
II.4.3.3. COMERCIO DE SERVICIOS	99
II.4.3.3.1. APLICACIONES DE LOS MODELOS DE COMERCIO A LOS SERVICIOS	102
II.4.3.3.2. EL TURISMO BAJO LAS DISTINTAS MODALIDADES DEL COMERCIO DE SERVICIOS	103
II.5. CONCLUSIONES	105
ANEXO II.1	107

II.1.1. INTRODUCCIÓN	107
II.1.2. LOS MODELOS.....	107
II.1.3. EL TURISMO Y LOS COSTOS DE TRANSPORTE.....	110
REFERENCIAS	112
CAPÍTULO III.....	119
III.1. INTRODUCCIÓN.....	120
III.2. HACIA UNA DEFINICIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO.....	121
III.2.1. BIENES NO TRANSABLES, SERVICIOS Y TURISMO	122
III.2.2. BIENES TRANSABLES, SERVICIOS Y TURISMO	123
III.2.3. EMPRESAS MULTINACIONALES, COMERCIO DE FACTORES SIN MOVILIDAD FÍSICA Y TURISMO.....	124
III.3. EL EQUILIBRIO INTEGRADO Y LA CARACTERIZACIÓN DEL CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES	125
III.4. CARACTERIZACIÓN DEL CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES PARA DISTINTAS DEFINICIONES ECONÓMICAS DEL TURISMO	126
III.4.1. CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES PARA EL TURISMO DEFINIDO COMO UN BIEN O SERVICIO TRANSABLE PRODUCIDO BAJO RENDIMIENTOS CONSTANTES A ESCALA	127
III.4.2. CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES PARA EL TURISMO DEFINIDO COMO UN BIEN O SERVICIO NO TRANSABLE PRODUCIDO BAJO RENDIMIENTOS CONSTANTES A ESCALA	131
CONCLUSIONES	137
III.4.3. CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES PARA EL TURISMO DEFINIDO COMO UN BIEN O SERVICIO DIFERENCIADO PRODUCIDO POR EMPRESAS MULTINACIONALES	137
III.4.3.1. CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES PARA EL TURISMO DEFINIDO COMO UN BIEN O SERVICIO DIFERENCIADO TRANSABLE (SEPARABLE O NO GEOGRÁFICAMENTE) Y UN BIEN TRANSABLE PRODUCIDO BAJO RENDIMIENTOS CONSTANTES A ESCALA	140
GENERALIZACIÓN	144
CONCLUSIONES	144
III.4.3.2. CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES PARA EL TURISMO DEFINIDO COMO UN BIEN O SERVICIO DIFERENCIADO NO TRANSABLE (SEPARABLE O NO GEOGRÁFICAMENTE) Y DOS BIENES TRANSABLES PRODUCIDOS BAJO RENDIMIENTOS CONSTANTES A ESCALA	145
CONCLUSIONES	147
III.4.3.3. CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES PARA EL TURISMO DEFINIDO COMO UN BIEN O SERVICIO DIFERENCIADO TRANSABLE	

(SEPARABLE O NO GEOGRÁFICAMENTE) Y EL TURISMO COMO UN BIEN O SERVICIO NO TRANSABLE PRODUCIDO BAJO RENDIMIENTOS CONSTANTES A ESCALA	147
CONCLUSIONES	150
III.5. CONCLUSIONES	150
ANEXO III.1.....	152
REFERENCIAS	155
CAPÍTULO IV	157
IV.1. INTRODUCCIÓN.....	158
IV.2. UN MODELO SIMPLE DE EQUILIBRIO GENERAL DE COMERCIO INTERNACIONAL CON BIENES TURÍSTICOS.....	159
IV.3. EFECTOS ECONÓMICOS DE CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO: POLÍTICAS PÚBLICAS Y EMPRENDIMIENTOS DEL SECTOR PRIVADO	164
IV.3.1. DOTACIONES, INFORMACIÓN Y SEGURIDAD.....	166
IV.3.2. POLÍTICAS IMPOSITIVAS DE COMERCIO EXTERIOR.....	171
IV.3.3. POLÍTICAS IMPOSITIVAS INTERNAS E INFRAESTRUCTURA	179
IV.4. EFECTOS ECONÓMICOS DE CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO EN UN MODELO CON BIENES TURÍSTICOS LOCALES NO TRANSABLES GRAVADOS INTERNAMENTE	185
IV.5. CONCLUSIONES	190
REFERENCIAS	192
CAPÍTULO V	193
V.1. INTRODUCCIÓN	194
V.2. EL TURISMO: DE ACTIVIDAD NO TRANSABLE A TRANSABLE, CON DESPLAZAMIENTO FÍSICO DE LOS DEMANDANTES Y CON LENTO CRECIMIENTO DE LA PRODUCTIVIDAD.....	196
V.3. EL TURISMO DENTRO DE LOS MODELOS TEÓRICOS DE REFERENCIA.....	198
V.4. PROGRESO TÉCNICO EN TURISMO EN UN MODELO DE FACTORES ESPECÍFICOS	200
V.4.1. EL MODELO.....	201
V.4.2. EL MODELO CON PROGRESO TÉCNICO EN TURISMO.....	202
V.4.3. LOS EFECTOS DEL PROGRESO TÉCNICO EN TURISMO	210
V.4.4. UNA COMPARACIÓN ENTRE EL PROGRESO TÉCNICO EN TURISMO Y EL PROGRESO TÉCNICO EN BIENES TRANSABLES TRADICIONALES	213
V.5. CONCLUSIONES.....	219

REFERENCIAS	221
CAPÍTULO VI.....	222
REFERENCIAS	232
CITAS.....	234

INTRODUCCIÓN

Desde sus inicios y por largo tiempo, la teoría del comercio internacional estuvo centrada en la explicación de los flujos de comercio de bienes entre países. Al mismo tiempo, la política económica también se ha ocupado de esta problemática. Desde la teoría de la ventaja comparativa de Ricardo a principios del siglo XIX y los modelos de dotaciones factoriales de Heckscher y Ohlin a principios del siglo XX hasta la integración de la competencia imperfecta en la teoría del comercio a fines del siglo XX, el intercambio de bienes ha encontrado justificaciones teóricas robustas. El paso del tiempo llevó a que los servicios y, en particular, el comercio de servicios ocuparan un rol cada vez más destacado dentro de la teoría y la política económica. Es así como la literatura comienza a dirigir su atención al intercambio de servicios entre países. Los primeros pasos en esta temática dentro de la economía internacional coinciden temporalmente con la consideración de modelos de comercio de bienes bajo competencia imperfecta. Curiosamente, nunca la teoría del comercio internacional se ha ocupado de explicar los flujos de turismo entre países.

¿Por qué el turismo no ha sido un campo de estudio dentro de la teoría del comercio internacional? ¿Se aplican las teorías que explican el comercio de bienes al comercio de turismo? ¿Se aplican las teorías que explican el comercio de servicios al comercio de turismo? ¿Qué es el turismo? ¿Qué es el comercio de turismo? El objetivo de este trabajo es, con las herramientas de la teoría del comercio internacional, desarrollar modelos de la economía del turismo que cubran el vacío existente hoy en este tema. Este es el aporte fundamental de este trabajo de tesis. En particular, se define y caracteriza económicamente al turismo, se presentan aplicaciones alternativas de teorías del comercio a la explicación de los flujos de turismo entre países, y finalmente, se presentan adaptaciones de modelos de la teoría del comercio internacional bajo definiciones alternativas del sector turístico.

El primer gran desafío que aborda este trabajo es definir el turismo con precisión, tanto en términos generales como desde el punto de vista de la teoría económica. Esta no es una tarea sencilla por varias razones. En primer lugar, el acuerdo en la literatura relacionada con el análisis científico del turismo es unánime con respecto a las dificultades que existen para definir qué es el turismo. No hay acuerdo ni en los orígenes del turismo, ni en las motivaciones, ni en la uniformidad de conceptos para la recopilación de información. Hoy en día, existen definiciones de turista y turismo tan variadas y numerosas como autores trabajando en el tema. En segundo lugar, si bien el turismo es un sector al que le son aplicables los principios básicos de la economía, presenta ciertas particularidades y rasgos distintivos que lo diferencian del resto de los sectores. Estos aspectos se tratan en los capítulos I y II.

El Capítulo I presenta una revisión de la literatura relacionada con la definición y caracterización del turismo. Se discuten aspectos referidos a los orígenes del turismo que es una de las principales controversias en la literatura, ya que este hecho es fundamental si se quiere obtener una definición precisa del sector. Al mismo tiempo, el capítulo resume algunas de las definiciones conceptuales más importantes del turismo –sin que esto pretenda cubrir más de un siglo de investigación dedicado al tema– enfatizando sus características económicas. El turismo implica desplazamientos desde lugares de origen hacia destinos turísticos. El turismo transforma y explota recursos, atractivos y atracciones turísticas. El turismo genera consumo de bienes y servicios (Lanquar, 1991). El turismo puede ser considerado y definido, entre otros, como bien, servicio, sector, actividad económica, mercado o industria. Finalmente, se describen las diferentes posiciones en cuanto a las actividades específicas a incluir dentro de la definición de turismo con fines estadísticos, donde se distinguen actividades netamente y parcialmente turísticas; y se mencionan los principales efectos económicos positivos del turismo, entre otros, su carácter de sector exportador, generador de empleo y crecimiento económico, y como actividad económica regional.

El Capítulo II se ocupa de caracterizar económicamente al turismo, lo que constituye un aporte dentro de la teoría económica, y presenta aplicaciones sencillas de la teoría del comercio internacional de acuerdo a esta especificación. Esta caracterización del turismo se convierte, a lo largo de todo el trabajo, en una herramienta fundamental como punto de partida para el análisis de los aspectos económicos del turismo así como para el

diagnóstico, diseño y evaluación de políticas –públicas o privadas- en turismo. Se analizan algunos aspectos particulares del sector, relacionados principalmente con su carácter de bien, homogéneo o diferenciado, transable o no transable. En relación al primer aspecto, homogéneo o diferenciado, las aplicaciones y ejemplos tienen, en la mayoría de los casos, aspectos en común. El Partenón de Atenas y Mykonos como complementos, Positano y Sorrento en la Costa Amalfitana como sustitutos, pueden ser destinos homogéneos. Cala Santa Galdana en Menorca como destino ideal; las playas francesas como reflejo del gusto por la variedad, la combinación de sol y playa con arqueología (Cancún y Tulum) como elección del destino de acuerdo a sus características; Disneylandia en Orlando en lugar de Disneylandia en Los Angeles por la localización, entre otros, son ejemplos de elecciones de turismo en base a la diferenciación de productos. En relación al segundo aspecto, transable o no transable, tradicionalmente el turismo se ha considerado como una actividad perteneciente a la economía de los servicios, caracterizados como no transables. Actualmente, la Organización Mundial del Comercio considera que todos los servicios son transables y, en el caso del turismo, es el desplazamiento físico de los consumidores lo que permite su comercio. Sin embargo, existen también otras modalidades del comercio de servicios que sirven para explicar el comercio de turismo: el comercio de servicios turísticos a través de tecnología, el comercio de la capacidad empresarial, el desplazamiento de los factores productivos. Finalmente, con esta definición y caracterización económica del turismo incorporada a la caja de herramientas de este trabajo, el capítulo analiza los determinantes del comercio de turismo y de los flujos turísticos entre países. La teoría de la ventaja comparativa, las economías externas, las economías de escala, el comercio intrafirma dentro de las empresas multinacionales, los modelos de brecha tecnológica y ciclo de producto brindan, ahora sí, algunas justificaciones teóricas del comercio de turismo entre países.

Dentro de la teoría del comercio internacional, un tema central ha sido el teorema de igualación del precio de los factores que establece que, bajo ciertos supuestos, el libre comercio en bienes implica igualación del precio relativo de los bienes entre países y esto implica, a su vez, igualación del precio relativo (y absoluto) de los factores entre países (Samuelson, 1948, 1949). El resultado es entonces que el libre comercio en bienes y la libre movilidad de factores son sustitutos perfectos, en términos de bienestar y de volumen de comercio, al afectar a los precios de los factores de la misma manera (Mundell, 1957). El conjunto de igualación del precio de los factores es el instrumento adecuado para analizar estas proposiciones (Dixit y Norman, 1980; Helpman y Krugman, 1985). En el Capítulo III, con la colaboración de la definición y caracterización económica del turismo incorporada a esta investigación, se estudia la explicación del comercio bajo el enfoque de la economía integrada para el turismo y la caracterización del conjunto de igualación del precio de los factores, lo que genera algunos avances teóricos interesantes. Por un lado, brinda una aproximación a la explicación del comercio de turismo y de los flujos de turismo entre países a través de la aplicación de las teorías del comercio internacional. Por otro lado, constituye un avance en la explicación de la metodología de la obtención de los conjuntos de igualación del precio de los factores -en particular, cuando se define al turismo como no transable y cuando se lo define bajo distintas especificaciones al mismo tiempo (por ejemplo, como no transable y como parte de la producción de empresas multinacionales).

Como se mencionó anteriormente, el turismo presenta ciertas peculiaridades que lo distinguen del resto de los sectores de la economía y, por lo tanto, puede ser interpretado y estudiado según diferentes especificaciones. Sus particularidades, aspectos diferenciales en relación a ciertos sectores y similitudes con respecto a otros hacen necesario un enfoque distinto al utilizado generalmente en economía. Bajo este contexto, incluir el turismo dentro de un modelo de equilibrio general no es una tarea sencilla. Modelar el sector turístico –dadas sus peculiaridades y la posibilidad de utilizar diferentes enfoques para su análisis- es siempre difícil. En los Capítulos IV y V se desarrollan modelos simples de equilibrio general que incluyen aspectos particulares del sector. Se trata al turismo como un sector productor de bienes o servicios no transables, demandados tanto por consumidores locales como por consumidores del resto del mundo que eligen un determinado destino turístico. El desplazamiento físico de los demandantes transforma estos bienes o servicios en transables.

El Capítulo IV presenta una extensión del modelo de equilibrio general de comercio internacional de Dixit y Norman (1980). Se considera un país pequeño y se incluye la demanda de turismo local o internacional por parte de residentes locales y extranjeros. Se estudian los efectos de cambios en la estructura del sector turismo: en algunos casos, cambios generados por factores totalmente exógenos –aumento en el stock relativo de dotaciones de atracciones turísticas-; en otros casos, cambios generados por políticas de los gobiernos o emprendimientos del sector privado –aumento en el stock relativo de dotaciones efectivas de atracciones turísticas, políticas impositivas de comercio exterior y políticas impositivas internas (reducción de impuestos internos sobre el sector o mejoras en la infraestructura). Uno de los resultados más interesantes y novedosos de este capítulo es que, a diferencia del modelo tradicional, las acciones de política económica o los emprendimientos del sector privado en un país pequeño pueden afectar el bienestar del resto del mundo.

El Capítulo V presenta un modelo de equilibrio general de factores específicos en la tradición de los modelos de la enfermedad holandesa y sector expansivo (Corden y Neary, 1982; Corden, 1984) donde se analizan los efectos de políticas públicas generadoras o facilitadoras de avances tecnológicos en turismo -cambios impositivos; desregulación; reducción en el precio o cambios en las características y oferta de bienes complementarios; creación de infraestructura; formación de recursos humanos; promoción e información; etc. Uno de los aportes más novedoso de este capítulo es incluir al turismo dentro de las actividades de servicios tecnológicamente rezagadas o de lento avance en la productividad de acuerdo a Baumol (1967), para las que se compensa su atraso relativo a través de políticas públicas resumidas en la forma de progreso técnico.

El Capítulo VI presenta las conclusiones.

REFERENCIAS

- Baumol, W.J. 1967. "Macroeconomics of unbalanced growth: the anatomy of urban crisis." *American Economic Review* Vol. 57, Nº 3: 415-426.
- Corden, W.M. y J.P. Neary. 1982. "Booming sector and de-industrialisation in a small open economy." *Economic Journal* 92: 825-848.
- Corden, W.M. 1984. "Booming sector and Dutch disease economics: surveys and consolidation." *Oxford Economic Papers* 36: 359-380.
- Dixit, A.K. y V. Norman. 1980. *Theory of international trade. A dual, general equilibrium approach*. Cambridge University Press. Inglaterra.
- Helpman, E. y P. Krugman. 1985. *Market structure and foreign trade*. The MIT Press. Cambridge. Massachusetts.
- Lanquar, R. 1991. *La economía del turismo*. Okios-Tau. Barcelona.
- Mundell, R.A. 1957. "International trade and factor mobility." *American Economic Review* 47: 321-335.
- Samuelson, P.A. 1948. "International trade and the equalization of factor prices." *Economic Journal* Vol. 58: 165-184.
- Samuelson, P.A. 1949. "International factor price equalization once again." *Economic Journal* 59: 181-197.

CAPÍTULO I

DEFINICIÓN Y CARACTERIZACIÓN DEL TURISMO *

* Una versión preliminar de este capítulo fue presentada como trabajo de investigación para la aprobación del curso “Metodología y políticas para el desarrollo turístico sostenible” correspondiente al Doctorado en Economía del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Oviedo, España (enero-febrero 2002), realizado con financiamiento de la Beca Mutis otorgada por la Agencia Interamericana de Desarrollo. Otras versiones preliminares fueron presentadas en el Seminario clausura del curso “Economía y gestión del turismo sostenible” realizado por la Universidad de la República (Uruguay) y la Universidad de Siena (Italia) en Punta del Este, Uruguay (octubre 2003); en los Seminarios internos de Doctorado (Departamento de Economía, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata) y en el Seminario de Economía del Departamento de Economía (Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata). Parte de esta investigación estuvo financiada con una Beca de Perfeccionamiento otorgada por la Universidad Nacional de La Plata.

I.1. INTRODUCCIÓN

El origen del turismo ha sido discutido extensamente en la literatura especializada, encontrándose posiciones radicalmente diferentes. Desde los viajes de la antigüedad por motivos comerciales, las peregrinaciones y las cruzadas hasta las grandes expediciones del siglo XV (como por ejemplo el descubrimiento de América) se han establecido distintos momentos y motivaciones para explicar el origen y el fenómeno turístico en sí mismo. Sin embargo, el turismo como actividad económica local para el desarrollo y crecimiento de las economías es un fenómeno relativamente nuevo. La controversia en la literatura ha girado en torno a los orígenes del turismo ya que este hecho importa para definir con precisión qué se entiende por turismo. Hoy en día, existen definiciones de turista y turismo tan variadas y numerosas como autores trabajando en el tema.

El objetivo de este capítulo es presentar una revisión de la literatura que se ha dedicado a investigar aspectos relacionados con la definición y caracterización del turismo. La sección I.2 se refiere a los orígenes del turismo y de la investigación en turismo. En particular, se describen las distintas posiciones de la literatura en relación a algunos aspectos puntuales del sector: el producto turístico; el turismo como industria o como mercado; el turismo como una variedad de bienes y servicios heterogéneos que permiten el consumo turístico; el turismo y los servicios; y el turismo como parte del análisis de sistemas. La sección I.3 describe los principales sectores que forman parte del turismo. La sección I.4 presenta una descripción de los efectos económicos del turismo. Finalmente, la sección I.5 presenta las conclusiones.

I.2. DEFINICIÓN DEL TURISMO. CONCEPTOS

I.2.1. BREVE REFERENCIA A LOS ORÍGENES DEL TURISMO

El origen del turismo ha sido discutido extensamente en la literatura especializada, encontrándose posiciones radicalmente diferentes. Algunos autores remontan el surgimiento del fenómeno turístico a la época de *La Odisea* -más de mil años antes de Cristo-, a los viajes de la antigüedad por motivos comerciales, la búsqueda de bienes para la subsistencia, razones de estado, y deseos políticos de expansión territorial, entre otros, y hacen referencia a los “forasteros” y al “don de la hospitalidad” (transformados en los servicios de hoy en día). La cultura egipcia, la griega y la romana comienzan a desarrollar las condiciones necesarias para los viajes. Viajes entre el Gobierno Central y los territorios periféricos, viajes motivados por fiestas de carácter religioso o deportivo, viajes de descanso o con finalidades curativas, etc. En la Edad Media, las peregrinaciones y las cruzadas son el centro de los movimientos a lo largo del Continente Europeo. Desde fines del siglo XIV hasta el siglo XVI, los viajes se basan en las grandes expediciones marítimas (como por ejemplo el descubrimiento de América o de algunas zonas de África y Asia). Si bien es cierto que no existe uniformidad en aceptar cuándo, cómo y en qué circunstancias exactas nace el turismo, es posible afirmar que si se asocia el turismo a la idea de viajes de placer, los viajes turísticos constituyen una práctica relativamente reciente. Íntimamente ligada al origen del turismo, la definición de turista encierra también ciertas controversias importantes. El no disponer de una definición suficientemente precisa de turista hace inviable obtener una definición suficientemente precisa del turismo, cualquiera sea su enfoque. Hoy en día, existen definiciones de turista y turismo tan variadas y numerosas como autores trabajando en el tema.

Así como existen ciertos desacuerdos en la literatura acerca del origen del turismo, éstos también se manifiestan en relación a cuándo se utilizan por primera vez las palabras “turista” y “turismo.” Según Ramírez Blanco (1981) e Inskeep (1991, en Theobald, 1994), la procedencia del vocablo inglés *tour* aparece

documentalmente por primera vez entre 1760 y 1778 con la publicación de *The Grand Tour*, el primer libro de viajes realizado para los jóvenes hombres aristocráticos británicos que para completar sus estudios (carreras en política, gobierno y servicios diplomáticos) se embarcaban bajo el acostumbrado gran *tour* de tres años a lo largo del Continente Europeo. Lanquar (1991) y Smith (1989) sitúan en 1800 el momento del uso más antiguo de la palabra “turista.”¹ Por esta época, entre los años 1800 y 1811, el *Oxford English Dictionary* (Oxford, 1950) emplea por primera vez las palabras “turista” y “turismo.”² De acuerdo a Mieczkowski (1990), la primera definición de “turista” aparece recién en el año 1876 en el *Dictionnaire universel du XIX siècle*. En relación a las raíces etimológicas de estas palabras, el *Diccionario Turístico Internacional* (Academia Internacional de Turismo de Montecarlo, 1955) establece que son dos, *tour* y *turn*, ambas derivadas del latín *tornus* (torno) como sustantivo y *tornare* (redondear, tornear, labrar a torno, y en latín vulgar, girar) como verbo; de las que se aprecia por la raíz común la idea de giro, de viaje circular y de vuelta al punto de partida. Los sufijos “-ist” e “-ismo” que completan las palabras turista y turismo se refieren a la acción que recae sobre una persona o grupo de ellas, lo que explica el por qué se utilizan para significar el fenómeno individual o general del desplazamiento turístico.³

La lenta evolución del descubrimiento del turismo como actividad recreativa y económica se manifiesta en algunos hechos concretos durante más de cuatro siglos. En el año 1620, se consideraba el gasto de los turistas como *petty things* (pequeña cosa).⁴ El año 1841, con la actividad de Thomas Cook -el primer agente que realizó viajes organizados en Inglaterra- marca el dato histórico que refleja el nacimiento del turismo bajo la concepción actual. Esta actividad presentaba las características del fenómeno turístico: la de ser una actividad humana tendiente a promover el deseo de viajar por placer, descanso, salud, etc. en grandes masas de población, para posteriormente servirla durante la realización del viaje; y la presencia continua y permanente de grupos de personas que se trasladan de un sitio a otro por varias razones, pero ajenas al afán de lucro o a su trabajo habitual (Ramírez Blanco, 1981; Montaner Montejano, 1991).^{5 6}

En 1883, Stadner, un joven funcionario austríaco –en el marco de las “Primeras Jornadas de Delegados para el fomento del turismo en los Alpes Austríacos” celebradas en Graz- se refiere a la industria del turismo en cuanto a la actividad económica destinada a dar servicios a los visitantes extranjeros. A fines de siglo, Blanchard se refiere al turismo como la explotación de las bellezas del país que los extranjeros quieren visitar consistiendo esta explotación en facilitar esta visita creando “camino de acceso, carreteras, senderos, ferrocarriles; (...organizando) estos medios de acceso y (facilitando) caballerías, autocares, automóviles y vagones de ferrocarril confortables. Finalmente, (...adecuando) lugares de refrigerio y de descanso: restaurantes, hoteles, chalets, etc” (Lanquar, 1991: 9).

Entre 1880 y 1930 comienzan a publicarse los primeros documentos sobre el turismo como actividad económica y sobre algunos de los sectores relacionados: en 1883 se publica el primer documento oficial sobre la hotelería en Zurich; en 1896 la Editorial Guyer Frenler publica *Contribuciones a una estadística del turismo*; en 1899 aparece en el *Giornale degli Economisti* una colaboración de Bodio titulada *Sobre el*

¹ “A traveller is nowadays called a tour-ist” (Pegge, 1800; en Lanquar, 1991).

² “Tourist: one who makes a tour, sp. one who does this for recreation; one who travels for pleasure or culture, visiting a number of places for their objects, scenery or the like. Tourism: the theory and practice of touring; travelling for pleasure” (Oxford English Dictionary, 1950).

³ “One can argue that a circle represents a starting point, which ultimately returns back to its beginning. Therefore, like a circle, a tour represents a journey that it is a round-trip, i.e., the act of leaving and then returning to the original starting point, and therefore, one who takes such a journey can be called a tourist” (Theobald, 1994).

⁴ “There are yet some other petty things which seem to have reference to this ballance of which the said officers of His Majesties Customs can take no notice, to bring them into accompt: as namely the espenses of travellers” (Mun, 1620).

⁵ Estas dos características son lo que posteriormente Ramírez Blanco (1981) llama “red de servicios turísticos” y “corriente turística,” respectivamente.

⁶ Es importante mencionar que algunas de las definiciones más modernas del turismo incluyen dentro de los motivos de viaje a las cuestiones de negocios (que están relacionadas con el afán de lucro y/o el trabajo individual).

desplazamiento de los extranjeros en Italia y sus desembolsos; en 1903 Amengual publica en Barcelona *La industria de los forasteros*; en 1909 el conde de Bailén presenta la obra *Las importantes ventajas que produce el desarrollo del turismo en España*. Entre 1911 y 1935, acontecimientos como la Primera Guerra Mundial y la crisis de 1929 contribuyen a que los gobiernos de muchos países comiencen a prestar mayor atención a la llegada de turistas al territorio ya que esto permitía encontrar fuentes de ingresos alternativas a la exportación (Lanquar, 1991). Los aportes científicos del turismo en este período son importantes: von Schullern zu Schrattenhofen (1911), Stadner (1917), Glücksman (1930), etc. (en Muñoz de Escalona, 1992). Finalmente, la obra publicada en 1933 por Ogilvie *The tourist movement, an economic study* es considerada en la época como la mejor contribución científica al estudio económico del turismo. Recién después de la Segunda Guerra Mundial, con la creación de la Asociación Internacional de Expertos Científicos sobre el Turismo por Krapf y Hunziker -dos economistas suizos- es cuando el turismo comienza a ser objeto de estudios económicos sistemáticos (Lanquar, 1991). En 1942, estos autores publican *Elementos de la doctrina general del turismo* donde se refieren al turismo como un conjunto de relaciones y fenómenos que se deriva de la estancia de los forasteros y que no implica actividades lucrativas. Luego, Troisi (1940), Mariotti (1942), Römer (1947), Ossipow (1951), Arrilaga (1955), Bernecker (1957), Carone (1959), Pulido San Román (1966), Fernández Fuster (1967), Sessa (1968) (en Muñoz de Escalona, 1992) son algunos de los principales estudiosos del turismo entre la década del 40 y del 70.

En el siglo XX el turismo comienza a desarrollarse verdaderamente. Es a partir de los años 30, cuando les es concedido a los trabajadores y a todos los estratos de la población de los países industrializados el derecho a las vacaciones pagas, que el turismo pasa del plano limitado de un placer elitista a un plan general de la vida social y económica (Organización Mundial del Turismo, 1980). Se inaugura así “el derecho de todos al ocio turístico, pero no se articulan todavía los mecanismos de comercialización y gestión de flujos a gran escala” (Vera, coor., 1997: 7). En el período posterior a la Segunda Guerra Mundial surgen las condiciones para el nacimiento del turismo de masas, principalmente por la mejora en el nivel de vida, aumento en los salarios y en el tiempo libre. Colaboran al mismo tiempo la creación de numerosos mecanismos de gestión y producción del turismo, los grandes avances en el transporte y el desarrollo masivo de la aviación comercial. Desde la década del 50 hasta la actualidad, el turismo de masas ha logrado una etapa de crecimiento alto y continuado en la producción turística, siendo los factores clave del turismo contemporáneo –según Vera (coor., 1997)- la conquista del tiempo de ocio y turismo, la conquista del espacio (reducción de distancias y superación de fronteras), el aumento del ingreso y la capacidad de gasto turístico, y la transformación de las vacaciones y el turismo en una necesidad básica.

Si bien en 1925 se funda en La Haya la Unión Internacional de Organismos Internacionales de Turismo que en 1975 se transforma en la Organización Mundial del Turismo (OMT) con sede en Madrid, el Tratado de Roma (1957) -por el que se crea la Comunidad Económica Europea- no otorga al turismo ni siquiera la categoría de subsector económico dentro del sector terciario. Recién en la década del 80 (con la incorporación de Grecia a la comunidad en el año 1981, y la de España y Portugal en el año 1986) es cuando el turismo comienza a presentar cierto interés, hasta que el año 1990 es declarado “Año Europeo del Turismo.” A fines de la década del 90, el turismo es considerado el más grande y principal generador de empleos en el mundo, responsable de uno de cada diez de ellos. Leatherman y Marcouiller (1997) señalan que el turismo como estrategia para promover el crecimiento económico de los países -cualquiera sea el momento que se considere como inicio de las actividades turísticas- es un fenómeno relativamente nuevo a pesar de ser cada vez más popular en algunas regiones del mundo. En América, los principios de la década del 90 -con la Creación del Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIETAL) y del Mercado Común de Turismo (MERCOTUR)- marcan el comienzo de una nueva modalidad en relación al enfoque otorgado al sector. La creación de entidades comunes para el desarrollo de las acciones futuras en el plano turístico, el desarrollo de acciones conjuntas para promocionar a la región como un destino turístico único, los incentivos al sector privado, etc. son algunos de los objetivos buscados en esta nueva etapa. En Argentina, la oportunidad de crecimiento en el sector comienza en la década del 80, se afianza en la década del 90 y presenta un escenario más que alentador a principios del siglo XXI.

1.2.2. ¿QUÉ ES EL TURISMO?

1.2.2.1. ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE DEFINIR EL TURISMO?

No existe en la literatura relacionada con el análisis científico del turismo más acuerdo que con respecto a las dificultades que existen a la hora de definir qué es el turismo.⁷ “El origen de esta confusa situación teórica se encuentra en la aceptada crítica por parte de los expertos de la noción vulgar de turista, noción que parte de la necesidad de distinguir unos visitantes “sui generis” de otros más convencionales (...) La historia del pensamiento turístico demuestra (...) que los expertos (...) no han hecho otra cosa que aportar nuevas notas diferenciales a las utilizadas por el vulgo, pero, desgraciadamente (...) aún hoy se sigue sin disponer de una noción de turista aceptada en virtud de su precisión indiscutible” (Muñoz de Escalona, 1996: 53). Sin embargo, como fue mencionado anteriormente, debe destacarse que un paso previo inevitable para obtener una definición adecuada y precisa del turismo es la posibilidad de definir –bajo los mismos términos- la noción de turista. El no disponer de una definición suficientemente precisa de turista hace inviable obtener una definición suficientemente precisa del turismo, cualquiera sea su enfoque.

La correcta definición y caracterización del turismo es necesaria para un estudio y análisis científico del mismo, en particular, para una investigación desde el punto de vista económico. Las razones que se argumentan para justificar la vasta literatura dedicada a definir, conceptualizar y caracterizar al turismo desde el punto de vista económico son varias, entre las que pueden mencionarse las siguientes:

i) es importante “integrar el estudio del turismo de manera específica dentro de la disciplina metodológica del análisis económico” (Pedreño Muñoz, 1996: 19). Lanquar (1991: 13) menciona que “la evaluación de las repercusiones económicas del turismo es una tarea compleja, dado que hasta hoy no existe ningún instrumento específico de análisis que permita obtener resultados globales. El tratamiento del turismo (...) exige, además de una aportación metodológica y nuevas fuentes de información, un enfoque integral del fenómeno turístico desde el punto de vista económico;”

ii) es necesario “saber de qué fenómeno estamos hablando (...) para comprender sus características” (Vogeler Ruiz y Hernández Armand, 2000: 3) ya que se trata de un sector “en el que no se dan los postulados tradicionales de los sectores primario y secundario” (Huéscar, 1993: 24). Si bien se trata de un sector al que le son aplicables los principios básicos de la economía, presenta ciertas particularidades que lo diferencian del resto de los sectores. Al respecto, Pedreño Muñoz (1996: 19) considera que “sus peculiaridades nos obligan a otorgarle un status especial por sus características propias como actividad económica singular diferenciada, encaminado a orientar de forma más precisa las recomendaciones que se derivan de los cuerpos teóricos convencionales, y aplicarlas adecuadamente en las estrategias de las empresas privadas y las instituciones públicas” y que “si tratáramos de extrapolar, sin más, el esquema analítico de un manual introductorio de economía a este bien económico llamado turismo, el servicio turístico, nos encontraríamos probablemente con limitaciones importantes, sesgos relevantes y aplicaciones no del todo correctas;”

iii) es necesario definir si el turismo –dado su carácter multidisciplinar- es tan diverso como para considerarlo en forma separada como un sector o sujeto económico (Cooper et. al, 1998);

iv) adoptar definiciones de turismo y turista permite establecer terminologías comunes en todos los países y establecer, por ejemplo, estadísticas internacionales fiables y comparables (Vogeler Ruiz y Hernández Armand, 2000);

⁷ “Not surprisingly tourism has therefore proved difficult to define –the word “tourist” first appeared in the English language in the early 1800s, yet almost two centuries later we still cannot agree on a definition” (Cooper et.al., 1998: 8).

v) finalmente, el turismo constituye uno de los ejemplos para el que no existe un modelo simple de otro mercado u otra industria que pueda explicarlo satisfactoriamente. Como ejemplo de mercados diferenciales, Shy (1996) plantea algunos casos particulares, cuyas características diferenciales son también aplicables al caso del turismo (restaurantes, bares, teatros, etc. y actividades de entretenimiento; aerolíneas; industrias que utilizan recursos públicos como factores de producción; y rutas y congestión).

Varios autores (Figuerola, 1985; Theobald, 1994; Pedreño Muñoz, 1996) adjudican la dificultad en definir al turismo a que, a pesar de tener gran importancia, se trata de un fenómeno altamente complejo y de difícil conocimiento. En particular, esta complejidad deriva de su carácter multidisciplinario que lo relaciona con campos de investigación tan variados que van, entre otros, desde la economía, la sociología, la psicología, el derecho y la geografía hasta la antropología cultural.

I.2.2.2. DEFINICIONES

De acuerdo a Theobald (1994), es ampliamente reconocido que existen dos tipos diferentes de definiciones del turismo, cada una con su propio uso y racionalidad: las definiciones técnicas y las definiciones conceptuales. Las definiciones técnicas son las que proveen información turística para propósitos estadísticos principalmente y también, en ocasiones, para propósitos legislativos. Este enfoque se ve reflejado en los esfuerzos de la comunidad internacional que, a través de las acciones tomadas por distintas instituciones y organismos, ha tendido a estandarizar la recolección de datos e información turística a nivel internacional y con fines comparativos.⁸ Por su parte, las definiciones conceptuales buscan proveer un marco teórico que identifique las características esenciales del turismo y cuáles lo distinguen de actividades que, si bien pueden considerarse similares o relacionadas, son actividades diferentes en sí mismas.⁹

I.2.2.2.1. DEFINICIONES TÉCNICAS

Bajo el enfoque de las definiciones técnicas, Agüi López (1994) analiza las diferentes definiciones de turismo y turista que han sido recomendadas por organismos como las Naciones Unidas y la Organización Mundial del Turismo. A continuación se presenta un breve resumen de la evolución temporal de estas definiciones.

En 1937, el Consejo de la Sociedad de Naciones Unidas presenta una de las primeras definiciones de turismo aportada por una asociación internacional, en un esfuerzo por establecer un conjunto de definiciones internacionales sobre el tema (Agüi López, 1994). Se considera al turismo como la actividad de toda persona que viaje durante veinticuatro horas o más por cualquier otro país que el de su residencia habitual. Establece que, de acuerdo a esta definición, quienes deben considerarse turistas son:

- i) las personas que efectúan un viaje de placer o por razones de familia, salud, etc.;
- ii) las personas que acudan a una reunión o en calidad de servicio (científicos, administrativos, diplomáticos, deportistas, etc.);
- iii) las personas que viajan por negocios;

⁸ Las diferentes definiciones técnicas del turismo pueden ser aplicadas tanto a nivel internacional como a nivel doméstico.

⁹ Además de estas definiciones, Cooper et.al. (1998) distinguen entre definiciones del lado de la demanda y del lado de la oferta.

iv) los visitantes de cruceros marítimos, incluso cuando la duración de su estancia es inferior a veinticuatro horas.

En 1950, la Asamblea General de la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (actualmente denominada Organización Mundial del Turismo) celebrada en Dublín incorpora a los estudiantes residentes en el extranjero bajo la denominación de turistas (Agüi López, 1994).

En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre “El turismo y los viajes internacionales” celebrada en Roma en el año 1963 se recomienda, a los fines estadísticos, un nuevo término: “visitante.” Visitante designa a la persona que visita un país diferente de aquel en el cual tiene su residencia, con fines distintos del de ejercer una ocupación remunerada en el mismo país que visita, comprendiendo a los viajeros que pernoctan (turistas) como a los que no pernoctan (excursionistas) en el país. Estas definiciones son aprobadas por la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo y por la Comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas en 1968.

En la década del 80, la Organización Mundial del Turismo y la División de Estadísticas de las Naciones Unidas realizan trabajos de investigación estadística con el objetivo de proponer modificaciones en las definiciones y clasificaciones turísticas para hacerlas comparables internacionalmente y, al mismo tiempo, servir de orientación a los países para desarrollar sistemas estadísticos turísticos. También la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico, dada la importancia creciente del turismo como fenómeno económico y social, se propone como objetivo específico definir, medir e integrar el turismo con el resto de la información económica (Quevedo, 1999).

En 1991, la Organización Mundial del Turismo convoca a una “Conferencia internacional sobre estadísticas de viajes y turismo” con el objetivo de definir y clasificar una base estadística armonizada sobre el turismo. En esta conferencia se abordan por primera vez los términos “interno” y “nacional” ya que, hasta el momento, el análisis se basaba casi exclusivamente en el turismo “internacional.” En 1993, la Comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas aprueba las “Recomendaciones sobre estadísticas del turismo y la clasificación internacional uniforme de actividades turísticas (CIUAT).” Estos instrumentos permiten diseñar una Cuenta Satélite de Turismo que se anexa al núcleo central del Sistema de Cuentas Nacionales y comparte con este sistema central sus conceptos básicos, definiciones y clasificaciones.^{10 11}

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (1991) en la “Conferencia internacional sobre estadísticas de viajes y turismo,” el turismo se define como las actividades de las personas que se desplazan a un lugar distinto al de su entorno habitual, por menos de un determinado tiempo y por un motivo principal distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado. Posteriormente, la misma Organización Mundial del Turismo (1998) delimita algunos de los conceptos de la definición anterior y establece que el turismo se refiere a “las actividades que realizan las

¹⁰ Las Cuentas Satélites de Turismo proporcionan: i) agregados macroeconómicos para describir la magnitud y la importancia económica del turismo (por ejemplo, valor agregado y producto bruto interno turístico), consistentes con agregados similares para el total de la economía y para otras actividades productivas, lo que exige una consistencia total con las Cuentas Nacionales; ii) consumo turístico, satisfecho tanto por oferta doméstica como por importaciones; iii) cuentas de producción detalladas de las ramas de la actividad turística (incluyendo datos sobre empleo, correspondencias con otras actividades económicas productivas y la formación de capital); iv) información básica necesaria para el desarrollo de modelos de impacto económico del turismo; v) correspondencia entre datos económicos y otra información cuantitativa sobre el turismo (por ejemplo, número de llegadas, formas de turismo, duración de la estadía, motivo del viaje, modos de transporte, tipos de alojamiento, tasa de ocupación, etc.)

¹¹ Aspectos relacionados con la Cuenta Satélite de Turismo pueden consultarse en Estudios Turísticos N° 140 (1999). Se trata de un número monográfico con motivo de la “Conferencia mundial sobre evaluación de la incidencia económica del turismo,” realizada en Niza, Francia.

personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.” Esta definición es amplia y flexible, y materializa los elementos y las características más importantes comunes a la mayoría de las definiciones del fenómeno turístico.

En general, las definiciones técnicas del turismo abarcan conceptos similares, los cuales pueden resumirse en los siguientes puntos:

- i) la noción de entorno habitual, viaje o desplazamiento, permanencia fuera del domicilio, y distancia recorrida: existe un movimiento físico de los turistas desde su lugar de residencia hasta el lugar de destino, se excluye a los desplazamientos dentro del lugar de residencia habitual y los que tienen el carácter de rutinario¹² y se excluye el transporte local a corta distancia;
- ii) la noción de duración del viaje y temporalidad: la duración de la estancia en el destino es un período determinado de tiempo, se excluyen las migraciones de largo plazo (si la estancia en el lugar visitado dura más de doce meses, el visitante se transformaría –a los fines estadísticos- en residente);
- iii) la noción de motivo principal distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado, propósito del viaje, y objeto del turismo: el turismo abarca los servicios y productos creados para satisfacer las necesidades de los turistas, -se excluyen, por ejemplo, los movimientos migratorios de carácter laboral.

En el ámbito de la Unión Europea, la Oficina de Estadísticas (EUROSTAT, 1994) presenta, a principios de la década del 90, un “Manual de metodología comunitaria para las estadísticas de turismo” compatible con las normas de la Organización Mundial del Turismo donde se indican aspectos relacionados con conceptos, definiciones, clasificaciones, unidades y variables turísticas y métodos de obtención de datos, con el objetivo de garantizar fiabilidad y comparabilidad de las estadísticas turísticas comunitarias. En 1995 se publica la Directiva 95/57/CE del Consejo de la Unión Europea sobre la recolección de información estadística en el ámbito del turismo por la cual, “con el objeto de establecer un sistema de información sobre estadísticas turísticas a nivel comunitario, los Estados miembros se comprometerán a llevar a cabo la recogida, el recuento, el tratamiento y la transmisión de información estadística comunitaria armonizada sobre la oferta y la demanda turísticas.” En 1998 se presenta la Decisión de la Comisión de las Comunidades Europeas sobre los procedimientos de aplicación de la Directiva anteriormente mencionada, donde se establecen las definiciones que deben aplicarse a las características de la recolección de datos (Diario Oficial de las Comunidades Europeas, 1998). En este caso, la definición de turismo reproduce casi exactamente la brindada por la Organización Mundial del Turismo (1991). El turismo se define como “las actividades de las personas que viajan y permanecen en lugares diferentes a su entorno habitual durante un máximo de un año consecutivo por ocio, trabajo u otras razones.” A los turistas se los define como “los visitantes que pernoctan en alojamientos colectivos o privados en el lugar, país visitado.” A los visitantes se los define como “toda persona que viaja a un lugar diferente al de su entorno habitual permaneciendo en él menos de doce meses consecutivos cuando el objetivo principal del viaje no es el ejercicio de una actividad remunerada desde el lugar visitado.” La definición de visitante incluye a los “excursionistas” que son “los visitantes que no pernoctan en alojamientos colectivos o privados en el lugar visitado.”¹³

¹² Por ejemplo, se excluyen los desplazamientos entre el domicilio y el trabajo, o entre el domicilio y el lugar de estudio.

¹³ Un valioso documento de trabajo presentado por el Instituto de Estudios Turísticos (1997) resume las principales variables estadísticas para el estudio del turismo.

I.2.2.2.2. DEFINICIONES CONCEPTUALES

Esta sección presenta algunas de las principales definiciones conceptuales del turismo aportadas por la literatura especializada, sin que esto pretenda cubrir más de un siglo de investigación dedicado al tema, de modo de detectar las especificaciones más importantes. Luego, se presentan algunas discusiones específicas sobre aspectos particulares de estas definiciones.

Las primeras definiciones

Esta sección presenta una breve descripción de las primeras y principales definiciones conceptuales del turismo que muestran el inicio de la investigación moderna en el tema.¹⁴

Hunziker y Krapf (1942) consideran al turismo como el conjunto de relaciones y fenómenos que se derivan de la estancia de forasteros, siempre y cuando esta estancia no de lugar a la radicación para el ejercicio de una actividad lucrativa principal permanente o pasajera. Troisi (1940) afirma que el turismo es el movimiento de personas originado por las necesidades que se clasifican según la naturaleza del estímulo y considera que en el turismo se tiene una actividad de consumo ya que se tratan de satisfacer ciertas necesidades fisiológicas, religiosas y culturales. Bernecker (1949), Carone (1957) y Pulido San Román (1966) consideran que turista es toda persona que tiene su fuente de ingresos en otro país (lugar) distinto al que visita y entonces el fenómeno turístico es independiente del motivo que lo provoca, pudiendo ser este último, por ejemplo, de tipo vocacional, cultural, comercial, curativo, sentimental o por tránsito.

En otra línea de argumentación, de Torres (1955), en el prólogo del libro de Arrilaga (1955), afirma que el turismo es un caso especial de exportación de mercancías y servicios, de cosas reales, ya que los turistas gastan su dinero en la compra de bienes y servicios materiales. Considera que el turismo permite ampliar las posibilidades de bienes exportables y esta exportación puede hacerse en un mercado semimonopolístico dado que la mayor parte de los bienes de exportación turística –dada su propia naturaleza– no tienen la competencia de sustitutos extranjeros. Sessa (1983) –en una ingeniosa metáfora– sostiene que el turismo exporta hombres y no bienes.

Finalmente, otro de los aspectos que se consideran en la definición del turismo son las motivaciones. Originariamente, se excluía de la definición a los fines lucrativos. Luego, se considera el movimiento de personas por los más variados motivos (Carone, 1959). Por su parte, Sessa (1968, 1971, 1977, 1978) sostiene que el elemento de la falta de lucro no es necesario en la noción de turismo.

Las definiciones modernas

Entre las definiciones conceptuales más modernas, puede ser de utilidad destacar la de Lanquar (1991:14-16) debido a que presenta una gran multiplicidad de conceptos. “El turismo implica un desplazamiento desde una residencia principal hacia unos lugares u ofertas de productos y de servicios que permitan un consumo turístico (...) El (...) turismo, en tanto que bien intangible, y no como mercancía (...) El turismo es (...) una

¹⁴ La sección está basada en la obra de Muñoz de Escalona (1992) que ha realizado una notable y rigurosa revisión de la literatura.

actividad económica, es decir, un conjunto de actos coordinados y de trabajos con vistas a corresponder a la necesidad del tiempo libre y de los viajes. Es finalmente una industria, puesto que se trata de un conjunto de actividades que tienen por objeto la explotación de las riquezas turísticas, así como la transformación de los recursos humanos, de capital y de materias primas, tanto en servicios como en productos. Sin embargo, es difícil definir económicamente el sector turístico. El principal obstáculo proviene del hecho de que, cuando se define un sector, debe éste entenderse como un producto homogéneo; ahora bien, el turismo se compone de una variedad de productos muy heterogéneos. La demanda turística es una demanda agregada de bienes y servicios, que es satisfecha por una oferta heterogénea (...) Por otra parte, no existe, en el sentido de la teoría económica, una rama turística, y todavía menos un producto turístico.” Otro de los aspectos que menciona Lanquar (1991: 22) es el análisis de los sistemas aplicado al turismo. “Este enfoque moderno trata a un sector de actividad como un conjunto o sistema de partes o subsistemas (en sí mismos subdivisibles) y variables mutuamente independientes, que permiten la transformación de inputs (los recursos humanos, naturales, de capitales, etc.) u obtener, en función de ciertos objetivos, unos outputs (productos y servicios turísticos).”

Esta compleja definición puede servir como referencia y punto de partida para un análisis sistemático de los principales conceptos que incluye. La definición de Lanquar (1991) puede resumirse en los siguientes puntos, que servirán de base para ordenar la discusión de las diferentes posturas de investigación en la literatura:

- i) el producto turístico;
- ii) el turismo como industria o como mercado;
- iii) el turismo como una variedad de bienes y servicios heterogéneos que permiten el consumo turístico;
- iv) el turismo y las características de los servicios;
- v) el análisis de los sistemas y el turismo.

El producto turístico

En primer lugar, se define lo que se entiende en economía por producción y por producto, en forma genérica, para luego poder establecer definiciones o especificaciones en relación con el producto turístico. Se entiende por producción a la actividad económica creadora de utilidad. La actividad productiva conlleva la creación de valor, creando riqueza o aumentando la utilidad de los bienes ya disponibles. De acuerdo a Kotler (en Monfort Mir, 2000: 69), un producto genérico se define como “cualquier cosa que pueda ofrecerse en el mercado, susceptible de adquisición, uso o consumo que satisfaga un deseo o necesidad. Puede ser un objeto físico, un servicio, una persona, un lugar, una organización, una idea.”

Dentro de la investigación más tradicional en turismo, Stavrakis (1979, en Muñoz de Escalona, 1992) y Sessa (1983, en Muñoz de Escalona, 1992), entre otros, hacen referencia al producto turístico. Stavrakis (1979, en Muñoz de Escalona, 1992) lo define como un producto compuesto y considera que, en sentido macroeconómico, el producto turístico está compuesto por un conjunto de subproductos (por ejemplo, el transporte, el alojamiento, la alimentación, las atracciones, etc.) y, en sentido microeconómico, cada subproducto puede recibir el nombre de producto turístico. Por su parte, Sessa (1983, en Muñoz de Escalona, 1992) se refiere a la necesidad de un estudio sistemático del mercado turístico y de una definición de qué es el producto turístico. Considera que el producto turístico consiste en un conjunto de productos y servicios que pertenecen a todos los sectores económicos nacionales y que, en su etapa final, es abastecido por las actividades de servicios, lo que lo convierte en una categoría del sector terciario.

Algunos aspectos adicionales relacionados con el producto turístico, sus elementos, y sus características son capturados en el enfoque moderno. Smith (1994) define el producto turístico, sus elementos y el proceso de producción del turismo. El producto turístico es la facilitación del viaje y de las actividades de los individuos fuera de su entorno habitual y consta de cinco elementos: la planta física (condiciones del entorno físico), el servicio (actividades específicas para satisfacer las necesidades de los turistas), la hospitalidad, la libertad de elección y la participación de los consumidores en la prestación de los servicios. Smith (1994) destaca que el producto turístico es el resultado de un complejo proceso de producción: de los insumos primarios (recursos: trabajo, capital, tierra, etc.) a los insumos intermedios (facilidades: medios de transporte, hoteles, restaurantes, museos, etc.) a los productos intermedios (servicios: servicios de guía, etc.) y a los productos finales (experiencias: recreación, educación, negocios, etc.).

De acuerdo a Pedreño Muñoz (1996: 26-27), el producto turístico no es fácil ni sencillo de definir. Se trata de un conjunto de bienes y servicios heterogéneos, de un conjunto de actividades productivas muy interrelacionadas. “Cuando se hace referencia a la oferta de un producto turístico su delimitación no es tan sencilla como cuando se piensa en productos industriales u otros servicios más definidos. El producto turístico que finalmente satisface al visitante requiere un conjunto heterogéneo de bienes y servicios, algunos superpuestos o coincidentes con los de otros consumidores y otros específicos o especializados por la condición de turistas (...) En definitiva, un conjunto muy interrelacionado de actividades productivas.”

Por su parte, Monfort Mir (2000) presenta varias definiciones de diversos autores de lo que se considera producto turístico. Go (1992, en Monfort Mir, 2000: 69) enfatiza la necesidad de considerar la intangibilidad del bien o del servicio turístico y califica al producto turístico como “una amalgama de servicios, instalaciones y destinos, que tienen el potencial necesario como para proporcionar al consumidor experiencias diferenciadas y a la empresa ventajas competitivas.” Por su parte, Middleton (1994, en Monfort Mir, 2000: 70) enfatiza los componentes tangibles e intangibles del producto turístico, “basados en una serie de actividades en destino, que es percibida por los visitantes como una experiencia y que es valorada a un precio cierto (...) (los componentes son) “de atracción, de facilidades y de accesibilidad del destino.” Finalmente, Muñoz (1994, en Monfort Mir, 2000: 71) define el producto turístico como un producto de servicios “que se compone de una mezcla (amalgama) o combinación de elementos que permanecen o se pueden presentar individualizados, los cuales se califican de factores básicos de la industria turística y que en buena medida se adquieren en forma de servicios.”¹⁵

En base a las definiciones anteriores, Monfort Mir (2000: 70-71) define el producto turístico y sus características. “El producto turístico se entiende (...) como un servicio específico, que se diseña en atención a las necesidades y deseos, manifestados o percibidos de segmentos de público objetivo, constituyendo esta una visión que se califica desde el lado de la oferta (...) por lo que aquí se encuentran las propuestas efectuadas por las compañías aéreas, los hoteles y otras formas de alojamiento, restaurantes, agencias de viaje y un sin fin de establecimientos complementarios programados para la satisfacción del ocio (...) ese servicio que constituye el producto turístico no es un bien cerrado y único, sino (...) es susceptible de descomponerse en productos individuales, que ensamblan servicios distintos suministrados por diversas empresas (...) Debido al fuerte componente de servicios que integran el producto turístico, este último conserva las características de los servicios, que es básicamente lo que adquieren los consumidores cuando planifican una experiencia de ocio.”

¹⁵ Otros autores –que también definen lo que se entiende por producto turístico- a los que hace referencia Monfort Mir (2000) son Bordas (1994), Esteban (1996), Valls (1996) y Vera (coor., 1997). Bordas (1994) considera que la oferta de un producto turístico incluye el ensamblaje de las infraestructuras, los equipamientos, los servicios y la gestión. Para Esteban (1996) los elementos del producto turístico son: i) los recursos turísticos naturales (clima, flora, fauna, etc.); ii) la herencia humana y cultural (monumentos históricos, lugares culturales, etc.); iii) la infraestructura general; iv) la superestructura (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, instalaciones recreativas y deportivas, etc.); y v) las comunicaciones y el transporte. Valls (1996) entiende que el producto turístico es un conglomerado de elementos tangibles (bienes, recursos, infraestructuras, equipamientos, etc.) e intangibles (elementos relacionados con la gestión, imagen de marca, etc.). De acuerdo a Vera (coor., 1997), los recursos, infraestructuras y servicios turísticos definen la composición del producto turístico, además del territorio.

Para Vogeler Ruiz y Hernández Armand (2000: 291-292), el “producto turístico es (...) una relación de experiencias que se manifiestan en la forma de servicios recibidos.” Uno de los puntos más importantes que señalan varios autores (Bull, 1994; Vogeler Ruiz y Hernández Armand, 2000) se refiere a la diferente percepción del fenómeno turístico que tienen los turistas por un lado y el conjunto de la oferta, por el otro. El producto turístico puede ser considerado como tal por los demandantes (en este caso, los turistas) pero no así por los oferentes. Para la mayoría de las organizaciones relacionadas con el turismo, éstas están preocupadas por su propio producto individual y por su sector de actividad. Aunque pueden admitir que pertenecen a la actividad turística, la mayoría de ellas no se considera ofreciendo un producto turístico.¹⁶

Un aspecto que puede resultar interesante tener en cuenta en relación a la definición de producto turístico es que -de acuerdo a Bull (1994)- esta definición combina dos conceptos:

i) por un lado, productos basados en el recurso (oferta): productos basados en recursos de la naturaleza, arqueológicos y monumentales, entre otros (la ruta de la Seda, el camino de Santiago, Cancún, las Misiones Jesuíticas, etc.);

ii) por otro lado, productos basados en el usuario (demanda): productos creados para uso turístico exclusivamente, como por ejemplo parques temáticos o centros de convenciones (Las Vegas, Orlando, etc.).

Finalmente, debe mencionarse lo que Muñoz de Escalona (1989, 1990, 1996) define como producto turístico. Se trata de un plan de desplazamiento, un programa de viaje de ida y vuelta, cualquiera fuera su motivación.¹⁷

La mayoría de los autores coinciden en las principales ideas que dan forma a la definición del producto turístico, con diferentes matices y haciendo énfasis en distintos aspectos. A continuación se resumen estos puntos:

i) el producto turístico es un conjunto de bienes y servicios heterogéneos;

ii) el producto turístico es un conjunto de actividades productivas muy interrelacionadas;

iii) el producto turístico es un producto de servicios, es un servicio específico;

iv) el producto turístico incluye bienes y servicios específicos para los turistas, así como otros bienes y servicios no específicos;

v) el producto turístico es una combinación de servicios, instalaciones y destinos; de atracciones, facilidades y accesibilidad del destino; de componentes tangibles e intangibles;

vi) el producto turístico combina productos basados en los recursos y productos creados para uso turístico.

El turismo como industria o como mercado

¹⁶ Es necesario mencionar que no es frecuente encontrar en la literatura consideraciones que afirmen que no es posible hablar de un producto turístico. La excepción, como se menciona en el texto, es la visión del conjunto de la oferta de sectores relacionados con el turismo que no se considera ofreciendo un producto turístico a pesar de que ésta sí es la visión adoptada por los demandantes (turistas).

¹⁷ Este concepto y su característica distintiva en el análisis económico del turismo se explican con mayor detalle al final de esta sección.

Extensamente discutido ha sido el tema de si el turismo puede ser definido o no como una industria. Si bien existen muchos autores y organismos que se refieren a la “industria de los viajes y el turismo,” es importante determinar qué se entiende por industria y si puede hablarse de la industria del turismo. Al mismo tiempo, la caracterización de lo que se considera “mercado turístico” también ha generado ciertas controversias a lo largo del tiempo. A continuación, se define lo que se entiende en economía –en términos generales- por industria y mercado, para presentar luego una discusión de la literatura con respecto a la caracterización del turismo en base a estos conceptos.

Según Ferguson y Ferguson (1994), los mercados agrupan firmas cuyos productos son sustitutos cercanos (*close substitutes*) desde el punto de vista de los compradores *-product demand side*. Wilson (1998) considera que un mercado es una institución o arreglo institucional dentro del cual las firmas venden bienes o servicios con características similares y donde las firmas participan también del lado de la demanda a través de la compra de insumos o bienes intermedios. Por su parte, una industria se refiere a grupos de productos que son sustitutos cercanos (*close substitutes*) desde el punto de vista de los oferentes *-product supply side* (Ferguson y Ferguson, 1994). Wilson (1998) define a una industria como un grupo de firmas que realizan procesos similares y que pueden producir técnicamente bienes o servicios idénticos dentro de un horizonte de planeamiento.

Para Figuerola (1985), el turismo no es ni un sector independiente de la economía, ni una rama productiva específica en el sector servicios de la economía ni una industria. Si por industria se entiende el conjunto de operaciones que concurren a la transformación de materias primas y a la producción de riqueza, muchos de los actos turísticos implican esta transformación, pero muchos otros no. En relación al mercado turístico, Figuerola (1985) entiende que el mercado nace por la existencia de los servicios turísticos, ofrecidos por un grupo en forma y carácter heterogéneo y demandados por otro grupo. Los elementos básicos del mercado turístico son los siguientes: i) las normas que impone la autoridad competente y de la cual depende la actividad (planes, programas, etc.); ii) las características propias de los bienes y servicios que se intercambian (paquetes turísticos, circuitos, condición y situación de los recursos turísticos, etc.); iii) la estructura interna del mercado o aspectos que regulan las relaciones entre sus miembros (sistemas de contratación, etc.); y iv) las características de los sujetos que integran el mercado (empresas, consumidores, intermediarios, etc.).

Wilson (1998) presenta una breve referencia a la discusión entablada en varios números de *Annals of Tourism Research* entre Smith y Leiper a partir de la confusión en la definición del turismo como mercado o como industria. En particular, Smith (1988) considera que las definiciones existentes del turismo como industria (entre las que recoge una de Leiper) resultan inadecuadas de acuerdo a los estándares de definiciones y convenciones utilizadas en otros campos de investigación. De acuerdo a Wilson (1998), Smith y Leiper se critican mutuamente el no ofrecer una discusión acertada acerca de la forma de identificar a una industria. Leiper (1979) sugiere que la industria del turismo consiste en todas aquellas firmas, organizaciones y facilidades que están destinadas a servir las necesidades y requerimientos específicos de los turistas. Al mismo tiempo, define al turismo como un sistema que consiste en el viaje y en la estadía temporaria de personas fuera de su lugar de residencia habitual por una o más noches. Se refiere a los turistas, las regiones generadoras, las rutas de tránsito, las regiones de destino y la industria del turismo como los elementos del sistema turístico, que interactúan dentro de distintos entornos (físico, cultural, social, económico, político, tecnológico, etc.).¹⁸ Smith (1988) argumenta que esta definición no refleja adecuadamente el hecho de que el turismo es una industria y que, como fue mencionado anteriormente, tampoco condice con las definiciones utilizadas por otros campos de especialización. En particular, Smith (1988) menciona que uno de los

¹⁸ “The system involving the discretionary travel and temporary stay of persons away from their usual place of residence for one or more nights, excepting tours made for the primary purpose earning remuneration from points enroute. The elements of the system are tourists, generating regions, transit routes, destination regions, and a tourist industry. These five elements are arranged in spatial and functional connections. Having the characteristics of an open system, the organization of five elements operates within broader environments: physical, cultural, social, economic, political, technological with which it interacts” (Leiper, 1979: 403-404).

principales problemas que caracterizan a la mayoría de las definiciones de este fenómeno es que se trata de definir al turismo en términos de quién es turista. Sin embargo, las industrias se definen, en general, en términos de los bienes y servicios que producen y no en base a las motivaciones de sus consumidores. En base a esto, Smith (1988) se refiere a una definición del lado de la oferta del turismo, en base a la necesidad de hacerla comparable a otras definiciones industriales.

A partir de esta controversia, Wilson (1998) discute cuál o cuáles son los métodos más apropiados para el análisis económico del turismo: si el fenómeno se puede analizar mejor con las herramientas del análisis industrial (en forma agregada o desagregada), las herramientas del análisis del mercado, o una combinación de ambas. En otras palabras, su objetivo es determinar si el turismo es una industria o un mercado y en base a esto, determinar el o los métodos apropiados para su análisis económico. Sin embargo, como fue mencionado, esta delimitación no resulta del todo sencilla dado que tampoco existen en economía definiciones únicas para los conceptos de mercado e industria, y este es el paso previo necesario para ver su aplicabilidad o no al caso del turismo. En base al análisis y estudio de las definiciones de mercado e industria, Wilson (1998) concluye que no hay un único mercado turístico ni una industria como tal, sino que existen muchos mercados turísticos donde los productos turísticos son servidos y comerciados por un rango de industrias, algunas de las cuales pueden ser clasificadas como “industrias relacionadas con el turismo” si la mayor parte de su actividad es generada por la actividad del mercado turístico. Es decir, el turismo genera un rango de actividades económicas (o eventos turísticos) que pueden ser analizados como actividades de mercado (turismo aventura, turismo cultural, etc.) y que contienen tres elementos: el consumidor, el producto y el oferente; con el consumidor determinando si la actividad económica es turismo. En este sentido es que la actividad de mercado determina la actividad de la firma o el oferente. A su vez, los productos que se proveen en estos mercados provienen de un rango de industrias relacionadas con el turismo (*tourism-related industries*) para las que la demanda de mercado de los productos de las firmas basada en el turismo puede variar en tamaño y en importancia, pero para las que, en general, un considerable porcentaje de oferta es generado por la demanda turística.^{19 20}

Acorde, en parte, con la visión de Wilson (1998) en relación a que existen muchas industrias relacionadas con el turismo, Davidson (1994) afirma que el turismo no es una industria sino una colección de industrias, un sector que impacta en un amplio rango de industrias.²¹ Según este autor, el turismo no se define como una industria porque:

- i) para ser reconocido como industria un grupo de firmas debe compartir una actividad primaria común y ser estadísticamente significativas en tamaño;
- ii) una industria es un grupo de firmas independientes que ofrecen el mismo producto, definido en términos de sustituibilidad expresada a través de la elasticidad cruzada de la demanda (el alojamiento, por ejemplo, no es sustituto de la alimentación).

Sintetizando la línea de investigación que considera al turismo como industria o como mercado pueden mencionarse las siguientes conclusiones:

- i) para la mayor parte de la literatura, el turismo no es una industria;

¹⁹ “A tourism-related industry is a one where a considerable percentage of supply is generated by tourism demand” (Wilson, 1998: 814).

²⁰ Naturalmente, existen algunas industrias que sirven a los mercados del turismo donde sólo un pequeño porcentaje de la oferta es generado por la demanda turística.

²¹ “Tourism is not an industry at all. At best, it is a collection of industries (...) defining tourism as an industry is incorrect (...) tourism is a social/economic phenomenon that acts both as an engine of economic progress and as a social force. Tourism is much more than an industry. Tourism is more like a “sector” that impacts a wide range of industries” (Davidson, 1994: 20; 26).

- ii) existen muchas industrias relacionadas con el turismo (*tourism-related industries*), el turismo es una colección de industrias;
- iii) no existe un solo mercado turístico;
- iv) existen muchos mercados turísticos donde los productos turísticos son provistos por un rango de industrias.

El turismo como una variedad de bienes y servicios heterogéneos que permiten el consumo turístico

Si bien la literatura especializada reconoce que el turismo está formado por servicios heterogéneos, que el producto turístico es un servicio específico, y que el turismo comparte muchas de las características de los servicios también se reconoce que existen muchos bienes que forman parte de esta actividad productiva.

Para Pedreño Muñoz (1996), la definición de producto turístico incluye un conjunto de bienes y servicios heterogéneos. Go (1992, en Monfort Mir, 2000) enfatiza la intangibilidad del bien o del servicio turístico. Figuerola (1985: 37) afirma que “la proyección final de la actividad turística se materializa en la realización del consumo de un bien o servicio.” Es decir, la actividad turística se manifiesta en el consumo de bienes y servicios que pueden ser definidos como turísticos, entre los que se encuentran: servicios de alojamiento; servicios de alimentación y restaurantes; servicios de transporte; servicios recreativos y de esparcimiento; servicios de información y comunicación; servicios de venta de artículos y manufacturas diversas.²²

A diferencia de los anteriores, otros autores centran su atención únicamente en la provisión de servicios por parte de la actividad turística. Monfort Mir (2000) define el producto turístico como un servicio específico mientras que Vogeler Ruiz y Hernández Armand (2000) se refieren a los servicios recibidos. Por su parte, Ramírez Blanco (1981: 21) hace referencia al turismo como estructura de servicios que satisfacen la demanda masiva de carácter peculiar y que hace necesaria la presencia de una actividad especial que la satisfaga. “Surge así la necesidad de una estructura que sirva específicamente al turismo, es decir, de una necesidad de servicios turísticos.” Se trata de una estructura de servicios turísticos que se define como “una estructura operacional de servicios, altamente especializada, permanente, cuya misión específica es la de proporcionar los satisfactores de la corriente turística en la forma eficazmente adecuada para que el turista alcance el objetivo de su viaje.” De lo anteriormente expuesto se deduce que el énfasis está puesto sobre los servicios, pues no es suficiente con proporcionar los bienes sino que es necesario “servir” esos bienes:

- i) es necesario lograr el objetivo buscado por el viajero, el ocio, lo que solo puede hacerse a través de una actividad de servicios;
- ii) como, en general, se trata de una corriente turística (importante número de viajeros) y de un número considerable de necesidades, se requiere la creación de una producción serial de servicios, el establecimiento de una red que en forma permanente produzca los servicios adecuados para satisfacer las necesidades del turista (industria de servicios).

Dentro de este aspecto del análisis, los autores coinciden en destacar que:

- i) el turismo abarca bienes y servicios;

²² Para una discusión más detallada de los sectores que forman parte del turismo, ver sección I.3.

- ii) la actividad turística se materializa en la realización del consumo de un bien o servicio;
- iii) el turismo es una estructura o red de servicios, una industria de servicios.

El turismo y las características de los servicios

Para la mayoría de la literatura, el sector turístico forma parte del sector servicios de la economía y tiene las características de un bien no transable. Sin embargo, a pesar de su carácter de no transable, al ser un sector generador de divisas (en el caso del turismo internacional) se lo considera una exportación de carácter no tradicional que adquiere, en cierto sentido, el carácter de bien transable.²³ Dentro de la literatura especializada, varios autores señalan algunas de las características específicas de la actividad turística o del producto turístico, en la mayoría de los casos coincidentes con características que se verifican para las actividades de servicios.

Vogeler Ruiz y Hernández Armand (2000) enumeran las siguientes características del producto turístico:

- i) perecedero: los servicios turísticos no pueden ser almacenados en stock de manera que un servicio no utilizado (una habitación de un hotel, un pasaje de tren, etc.) constituye una pérdida que no puede ser recuperada;
- ii) no expendible: el producto está condicionado a la presencia del cliente (el producto no se expide), esto le otorga un importante rol al transporte;
- iii) inseparable: la producción y el consumo se realizan generalmente en el mismo lugar y en el mismo momento, es decir, son simultáneos (por ejemplo, las reservas efectuadas a través de las agencias de viajes permiten al turista adquirir el derecho de utilizar la prestación, pero no la prestación en sí misma);
- iv) rígido: el bien turístico carece de elasticidad en el sentido de que se adapta lentamente a las variaciones de la demanda -si la demanda varía rápidamente, la oferta no puede adaptarse con la misma rapidez-; esto es consecuencia del costo monetario y en tiempo que implican las inversiones turísticas;
- v) heterogéneo: el producto global no siempre es homogéneo ya que los diversos subproductos aislados son heterogéneos y no configuran un todo, sino que tienen su propia entidad;
- vi) complementario: en el producto global existe complementariedad entre los diversos subproductos, tanto entre las empresas turísticas que prestan los servicios, como entre éstas y los recursos naturales o artificiales;
- vii) subjetivo: depende del estado emocional de los turistas y de las expectativas creadas;
- viii) intangible: no se puede poseer ni tocar.

Al mismo tiempo, estos autores definen el consumo turístico como la adquisición de servicios turísticos encaminados a satisfacer una necesidad o utilidad del turista y enumeran sus características, que tienen estrecha relación con las citadas anteriormente para el producto turístico:

- i) el consumo turístico debe realizarse *in situ*, donde exista algún atractivo turístico;

²³ Algunos de los aspectos relacionados con el carácter transable/no transable del bien y/o servicio económico turismo se analizan en el Capítulo II. También aspectos relacionados con la diferencia entre las definiciones de bien y servicio.

- ii) el consumo significa la destrucción del servicio, dejando como único valor residual la experiencia;
- iii) el turista puede componer por sí mismo el producto global, adquiriendo uno por uno aquellos servicios que prefiera;
- iv) se puede producir una sustitución de algunos subproductos (un hotel por un departamento, el tren por el avión, etc.);
- v) el turismo es un bien consumible de lujo relativo (cualquier consumidor buscará primero satisfacer sus necesidades básicas y sólo una vez cubiertas éstas destinará parte de sus recursos a adquirir otros bienes y servicios, entre ellos el turismo).

Destacando el fuerte componente de servicios que integran el producto turístico y como consecuencia del hecho de que éste presenta las características de los servicios, Monfort Mir (2000) enumera las particularidades de lo que él denomina productos/servicios turísticos:

- i) son intangibles;
- ii) su adquisición implica un gasto previo a su utilización o consumo;
- iii) son adquiridos en el lugar donde se ensamblan y no en el que se consumen;
- iv) son imposibles de almacenar;
- v) son difícilmente estandarizables;
- vi) los recursos humanos resultan una pieza fundamental en su configuración y prestación.

El turismo dentro de la teoría de los sistemas

Existe en la literatura una línea de investigación en crecimiento que tiende a incorporar dentro de la teoría de los sistemas el análisis del turismo. La principal ventaja de este modelo, además de su aplicabilidad general y nivel de generalización, simplicidad, enfoque multidisciplinario y flexibilidad, es la capacidad de demostrar que todos los elementos del turismo están relacionados e interactúan.

Wilson (1998) menciona que, a pesar de que el enfoque de los sistemas no ha sido ampliamente adoptado aún por los investigadores en turismo, Leiper (1979) hace referencia a este enfoque. Cooper et. al. (1998) adoptan el mismo enfoque de Leiper (1979), sugerido en la década del 70 y adaptado en la década del 90, que considera tres elementos fundamentales del modelo y del sistema turístico básico, que interactúan entre sí:

- i) los turistas, que son los actores en el sistema;
- ii) los elementos geográficos, donde se distinguen: la región que genera a los viajeros (el mercado para el turismo); la región de destino de los viajeros (el punto final de los viajeros); y la ruta de tránsito (el período de viaje para llegar al destino y lugares intermedios); y
- iii) la industria del turismo, que es un conjunto de organizaciones encargadas de proveer el producto turístico, donde pueden identificarse varios sectores industriales.²⁴

²⁴ Dentro del enfoque de la teoría de los sistemas vuelve a destacarse la visión de Leiper (1979) y otros pocos autores que consideran al turismo como una industria.

Fernández Güell (1989) presenta al turismo dentro de lo que se define como un sistema funcional, cuyos parámetros, en este caso aplicados al turismo, se presentan a continuación:

- i) los objetivos y el rendimiento del sistema: la actividad turística dispone de unos objetivos y unos indicadores que permiten evaluar su rendimiento (por ejemplo, la satisfacción de la demanda turística y la obtención de beneficios);
- ii) el entorno del sistema (sus condicionantes fijos): el turismo depende del entorno que lo rodea (condicionantes físicos, socio-económicos y políticos) y dispone de poco control sobre él;
- iii) los recursos del sistema: la actividad turística cuenta con amplios recursos para llevar a cabo sus fines (los turistas, las atracciones, los servicios turísticos, etc.);
- iv) los componentes del sistema: la oferta y la demanda; y
- v) la gestión del sistema: la actividad turística requiere de una gestión eficaz mediante la cual se elabore, se ejecute, se siga y se corrija el planeamiento.

Posteriormente, el autor menciona con más detalle lo que considera los componentes básicos del sistema – que interactúan entre sí, con el entorno físico y socioeconómico:

- i) los turistas, que representan la demanda, sin la cual no puede existir la actividad turística;
- ii) las atracciones, que son los componentes que motivan el viaje de los turistas;
- iii) los servicios turísticos, que tienen la función de satisfacer las necesidades de los turistas;
- iv) las infraestructuras básicas, que se refieren a las instalaciones y servicios sin las cuales no podrían desarrollarse otros componentes del sistema;
- v) el transporte, que enlaza los mercados emisores y los destinos turísticos;
- vi) los sistemas de información y dirección, elementos ligados a la comunicación turística; y
- vii) los mecanismos de promoción y comercialización, relacionados con la publicidad y venta de los bienes y servicios turísticos.

La característica de actividad multidisciplinar que presenta el turismo permite su estudio sistémico, a partir del cual puede percibirse a la actividad turística como un todo, con propiedades que son diferentes a la mera suma de las partes. El turismo es un sistema de relaciones entre un sujeto (el turista) y su objeto (el núcleo receptor, la empresa y la organización turística). Estas relaciones se producen bajo la influencia de diversos entornos: económico, sociológico, jurídico, político, psicológico, ecológico y tecnológico (Vogeler Ruiz y Hernández Armand, 2000).

A modo de síntesis, puede afirmarse que la teoría de los sistemas se adapta relativamente bien al fenómeno turístico, cuyos principales elementos son -de acuerdo a diferentes clasificaciones-:

- i) los turistas, los elementos geográficos, y la industria del turismo;
- ii) los objetivos y el rendimiento, el entorno, los recursos, los componentes, y la gestión del sistema;
- iii) el turista, el núcleo receptor, la empresa, y la organización turística.

Una definición alternativa

Dentro de la literatura especializada en turismo existen opiniones tan variadas como autores trabajando en cada uno de los aspectos anteriormente mencionados. Sin embargo, Muñoz de Escalona (1989, 1990, 1992, 1996) presenta un enfoque alternativo acerca de cómo debe realizarse un análisis de la economía del turismo. Este autor realiza una intensa crítica a la economía turística convencional, a la que denomina “teoría sectorial de la producción turística.” También destaca el hecho de que actualmente no se dispone de una noción de turista aceptada en virtud de su precisión indiscutible. La crítica al enfoque convencional puede resumirse en dos de los problemas más importantes que se señalan como obstaculizadores para la realización de trabajos analíticos de naturaleza económica de la actividad turística, aunque esto no implique el rechazo total de la teoría:

- i) por un lado, que el enfoque convencional pone demasiado énfasis en el consumo, lo que sitúa al turismo fuera del alcance de la economía real;²⁵
- ii) por otro lado, el hecho de que se considere a cualquier producto como potencialmente turístico niega la existencia específica de los productos turísticos.

Definiciones

Muñoz de Escalona (1989) propone una serie de definiciones de producto turístico, turista, empresa turística y touroperador. La particularidad de estas definiciones es que el autor propone que su formulación del concepto de producto turístico sea entendido como un postulado, es decir, que se admita sin demostración necesaria para razonamientos posteriores y que se acepte o se rechace según se comporte de acuerdo a los fines. La aceptación de este postulado permite, según el autor:

- i) la aplicación total del análisis microeconómico al turismo;
- ii) que el turismo sea considerado como un sector productivo más, comparable con los restantes que constituyen el sistema productivo de una economía, terminando así con su atipicidad y complejidad; y
- iii) que el turismo se clasifique como un servicio y se lo incluya en el sector terciario de la economía.

A continuación se presentan las definiciones propuestas:

Producto turístico: plan/programa de desplazamiento de ida y vuelta.

Turista: aquel consumidor que cuenta con un plan de desplazamiento y se dispone a ejecutarlo en un plazo más o menos inmediato.

Autoconsumidor: cuando el turista elabora su propio plan.

Empresa turística (touroperadores o empresas mayoristas): aquellas que se dedican a producir planes de desplazamiento para ser ofrecidos en el mercado con especificación de calidades, precios y formas de pago.

²⁵ El convenir cuáles son los sectores productivos que con más frecuencia se dedican a atender las necesidades de los turistas es lo que permite estimar la producción turística por las vías de la oferta y del ingreso; de otro modo, la producción turística sólo puede ser estimada vía gasto.

Relaciones intersectoriales en turismo

Muñoz de Escalona (1990: 113) presenta un esquema que identifica las relaciones de intercambio que deben ser analizadas para un análisis riguroso e integral de la economía del turismo y que posibilita “hacer del turismo un producto más entre los productos que diariamente son procesados en un sistema económico y permite estudiar la economía del turismo (...) con referencia a un espacio económico que es, al mismo tiempo, lugar de residencia habitual y lugar de acogida.”

Las relaciones de intercambio del turismo son:

- i) entre los sectores auxiliares y la demanda final (incluidos los autoconsumidores);
- ii) entre los sectores auxiliares y el sector intermediario minorista;
- iii) entre los sectores auxiliares y los touroperadores;
- iv) entre los sectores auxiliares y el sector intermediario mayorista;
- v) entre el sector intermediario mayorista y los touroperadores;
- vi) entre los touroperadores y el sector intermediario minorista;
- vii) entre el sector intermediario minorista y la demanda final (incluidos los autoconsumidores).

Esquema de relaciones de intercambio del turismo

Sectores auxiliares	Sector intermediario mayorista	Sector turístico	Sector intermediario minorista	Turistas
Transporte	Mayoristas	Touroperadores	Minoristas	Demanda final
Alojamiento				incluidos los
Restaurantes				autoconsumidores
Otros				

El enfoque tradicional de la economía del turismo, en la mayoría de los casos, sólo estudia las relaciones de intercambio entre los sectores auxiliares y la demanda final.

Producción turística y producción para el turismo

Bajo este enfoque alternativo, un consumidor tiene dos opciones: adquirir su propio producto en el mercado o producirlo él mismo. Se distinguen entonces:

- i) la producción turística, conformada por los touroperadores o las agencias mayoristas; y
- ii) la producción para el turismo: la que realizan aquellas empresas que elaboran los productos que necesitan quienes prefieren hacerse sus propios productos turísticos. Dentro del esquema de la producción para el turismo se incluyen las empresas de incentivación (aquellas que cumplen la función de ser el correlato en la oferta de la motivación de los consumidores); las empresas de facilitación (las

que sirven para hacer que el producto turístico resultante sea consumido en adecuadas condiciones de comodidad: accesibilidad, transporte, alojamiento, guías, etc.); y los sectores auxiliares del turismo (que venden a la demanda final –autoconsumidores turísticos- o a la demanda intermedia –empresas turísticas-, tratándose de sectores perfectamente definidos por su producto).²⁶

I.3. SECTORES ECONÓMICOS QUE FORMAN PARTE DEL TURISMO

No sólo la definición de turismo genera discusiones teóricas sino que también los aspectos relacionados con la delimitación de los sectores económicos o actividades productivas que forman parte de lo que se denomina turismo es un tema controvertido en la literatura especializada. Una precisa delimitación de las actividades involucradas en el sector brinda las condiciones necesarias para una correcta medición del turismo. A continuación se enumeran las posiciones de algunos autores que se han ocupado de estudiar, identificar y delimitar la clasificación de las actividades turísticas.

De acuerdo a Figuerola (1985), los bienes y servicios que pueden ser considerados como turísticos son los servicios de alojamiento, alimentación, transporte, recreativos y de esparcimiento, de información y comunicación, y de venta de artículos y manufacturas diversas. Huéscar (1993) y Theobald (1994) identifican categorías en los gastos de consumo de los turistas tales como los viajes programados o combinados (tours de vacaciones pagos), el alojamiento (hoteles, resorts, etc.), los establecimientos de comidas y bebidas (restaurantes, cafés, etc.), el transporte (avión, tren, barco, etc.), las actividades de ocio y recreación, las actividades culturales y deportivas, y las compras. Davidson (1994) considera que los hoteles, los restaurantes, el transporte y la diversión son ejemplos de los tipos de firma que forman parte de lo que se considera la visión del turismo como industria. Tinard (1996) se refiere a la combinación de cuatro parámetros que constituyen la estancia turística: el transporte, el alojamiento, la alimentación y la animación. Pedreño Muñoz (1996) selecciona -de la clasificación sectorial de las tablas insumo-producto- los componentes principales del gasto turístico: alimentación y bebidas; textiles, vestido, cuero y calzado; gasolina y lubricantes; construcción y reparación de máquinas y medios de transporte; comercio; hoteles, hostales y pensiones; restaurantes, cafés, etc.; espectáculos y similares; transporte de pasajeros y mercancías, y similares; y explotación de bienes inmuebles.²⁷

La clasificación de referencia a nivel internacional en lo relativo a actividades turísticas es la Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas (CIUAT). La CIUAT concuerda con la 3ª revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) y utiliza íntegramente la misma estructura. La finalidad de esta clasificación es la de constituir una estructura conceptual que sirva para orientar la construcción de un sistema coherente, global y objetivo, destinado a producir, organizar y comunicar la información estadística referente al turismo (Huéscar, 1993). Es importante tener en cuenta que, en la mayoría de las clasificaciones, se distinguen actividades consideradas turísticas o parcialmente turísticas, de acuerdo a si las unidades turísticas representan la principal fuente de ingresos o no. De acuerdo a la Organización Nacional para la Información Turística (1985), la industria del turismo o el negocio del turismo se divide en dos filas. Las firmas pertenecientes a la fila 1 (*tier 1*) son aquellas que no existirían en ausencia de turismo (por ejemplo, hoteles, aerolíneas, cruceros, agencias de

²⁶ En términos generales, la producción de turismo (producción turística) se localiza en las zonas emisoras y la producción para el turismo en las zonas receptoras.

²⁷ Una descripción de la economía de los sectores económicos del turismo puede consultarse en Lundberg et.al. (1995) y Sinclair y Stabler (1995). Lundberg et.al. (1995) se refieren a la economía de los hoteles, restaurantes, aerolíneas y otros sectores turísticos (alquiler de autos, líneas de cruceros, agencias de viajes, parques temáticos, camping, trenes y otros sectores –autobuses, centros de convenciones, etc.). Sinclair y Stabler (1995) describen principalmente el sector de alojamiento, intermediarios (touroperadores, agencias de viajes), transporte (transporte aéreo y otros sectores de transporte –trenes, autobuses, alquiler de autos, barcos) y mencionan como mercados turísticos adicionales las atracciones (naturales y creadas por el hombre) y otros servicios (públicos y privados).

viajes, etc.) y para las cuales el 100 % de los ingresos provienen del turismo. Las firmas pertenecientes a la fila 2 (*tier 2*) son aquellas que continuarían existiendo aún en ausencia del turismo, aunque en menor medida (taxis, restaurantes, agencias de alquiler de autos, eventos y atracciones, etc.) y para las cuales entre el 10 % y el 90 % de los ingresos provienen del turismo. Por su parte, el Instituto de Estudios Turísticos (1997) clasifica las actividades en primarias, secundarias e intermedias. Las actividades primarias y secundarias responden al criterio de dependencia mayoritaria o parcial de la actividad con respecto al consumo final turístico; las actividades terciarias hacen referencia a actividades dependientes del turismo de forma indirecta a través del suministro de bienes y servicios intermedios y de bienes para la formación de capital fijo en actividades dependientes del turismo.

I.4. EFECTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO

Esta sección describe los principales efectos económicos del turismo.^{28 29} La Organización Mundial del Turismo (1980) agrupa los efectos económicos del turismo de acuerdo al tipo de efecto y a los objetivos de política económica a los que un sistema podría apuntar. Los tipos de efectos se dividen en globales, parciales y externos. Los efectos globales se refieren a los efectos sobre la estrategia de desarrollo; los efectos parciales hacen referencia a los efectos sobre la economía nacional (sobre los agentes, sectores, variables y dimensiones principales de la economía nacional); y los efectos externos incluyen aquellos que se encuentran dentro del ámbito sociocultural, físico, de los recursos humanos y económico.

Efectos económicos del turismo

Tipos de efectos	Objetivos de la política económica	Efectos económicos
Globales	1. Estrategia de desarrollo	1.1. Efectos globales sobre la economía nacional 1.2. Efectos sobre la dependencia exterior y sobre el nuevo orden económico internacional
	2. Crecimiento de los sectores de producción	2.1. Efectos sobre la producción 2.2. Efectos sobre el empleo

²⁸ El turismo genera también efectos sociales y culturales cuya magnitud depende, en parte, de factores tales como la importancia de la actividad turística en los distintos países, sus fortalezas básicas de tipo cultural y religioso, y las diferencias de valores y principios entre residentes y turistas. El principal problema para identificar los impactos socioculturales del turismo es que generalmente surgen luego de un largo período de tiempo y, en muchos casos, resulta difícil delimitar al turismo como la única causa de los cambios sociales y/o culturales que afectan a la sociedad. Algunos de estos aspectos pueden ser consultados en Picornell (1993) y Lickorisch (1994).

²⁹ Los impactos ambientales constituyen otro aspecto de importancia en relación a los efectos del turismo. Si bien el desarrollo de la actividad turística puede generar daños ambientales como contaminación de agua, contaminación visual, congestionamiento, contaminación por uso de la tierra, y rompimiento ecológico, entre otros, desde fines de la década del 80 y principios de la década del 90, los impactos ambientales han comenzado a generar una creciente preocupación en la sociedad y en los distintos niveles de gobierno. Surge así una nueva modalidad para el desarrollo del turismo, el turismo sostenible. Los impactos ambientales no deseados del turismo pueden ser consultados en Bosch et.al. (1998) y Furió Blasco (1996). La relación entre los conceptos de desarrollo sostenible y turismo se consagra en el V Programa comunitario de política y actuación en materia de medio ambiente y desarrollo sostenible que se denominó "Hacia un desarrollo sostenible" en el marco de la Comunidad Europea (1993). La evolución del concepto de sostenibilidad aplicado al turismo puede consultarse en Valdés Peláez (1999).

Parciales	3. Sector externo	3.1. Efectos sobre la balanza de pagos 3.2. Efectos sobre el tipo de cambio 3.3. Efectos sobre la relación real de intercambio 3.4. Efectos sobre la oferta monetaria y la rapidez de circulación del dinero	
	4. Sector público	4.1. Efectos sobre los ingresos públicos 4.2. Efectos sobre los gastos públicos	
	5. Estabilidad de los precios	5.1. Efectos sobre la inflación 5.2. Efectos sobre la especulación del suelo	
	6. Equidad del sistema	6.1. Efectos sobre la distribución del ingreso	
	7. Ordenación del territorio	7.1. Efectos sobre el desarrollo regional 7.2. Efectos sobre el medio rural 7.3. Efectos sobre el medio demográfico	
	Externos	8. Utilización apropiada y protección de los recursos naturales y humanos	8.1. Efectos sobre el medio ambiente 8.2. Efectos sobre la formación profesional
		9. Aspectos socioculturales	9.1. Efectos sobre los hábitos de consumo 9.2. Efectos sobre los cambios sociales y culturales

De acuerdo con Picornell (1993), los efectos o el impacto económico del turismo –junto con los impactos socioculturales y ambientales- se constituyen en los subsistemas del impacto del turismo. El impacto económico del turismo es la medida de los beneficios y de los costos económicos generados por la actividad (desarrollo y gastos turísticos en atracciones, transporte, alojamiento, instalaciones, infraestructura, hoteles, etc.) que, en la mayoría de los casos pueden ser cuantificados a nivel local, provincial, regional, nacional o internacional.

La generación de divisas y el crecimiento económico basado en nuevos sectores -con la creación consecuente de nuevos puestos de trabajo- son dos de los efectos potenciales más importantes del desarrollo del turismo en una economía (Gibson, 1993; Morley, 1992; Brohman, 1996). Leatherman y Marcouiller (1997) señalan que el turismo como estrategia para promover el crecimiento económico de los países -a pesar de ser cada vez más popular en algunas regiones del mundo- es un fenómeno relativamente nuevo. Por su parte,

Brohman (1996) también se refiere al turismo como una nueva herramienta en la estrategia de crecimiento hacia afuera de algunos países.³⁰

El desarrollo y crecimiento del turismo en una economía puede ser considerado como una opción complementaria al desarrollo y crecimiento de otros sectores (industrial o agrícola), que puedan posibilitar - en conjunto- una estrategia de crecimiento sostenido en países de diversas características. Numerosos beneficios -directos e indirectos- pueden argumentarse como derivados del desarrollo de la actividad turística. Entre los efectos más significativos se distinguen su importancia como sector generador de divisas complementarias a las provenientes de las exportaciones; su desarrollo como alternativa para el crecimiento económico y la generación de empleo; y como posible solución de desequilibrios territoriales. Además, pueden enumerarse otros beneficios generados por la actividad turística como por ejemplo, su efecto multiplicador, su contribución al desarrollo de otras industrias, sus efectos dinamizadores sobre la inversión, su capacidad para redistribuir ingresos, su potencialidad para incrementar los ingresos públicos, y su carácter diversificador (Figuerola, 1985; Gibson, 1993; Picornell, 1993; Bull, 1994; Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo, 1995a, 1995b).³¹

Sin embargo, a pesar de los beneficios que se derivan del desarrollo de la actividad turística, existen también efectos económicos negativos que es necesario delimitar y tener en cuenta. La dependencia económica excesiva, la inflación, la competencia intersectorial, y la estacionalidad de la demanda son algunos ejemplos.

³⁰ "Serving as a centerpiece for the neoliberal strategy of outward-oriented development in many countries is the promotion of new growth sectors such as tourism or nontraditional exports. Until now (...) most of the attention on new growth sectors has focused on nontraditional exports. However, for many of the same reasons, tourism is also increasingly being promoted as an important source of outward-oriented growth" (Brohman, 1996: 51).

³¹ Es importante destacar que mientras que la generación de divisas por parte del sector turístico implica la captación únicamente del mercado externo (turismo internacional), cualquier otro de sus beneficios -la creación de empleo, el crecimiento económico o el equilibrio regional- no distinguen la segmentación del mercado según el origen de la demanda (turismo interno y/o internacional).

I.4.1. EFECTOS ECONÓMICOS POSITIVOS DEL TURISMO

El turismo como sector exportador

La actividad turística -en este caso, el turismo internacional- presenta la ventaja de aportar divisas a las economías. Como tal, se constituye en una demanda internacional que lo convierte en una actividad netamente exportadora, un sector exportador (Gibson, 1993), aunque de exportación no tradicional. El turismo internacional es entonces, por definición, un sector de exportaciones y como tal, tiene el potencial de mejorar las balanzas de pagos regionales al incrementar fuertemente la demanda por bienes y servicios en distintos sectores. Este hecho puede ser significativo en algunas áreas donde la base económica para el desarrollo de las exportaciones tradicionales es frecuentemente limitada. Para muchos países, el turismo es no sólo un elemento útil para diversificar sus ingresos de divisas sino que se constituye también en una de las pocas oportunidades que tienen los países para exportar (Banco Mundial, 1972).

Badger (1994) analiza al turismo desde dos perspectivas: como un bien y, -como exportación- como un “monocultivo.” Bajo la primera perspectiva, se considera a los recursos naturales y a los recursos físicos de un país (playas, montañas, recursos culturales, el pueblo y sus tradiciones, etc.) como los bienes del comercio turístico y este enfoque constituye, para algunos países, la única alternativa para exportar y explotar estos recursos. Sin embargo, si el turismo se convierte en la única actividad exportadora (como un “monocultivo”) se destaca su vulnerabilidad: se trata de un sector que puede resultar negativamente afectado -en mayor medida que otras actividades- por problemas de inestabilidad política o social, problemas de seguridad, y conflictos internos de los países.³²

El turismo como alternativa para el crecimiento económico, como actividad motora y su efecto multiplicador

El turismo se presenta como una actividad que puede ser generadora de fuerte crecimiento en las economías, un motor importante de desarrollo económico y de transformación social (Pedreño Muñoz, 1996). Además, la contribución del turismo al desarrollo de otros sectores se presenta a través de su efecto multiplicador y su impacto sobre innumerables actividades de la economía. El efecto multiplicador surge a partir del ingreso generado por el gasto de los turistas, que abarca no sólo los sectores económicos en contacto directo con la demanda turística sino una gran proporción de sectores económicos que -de un modo u otro- experimentan la influencia del consumo de los turistas (Vogeler Ruiz y Hernández Armand, 2000). Pocas son las ramas de la actividad industrial que no se benefician, aunque sea en pequeña medida, con el incremento transitorio del número de consumidores que el fenómeno turístico significa (Keller y Smeral, 1997).³³

³² Si bien es ilustrativo tener en cuenta los ingresos por turismo como ingresos de un sector exportador, el resultado relevante es el saldo de este rubro en la balanza de pagos. Esto es, considerar no sólo los ingresos de divisas por el turismo (exportaciones) sino también los egresos o gastos de los residentes en el exterior (importaciones) de modo de poder determinar su signo: saldo positivo (ingresos mayores que gastos; exportaciones mayores que importaciones) o saldo negativo (ingresos menores que gastos; exportaciones menores que importaciones).

³³ “Tourism demand is an important income (...) generator which, directly and indirectly, affects many different branches and services” (Keller y Smeral, 1997: 3).

El turismo como generador de empleo

El turismo genera un número relativamente importante de puestos de trabajo con respecto a otros sectores y constituye, en varios casos, una de las fuentes de empleo más importantes de las economías. Tal como ocurre con la generación de crecimiento económico y sus características diversificadora y motora, el turismo genera -a través del efecto multiplicador- no sólo un porcentaje importante de empleos directos sino también de empleos indirectos. Por un lado, los empleos generados directamente por la expansión del alojamiento, los restaurantes, los medios de transporte, etc. Por otro lado, los empleos generados en forma indirecta, a través de la necesidad de expansión de sectores que prestan servicios a los sectores productivos turísticos.³⁴ Como en el caso del efecto multiplicador sobre la generación de ingresos, la demanda de turismo es un importante generador de empleo que, directa e indirectamente, afecta muchas ramas y servicios de la economía (Keller y Smeral, 1997). El turismo es un instrumento fundamental en esta problemática, no sólo como sector intensivo en mano de obra, sino como sector que requiere una importante variedad de habilidades.

El turismo como actividad económica regional

Factores de localización regional que, en general, difieren de los que determinan la localización de las actividades industriales dan respuesta al patrón principal de localización de la actividad turística. Es así como el turismo puede convertirse en un nuevo e importante elemento en las estrategias de planificación y programación para el desarrollo regional. Numerosos estudios han planteado al turismo como un sector a incluir dentro de los programas de desarrollo regional debido a su importancia como actividad económica (Patton, 1985; Gibson, 1993; Jenkins, 1994). Los gobiernos centrales que persiguen objetivos de desarrollo regional pueden utilizar como instrumento la planificación y programación del turismo, a través del incentivo a su crecimiento en algunas áreas más que en otras.

Bote Gómez (1997) enumera -dentro de los objetivos planteados en un plan de desarrollo regional basado en la elección de la actividad turística- los siguientes:

- i) lograr una distribución más equitativa del ingreso entre las regiones más avanzadas y más atrasadas del país;
- ii) mejorar el hábitat local y regional, a través de la creación de infraestructura y equipamientos para las zonas más atrasadas, de modo que puedan ser utilizadas tanto por los turistas como por la población residente;
- iii) estimular el desarrollo regional a partir de la creación y el mejoramiento de la infraestructura y equipamiento necesarios para el turismo, facilitando el establecimiento de otras actividades en estas regiones; y
- iv) descongestionar zonas turísticas saturadas.

Una perspectiva puramente regional caracteriza el enfoque de Brohman (1996). Este autor describe los aspectos anteriormente mencionados, importantes para el desarrollo de la actividad turística en una economía, desde una perspectiva regional. La definición como industria exportadora, la diversificación de la base económica como objetivo en los programas de desarrollo regionales o locales, el potencial para incrementar los ingresos públicos, y el potencial para utilizar la capacidad ociosa y reducir el desempleo,

³⁴ Según Picornell (1993), el coeficiente multiplicador del turismo en los empleos indirectos es uno de los más elevados en relación a otras actividades: de dos a tres empleos (o más) por cada empleo directo.

entre otros, son los principales efectos del turismo que lo plantean como una alternativa económica de importancia para algunas regiones o provincias. En esta línea de razonamiento, el estímulo al crecimiento de las economías regionales a través de esta actividad implica aprovechar eficientemente las ventajas comparativas y los entornos físicos, evitando los procesos de excesiva e ineficiente concentración económica y demográfica. Estas son señales que indican que diversas economías del mundo podrían basar el crecimiento de algunos de sus centros regionales en la industria del turismo (Porto, 1999; 2000).

Otros efectos económicos positivos del turismo

Entre los efectos beneficiosos adicionales del turismo pueden mencionarse:

- i) sus efectos dinamizadores sobre la inversión: el desarrollo de determinadas zonas como consecuencia del fenómeno turístico genera inversiones, tanto por parte del sector privado como del sector público. Algunas de estas inversiones son las construcciones para alojamientos y servicios complementarios (alimentación, recreación y deportes); las obras públicas en comunicación, salud y energía; y los medios de transporte (Vogeler Ruiz y Hernández Armand, 2000);
- ii) su capacidad para redistribuir ingresos: el turismo puede contribuir a igualar ingresos entre regiones, así como permitir una distribución del ingreso más equitativa dentro de una misma región (Vogeler Ruiz y Hernández Armand, 2000);
- iii) su potencialidad para incrementar los ingresos públicos: el turismo genera ingresos públicos en forma indirecta, a través de impuestos que gravan, por ejemplo, al consumo de bienes o al ingreso; y
- iv) su carácter diversificador: la explotación y aprovechamiento de los recursos turísticos ofrece una vía importante de diversificación, que podría ser incluida dentro de los programas de desarrollo económico de algunas economías. Principalmente en los países en vías de desarrollo, el logro de un crecimiento acelerado, autosostenido y autosuficiente del sector es necesario y su modalidad diversificadora se manifiesta como un instrumento adecuado.

I.4.2. EFECTOS ECONÓMICOS NEGATIVOS DEL TURISMO

Entre los efectos económicos negativos del turismo, pueden mencionarse:

- i) dependencia económica excesiva: las economías muy dependientes del turismo presentan una gran vulnerabilidad ante cambios en la demanda, ocasionados ya sea por problemas económicos –de los destinos emisores o crisis económicas a nivel mundial-, o por cambios en el orden internacional (como por ejemplo, atentados terroristas o conflictos bélicos);
- ii) inflación: el desarrollo del turismo tiene efectos inflacionarios, principalmente en su etapa inicial, dado que puede ser posible que la oferta de bienes y servicios turísticos no responda con rapidez al aumento de la demanda;
- iii) competencia intersectorial: en regiones donde existe escasez de mano de obra o de capital, pueden darse relaciones de competencia entre el turismo y otras actividades; por ejemplo, entre el turismo y la agricultura (Callizo Soneiro, 1994); y

iv) estacionalidad de la demanda: este fenómeno da lugar a una importante problemática del empleo estacional y al sobredimensionamiento/sobreexplotación de determinados servicios e infraestructura.

I.5. CONCLUSIONES

El origen del turismo, el momento en que las palabras “turista” y “turismo” se utilizan por primera vez en el lenguaje, las definiciones técnicas de “turista” y “turismo” –que establecen parámetros internacionales de medición-, las definiciones conceptuales de “turista” y “turismo” –que brindan un marco teórico al análisis científico del turismo- son algunos de los principales aspectos a los que hace referencia este capítulo. En particular, se analizan las diferentes posiciones de la literatura que se ha dedicado a investigar científicamente al turismo. Sin embargo, es necesario mencionar que esta no es una tarea sencilla dado que, hoy en día, existen definiciones de turista y turismo tan variadas y numerosas como autores trabajando en el tema.

A modo de ejemplo la definición técnica adoptada por la Organización Mundial del Turismo (1991, 1998) es una de las más amplias y flexibles que materializa los elementos y las características más importantes comunes a la mayoría de las definiciones del fenómeno turístico. Al mismo tiempo, la definición de Lanquar (1991) constituye un buen ejemplo de una completa definición conceptual. El turismo es definido entonces por la Organización Mundial del Turismo (1991, 1998) como las actividades de las personas que se desplazan a un lugar distinto al de su entorno habitual, por menos de un determinado tiempo -un período de tiempo consecutivo inferior a un año- y por un motivo principal distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado -con fines de ocio, por negocios y otros motivos. Por su parte, Lanquar (1991) considera que el turismo implica desplazamientos hacia lugares u ofertas de productos y de servicios que permiten el consumo turístico; que se trata de una actividad económica, una industria, un conjunto de actividades que tienen por objeto la explotación de las riquezas turísticas y la transformación de recursos (humanos, de capital y materias primas) en servicios y en productos; que se compone de una variedad de productos muy heterogéneos; y que puede ser analizado bajo la perspectiva de la teoría de sistemas.

En relación con la definición técnica, la discusión acerca de la delimitación de los sectores económicos o actividades productivas que forman parte de lo que se denomina turismo es también un tema controvertido en la literatura especializada. Una delimitación precisa de las actividades involucradas en el sector brinda las condiciones necesarias para una correcta medición del turismo. Luego de varias décadas de discusión, la comunidad internacional ha acordado tomar como clasificación de referencia a nivel internacional en lo relativo a actividades turísticas a la Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas (CIUAT), que concuerda con la 3ª revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) y utiliza íntegramente la misma estructura. Con respecto a las definiciones conceptuales, un análisis sistemático de los principales conceptos que incluye la definición de Lanquar (1991) es la base para ordenar la discusión de las diferentes posturas de investigación en la literatura. En este capítulo se analizan aspectos relacionados con el producto turístico; el turismo como industria o como mercado; el turismo como una variedad de bienes y servicios heterogéneos que permiten el consumo turístico; el turismo y las características de los servicios; y, finalmente, el análisis de los sistemas y el turismo.

Este capítulo es entonces un primer paso en la tarea de construir un marco teórico adecuado para el análisis científico del turismo; en particular, para la investigación científica en el campo de la economía del turismo.

REFERENCIAS

- Academia Internacional de Turismo de Montecarlo. 1955. Diccionario turístico internacional. Montecarlo.
- Agüi López, J.L. 1994. "Definiciones: turismo-turista." *Papers de Turisme* N° 14-15: 77-89.
- Badger. 1994. "The need for fair trade principles in developing sustainable tourism." Ponencia presentada en *Seminar on GATS implications for tourism*. Milán.
- Banco Mundial. 1972. "Turismo. Documento de trabajo sobre el sector." Washington DC.
- Bote Gómez, V. 1997. *Planificación económica del turismo*. Editorial Trillas. México.
- Bosch, R., L.Pujol, J. Serra, y F. Vallespinós. 1998. *Turismo y medio ambiente*. Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid.
- Brohman, J. 1996. "New directions in tourism for third world development." *Annals of Tourism Research* 23: 48-70.
- Bull, A. 1994. *La economía del sector turístico*. Alianza Editorial. Madrid.
- Callizo Soneiro, J. 1994. *Aproximación a la geografía del turismo*. Editorial Síntesis. Madrid.
- Consejo de la Unión Europea. 1995. Directiva 95/57/CE sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo. Bruselas.
- Cooper, Ch., J. Fletcher, D. Gilbert, y S. Wanhill. 1998. *Tourism. Principles and Practice*. Longman. Londres.
- Davidson. 1994. "What are travel and tourism: are they really an industry?" En Theobald, E. (editor). 1994. *Global tourism. The next decade*. Butterworth-Heinemann.
- Diario Oficial de las Comunidades Europeas. 1998. Decisión de la Comisión de las Comunidades Europeas del 9 de diciembre de 1998 sobre los procedimientos de aplicación de la Directiva 95/57/CE del Consejo de la Unión Europea sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo. Bruselas.
- Estudios Turísticos* N° 140. 1999. Número monográfico con motivo de la "Conferencia mundial sobre evaluación de la incidencia económica del turismo," realizada en Niza, Francia. Instituto de Estudios Turísticos. Madrid.
- EUROSTAT. Oficina de Estadística de la Unión Europea. 1994. "Manual de metodología comunitaria para las estadísticas de turismo." Bruselas.
- Ferguson, P.R. y J. Ferguson. 1994. *Industrial economics: issues and perspectives*. MacMillan. Londres.
- Fernández Güell, J.M. 1989. "El turismo como sistema funcional." *Estudios Turísticos* N° 101: 71-83.
- Figuerola, M. 1985. *Teoría económica del turismo*. Alianza Editorial. Madrid.
- Furió Blasco, E. 1996. *Economía, turismo y medio ambiente*. Ed. Tirant lo Blanch y Universitat de Valencia. Valencia.
- Gibson, L.J 1993. "The potential for tourism development in nonmetropolitan areas." En Barkley, D.L. (editor). *Economic Adaptation: Alternatives for nonmetropolitan areas*. 1993. Westview Press. Boulder. Colorado.
- Huéscar, A. 1993. "Nuevo marco conceptual del turismo." *Estudios Turísticos* N° 117: 23-48.

- Instituto de Estudios Turísticos. 1997. "Variables estadísticas para el estudio del turismo." Documento de trabajo N° 1. Madrid.
- Jenkins, C.L. 1994. "Estrategias de desarrollo." En Lickorish, L.J. 1994. *Desarrollo de destinos turísticos. Políticas y perspectivas*. Editorial Diana. México.
- Keller, y Smeral. 1997. "Increased international competition: challenges for tourism policies in european countries." Ponencia presentada en *Seminar: Faced with worldwide competition and structural changes: what are the tourism responsibilities of european governments?* Salzburgo.
- Lanquar, R. 1991. *La economía del turismo*. Okios-Tau. Barcelona.
- Leatherman, J.C y D.W. Marcouiller. 1997. "Estimating tourism's share of local income from secondary data sources". *The Review of Regional Studies*: 317-339.
- Leiper, N. 1979. "The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry." *Annals of Tourism Research* 6: 390-407.
- Lickorisch, L.J. 1994. "Estructura administrativa para el desarrollo del turismo." En Lickorisch, L.J. 1994. *Desarrollo de destinos turísticos. Políticas y perspectivas*. Editorial Diana. México.
- Lundberg, D.E., M.H.Stavenga, y M. Krishnamoorthy. 1995. *Tourism economics*. John Wiley and Sons. Nueva York.
- Mieczkowski, Z. 1990. *World trends in tourism and recreation*. Peter Lang. Nueva York.
- Monfor Mir, V. 2000. "Competitividad y factores críticos de éxito en la hotelería del litoral." Premio Tribuna Fitur Jorge Vila Fradera. Madrid.
- Montaner Motejano, J. 1991. *Estructura del mercado turístico*. Editorial Síntesis. Madrid.
- Morley, C.L. 1992. "A microeconomic theory of international tourism demand." *Annals of Tourism Research* 19: 250-267.
- Mun, T. 1620. "England's treasure by foreign trade." On-line.
- Muñoz de Escalona, F. 1989. "Economía de la producción turística. Hacia un enfoque alternativo" *Estudios Turísticos* N° 101: 3-23.
- Muñoz de Escalona, F. 1990. "Turoperadores y producción de turismo." *Estudios Turísticos* N° 108: 91-121.
- Muñoz de Escalona, F. 1992. Crítica de la economía turística. Enfoque de oferta versus enfoque de demanda. Colección Tesis Doctorales N° 104/92. Universidad Complutense de Madrid.
- Muñoz de Escalona, F. 1996. "El análisis económico del turismo." *Estudios Turísticos* N° 130: 51-69.
- Naciones Unidas. 1963. Conferencia sobre "El turismo y los viajes internacionales." Roma.
- Naciones Unidas. 1993. "Recomendaciones sobre estadísticas del turismo y la clasificación internacional uniforme de actividades turísticas (CIUAT)." Nueva York.
- Organización Nacional para la Información Turística. National Task Force on Tourism Data. 1985. Canadá.
- Organización Mundial del Turismo. 1980. Declaración de Manila sobre el turismo mundial. "Conferencia mundial del turismo." Manila.

- Organización Mundial del Turismo. 1991. "Conferencia internacional sobre estadísticas de viajes y turismo." Ottawa.
- Organización Mundial del Turismo. 1998. *Introducción al turismo*. Madrid.
- Oxford English Dictionary. 1950. Oxford.
- Patton, S.G. 1985. "Tourism and local economic development: factor outlets and the reading SMSA." *Growth and Change* 16/3: 64-73.
- Pedreño Muñoz, A. 1996. "Relaciones intersectoriales de las actividades turísticas." En Velarde, J., J.L.García Delgado y A. Pedreño (compiladores).1996. *El sector terciario de la economía española. I Jornadas de Alicante sobre economía española*. Economistas Libros. España.
- Picornell, C. 1993. "Los impactos del turismo." *Papers de Turisme* Nº 11: 67-91.
- PORTO, N. 1999. "EL TURISMO COMO ALTERNATIVA DE CRECIMIENTO." DOCUMENTO DE TRABAJO Nº 11. DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA. FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS. UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA. TRABAJO DE TESIS REALIZADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGISTER.
- PORTO, N. 2000. "UNA NUEVA ACTIVIDAD PARA EL DESARROLLO REGIONAL: EL TURISMO COMO ALTERNATIVA PARA EL CRECIMIENTO DE LAS PROVINCIAS ARGENTINAS." MAESTRÍA EN FINANZAS PÚBLICAS PROVINCIALES Y MUNICIPALES. FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS. UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA. Mimeo.
- Quevedo, J. 1999. "La información estadística para el análisis del turismo." *Estudios Turísticos* Nº 140: 57-65.
- Ramírez Blanco, M. 1981. *Teoría general del turismo*. Editorial Diana. México.
- Shy, O. 1996. *Industrial Organization*. Theory and applications. The MIT Press. Cambridge. Massachusetts.
- Sinclair y Stabler. 1995. *The economics of tourism*. Routledge. Londres.
- Smith, S.L.J. 1988. "Defining tourism: a supply-side view." *Annals of Tourism Research* Vol.15, Nº 2: 179-190.
- Smith, S.L.J. 1989. *Tourism analysis: a handbook*. Longman Scientific and Technical. Inglaterra.
- Smith, S.L.J. 1994. "The tourism product." *Annals of Tourism Research* Vol. 21, Nº 3: 582-595.
- Theobald, E. 1994. "The context, meaning and scope of tourism." En Theobald, E. (editor). 1994. *Global tourism. The next decade*. Butterworth-Heinemann.
- Tinard, Y. 1996. *Turismo. Economía y gestión*. Bosch Casa Editorial. Barcelona.
- Valdés Peláez, L. 1999. "Estrategias de desarrollo turístico sostenible." En *Turismo. I Congreso Universitario de Turismo*. Ed. Tirant lo Blanch. Valencia.
- Vera, J.F. (coordinador). 1997. *Análisis territorial del turismo. Una nueva geografía del turismo*. Editorial Ariel S.A. Barcelona.
- Vogeler Ruiz, C. y E. Hernández Armand. 2000. *El mercado turístico. Estructura, operaciones y procesos de producción*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. España.
- Wilson, K. 1998. "Market/industry confusion in tourism economic analysis." *Annals of Tourism Research* Nº 4, Vol. 25: 803-817.

Consejo mundial de los Viajes y el Turismo. 1995a. "Argentina. Viajes y turismo." Bruselas.

Consejo mundial de los Viajes y el Turismo. 1995b. "Mercosur. Viajes y turismo." Bruselas.

CAPÍTULO II

CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO. APLICACIONES DE LAS TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL *

* Una versión preliminar de este capítulo fue presentada como trabajo de investigación para la aprobación del curso “Metodología y políticas para el desarrollo turístico sostenible” correspondiente al Doctorado en Economía del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Oviedo, España (enero-febrero 2002), realizado con financiamiento de la Beca Mutis otorgada por la Agencia Interamericana de Desarrollo. Otras versiones preliminares fueron presentadas en el Seminario clausura del curso “Economía y gestión del turismo sostenible” realizado por la Universidad de la República (Uruguay) y la Universidad de Siena (Italia) en Punta del Este, Uruguay (octubre 2003); en los Seminarios internos de Doctorado (Departamento de Economía, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata) y en el Seminario de Economía del Departamento de Economía (Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata). Parte de esta investigación estuvo financiada con una Beca de Perfeccionamiento otorgada por la Universidad Nacional de La Plata.

II.1. INTRODUCCIÓN

El objetivo de este capítulo es caracterizar económicamente al turismo. Luego, a partir de esta especificación, se presentan aplicaciones sencillas de las teorías del comercio internacional a los flujos de turismo entre países. El turismo no es fácil de definir ni de caracterizar y tampoco existe acuerdo en la literatura acerca de sus particularidades. La controvertida y amplia discusión en la literatura especializada referida a las definiciones de turista y turismo, y a la caracterización y especificación de la actividad turística constituyen la base para definir lo que se entiende por objeto de estudio a la hora de dedicarse a la investigación económica en turismo. En este capítulo se caracteriza al turismo desde un punto de vista puramente económico de modo de obtener herramientas para analizar los distintos aspectos económicos del sector como también para el diagnóstico, diseño, evaluación e implementación de políticas –públicas o privadas- en turismo.

En este capítulo, la caracterización económica del turismo se desarrolla en base a dos aspectos principales: el turismo como un sector homogéneo o un sector de productos diferenciados, y el turismo como un bien o un servicio, transable o no transable. Como demanda de un bien final homogéneo, la teoría tradicional del consumidor provee una explicación de sus determinantes. Como demanda de variedades de un bien final diferenciado, las teorías de la variedad ideal y gusto por la variedad brindan una buena explicación. También existen teorías que suponen que los bienes pueden estar diferenciados según sus características o su lugar de producción. En relación a su carácter de bien o servicio, transable o no transable, tradicionalmente se ha caracterizado al turismo como una actividad no transable, un servicio. Actualmente, la nueva visión del comercio internacional incluye al turismo dentro de una modalidad del comercio de servicios -que se asimila al comercio de bienes- pero para la que se requiere el desplazamiento físico de los consumidores. Es bajo el contexto de las distintas especificaciones que puede tomar el sector y sus actividades relacionadas que debe considerarse la caracterización del turismo como un bien o un servicio, como transable o no transable, dentro de distintas modalidades en el comercio de servicios. Cada una de estas particularidades está relacionada con algunos aspectos del turismo.

A su vez, se presentan aplicaciones sencillas de las teorías del comercio internacional que explican los flujos de comercio de bienes (o servicios) entre países a los flujos de turismo entre países. En base a la definición económica y caracterización del sector, se adecuan, entre otros, modelos de comercio basados en la ventaja comparativa (bienes que se producen bajo rendimientos constantes a escala) o en las economías de escala (bienes diferenciados) que puedan reflejar adecuadamente los niveles de producción, consumo y patrón de comercio de turismo entre países.

La organización del capítulo es la siguiente. La sección II.2 describe la multiplicidad de actividades involucradas en el desarrollo del turismo y de la actividad turística, que constituyen el punto de partida para la caracterización económica del sector. La sección II.3 presenta los aspectos relacionados con la especificación de la demanda de turismo: demanda de bienes homogéneos o de bienes diferenciados. En el caso de la diferenciación de productos, se describen distintos modelos de la teoría económica que pueden ser de utilidad. La sección II.4 se refiere al carácter transable o no transable del turismo, como un bien o un servicio y describe la aplicación de las teorías del comercio internacional que explican los flujos de comercio de bienes o servicios entre países a los flujos de turismo entre países. Finalmente, la sección II.5 presenta las conclusiones.

II.2. ¿QUÉ ES EL TURISMO?³⁵

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (1998), el turismo se refiere a las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. Dada esta definición, se presenta una descripción de la multiplicidad de actividades, eventos, organizaciones, etc. involucradas en el sector como punto de partida para su caracterización económica.

Viajar desde un origen hacia un destino es una actividad inherente y distintiva del turismo. Para materializar el consumo de bienes y servicios relacionados –tanto en el origen como en el destino- es necesaria la existencia de numerosos mercados donde los productos turísticos son comercializados por un importante número de industrias.³⁶ En el origen, las organizaciones locales se constituyen principalmente –aunque no únicamente- en servicios de soporte (agencias de viajes, touroperadores, comercios de compras minoristas relacionados con el turismo, agencias de publicidad turística, etc.). En el destino, las organizaciones se constituyen principalmente en proveedores directos (hoteles, restaurantes, aerolíneas, alquiler de autos, etc.) y agencias de desarrollo del turismo (organismos de gobierno como Administraciones Nacionales de Turismo, organismos de gobierno relacionados con planificación, infraestructura, cultura, etc.). También pueden existir organizaciones de intermediación localizadas en lugares distintos al origen y al destino. A su vez, el desplazamiento entre origen y destino constituye un aspecto relacionado con los costos de transporte y la movilidad física de los individuos. La articulación de todos estos productos o servicios turísticos, organizaciones, y actividades se caracteriza por materializar algunas peculiaridades distintivas del sector tales como complementareidad y heterogeneidad (Vellas, 1995). Complementareidad significa que el turismo no está compuesto por un solo bien o servicio sino por un conjunto de bienes o servicios complementarios. Heterogeneidad significa distintos sectores, actividades o industrias dentro del turismo, o distintas características dentro de un mismo sector, actividad o industria del turismo.³⁷

Ahora bien ¿Qué hace que un destino sea un destino turístico? Los recursos turísticos, la infraestructura y los bienes públicos relacionados con el turismo. De acuerdo a la tipología de identificación de los recursos turísticos realizada por la Organización de Estados Americanos (OEA), se distinguen cinco categorías de recursos: sitios naturales; museos y manifestaciones culturales e históricas; folklore; realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas; y acontecimientos programados.³⁸ La infraestructura económica -de acuerdo al Informe de

³⁵ Una revisión de la literatura con respecto a la definición del turismo se presenta en el Capítulo I.

³⁶ “A range of economic activities (or alternatively a series of tourism events) will be generated by tourists which may be analyzed using the market-based tools of economics. Tourism generates events which in turn may be analyzed as market-based activities. For example, adventure, heritage, or cultural tourism all generate events embodied in market activity. The products provided in these markets will come from a range of industries where the tourism-based market demand for the firms’ products may vary in size and importance” (Wilson, 1998: 815-816).

³⁷ Smith (1989: 10-11) presenta un ejemplo concreto de la gran cantidad y diversidad de actividades que involucra el turismo. “Consider your last vacation. You may have purchased a travel book from a local bookseller and read about a new resort that appealed to you. You booked a reservation at the resort through a travel agent and reserved an airline seat at the same time. While waiting for your departure date, you bought some new luggage and perhaps some resort clothing. When the departure day arrived, you called a local taxi company to get a ride to the airport and then rented a car at the other end. While on the trip you ate at local restaurants, danced in local clubs, bought local crafts, and visited some attractions. You purchased gasoline for your rental car and picked up a few sundries at a drugstore. You may have even had to visit a clinic for treatment of your sunburn. Part way through your trip you called home to tell everyone how wonderful the vacation was and to make sure someone was keeping an eye on your home. Between the time you began planning your vacation and the time you arrived back home to share your photographs and travel tales, you made tourism-related purchases from a bookstore, a travel agent, three different commercial transportation firms, an accommodation establishment, several food-service operations, different retail shops, a medical clinic, and a telecommunications business. On your next holiday you may use an entirely different set of tourism commodities.”

³⁸ Para una descripción detallada de la tipología general de identificación de los recursos turísticos, ver Leno Cerro (1993). Para su aplicación a Argentina, ver Porto (2000).

Desarrollo Mundial (1994)- se define abarcando los siguientes elementos: servicios públicos (electricidad, telecomunicaciones, servicios de agua potable, servicios sanitarios, servicios de gas, etc.), trabajos públicos (rutas, trabajos para irrigación y drenaje, etc.), y ciertos sectores de transporte (trenes urbanos y suburbanos, transporte urbano, puertos, aeropuertos, etc.). Martin y Rogers (1994) incluyen dentro del concepto de infraestructura pública aspectos relacionados con la ley, el orden y cualquier administración pública general. Una buena y suficiente infraestructura es uno de los elementos que juega un rol central en el desarrollo exitoso o el fracaso de un país, al permitir la diversificación de la producción, la expansión del comercio, la reducción de la pobreza y el mejoramiento de las condiciones ambientales. En la industria del turismo, del mismo modo que ocurre con el desarrollo de otras industrias, la disponibilidad de infraestructura adecuada es uno de los elementos que resultan de vital relevancia e importancia para su desarrollo (Martin y Rogers, 1994; Informe de Desarrollo Mundial, 1994; Gibson, 1993; Porto, 1999; Porto, 2000). Finalmente, en relación a los bienes públicos, muchos de los recursos considerados turísticos así como gran parte de la infraestructura (por ejemplo, el entorno geográfico, el clima, el entorno urbano, las fiestas y costumbres populares, la infraestructura de transporte y comunicaciones, entre otros) tienen las características de este tipo de bienes.³⁹

Para lograr una caracterización adecuada del turismo es necesario investigar el consumo de bienes y servicios relacionados con el turismo; los mercados donde se comercian los productos turísticos; las industrias que participan en el turismo; el transporte; las organizaciones locales, proveedores directos, agencia de desarrollo y organizaciones de intermediación; etc. Los recursos turísticos, la infraestructura y los bienes públicos son algunos de los complementos para que pueda surgir interés, crecimiento y desarrollo del turismo.

II.3. DEMANDA DE BIENES HOMOGÉNEOS O BIENES DIFERENCIADOS EN TURISMO

En esta sección se describen las características y los modelos que determinan la demanda de bienes homogéneos y la demanda de bienes diferenciados, con una aplicación de cada uno a la demanda de turismo.

II.3.1. DEMANDA DE BIENES HOMOGÉNEOS EN TURISMO

Los bienes homogéneos son bienes considerados idénticos entre sí. La función de utilidad se define como

$$(1) \quad U = U[u_1(\cdot), u_2(\cdot), \dots, u_n(\cdot)]$$

³⁹ Los bienes públicos se caracterizan porque una vez suministrados, el costo adicional de recursos para que otra persona consuma el bien es cero –no rivalidad en el consumo- y, además, porque impedir que una persona consuma el bien es muy costoso o imposible –no exclusión (Rosen, 1984; Furió Blasco, 1997). Es necesario mencionar que la rivalidad o no en el consumo puede ser una cuestión de definición, que las posibilidades o no de exclusión se hacen desde el punto de vista del consumidor, y que un bien puede cumplir una parte de la definición de bien público y la otra no.

donde U es la función de utilidad superior, u_i es la subutilidad derivada del consumo del bien i ($i = 1, 2, \dots, I$) y donde U transforma todas las funciones de subutilidad en niveles de bienestar global. En este caso, dado que i es un producto homogéneo, $u_i(\cdot)$ depende sólo de la cantidad consumida, D_i

$$(2) \quad u_i(\cdot) = D_i \quad i = 1, 2, \dots, I$$

Este es el enfoque tomado de la teoría tradicional del consumidor. Se ignora la noción de *características de los bienes* y la atención se centra en la noción de *bienes*.⁴⁰

El problema del consumidor consiste en maximizar la utilidad sujeto a su restricción presupuestaria

$$(3) \quad \text{Max} U = U(D_1, D_2, \dots, D_I) \quad \text{s.a.} \quad \sum_{i=1}^I p_i D_i \leq Y$$

donde D_i es la cantidad consumida del bien i , p_i es el precio del bien i , e Y representa el ingreso monetario.

Las funciones de demanda que se obtienen de resolver este problema dependen entonces del precio de los bienes relacionados (p) y del ingreso monetario (Y)

$$(4) \quad D_i = D_i(p, Y) \quad i = 1, 2, \dots, I$$

El turismo como un bien homogéneo

La función de demanda de turismo (D_t) caracterizado como un bien homogéneo, es función del precio de los bienes y servicios turísticos (p_t), del precio de los demás bienes y servicios -complementos o sustitutos- (p_r), del ingreso (Y), y en el caso del turismo internacional, del tipo de cambio o del precio de la moneda (tc).

$$D_t = D_t(p_t, p_r, Y, tc)$$

Algunos ejemplos de destinos turísticos como complementos o sustitutos así como de destinos inferiores, normales o superiores pueden resultar ilustrativos. Madrid, Roma, Londres y París pueden ser considerados como complementos en la decisión de un individuo que visita Europa por primera vez. Turismo de sol y

⁴⁰ A diferencia de la teoría tradicional, el enfoque de Lancaster (1966) es el primer enfoque alternativo que ignora la noción de *bienes* y se centra en las *características de los bienes*. Ver sección II.3.2.2.

playa en las Islas Baleares o en la Costa Amalfitana pueden ser bienes sustitutos. En relación al carácter del turismo en cuanto a niveles de ingreso, la mayoría de los autores coinciden en que se trata de un bien de lujo, con alta elasticidad-ingreso (Morley, 1992; Crouch, 1992). Sin embargo, existen ejemplos de lo que puede denominarse destinos turísticos inferiores: a medida que aumenta el ingreso real, los individuos que usualmente pasaban sus vacaciones en la Costa Atlántica de Argentina deciden viajar a Brasil, México o Cuba.⁴¹

Algunas particularidades de las decisiones de consumo en turismo

Las decisiones de consumo en turismo resultan de la maximización de la utilidad sujeto a una restricción de recursos (ingresos) y a una restricción de tiempo disponible de los individuos para propósitos turísticos. Morley (1992) presenta un modelo simple de elección de un consumidor que maximiza su utilidad restringida y que decide viajar (o no) en un posible *tour*. La utilidad del individuo depende del tiempo total dedicado al turismo y de la cantidad consumida de los otros bienes (X), que está restringida por el tiempo disponible potencial para propósitos turísticos (T) y el ingreso del individuo (Y). En relación al tiempo que el individuo decide destinar al turismo, se distinguen dos partes: el tiempo de viaje o en tránsito (t_t) y el tiempo en el destino (t_d)

$$(5) \quad \text{Max}U = U(t_d, X) \quad \text{s.a.} \quad \begin{aligned} p'X + ct_d + f &\leq Y \\ t_d + t_t &\leq T \end{aligned}$$

donde p' es el vector de precios de otros bienes, X es el vector de cantidades de otros bienes, c es el precio por unidad de tiempo en el *tour* (excluido el período de tránsito), y f es el precio del *tour*.

La solución del problema brinda los niveles óptimos de consumo de otros bienes (X) y del tiempo destinado al turismo (t_d). Luego, Morley (1992) repite este análisis para varios *tours* j, donde un *tour* se define como un viaje turístico que implica la estadía en un destino o una serie de destinos visitados en un único viaje, elegidos al momento de la decisión de hacer turismo. Una estadía en cualquier destino puede realizarse a varios niveles de gasto y éstos son considerados como distintos *tours*. Es así como los valores de c (precio por unidad de tiempo en el *tour*) dependen del *tour* j y no sólo del destino (c_j)

$$(6) \quad \text{Max}U = U(t_{dj}, X) \quad \text{s.a.} \quad \begin{aligned} p'X + c_j t_{dj} + f_j &\leq Y \\ t_{dj} &\leq T - t_{tj} \end{aligned}$$

⁴¹ Un resumen de estudios empíricos de estimación de la demanda de turismo puede consultarse en Sinclair y Stabler (1995, capítulo 3). Algunos resultados interesantes se presentan en Crouch (1992).

II.3.2. DEMANDA DE BIENES DIFERENCIADOS EN TURISMO

El fenómeno de la diferenciación de productos se ha desarrollado en gran medida en la teoría económica en las últimas décadas. Esto se ha debido a la necesidad de explicar la prevalencia de estos bienes en las economías de mercado modernas y de estudiar sus implicancias sobre las estructuras industriales y el poder de mercado. La literatura relacionada con la diferenciación de productos comienza con Hotelling (1929) y Chamberlin (1933). Posteriormente, a fines de la década de los 60 y principios de la década de los 70, algunos teóricos de la organización industrial –en particular, Lancaster (1975) y Dixit y Stiglitz (1977)– presentan sólidos microfundamentos a la teoría de la competencia monopolística de Chamberlin (1933), uniendo la noción de competencia monopolística con la de diferenciación de productos en modelos de equilibrio general. A pesar de que estos modelos dependían de supuestos muy particulares acerca de los gustos y de la tecnología, fueron reconocidos como instrumentos útiles para temas relacionados con los rendimientos crecientes y las economías de escala.

El punto principal de estas teorías es explicar la diferenciación entre bienes dentro de una industria o grupo de productos. Se supone que lo que diferencia a los productos son las características que poseen: calidad, localización, tiempo, disponibilidad, información de los consumidores acerca de su existencia y calidad, entre otras. En particular, cada característica puede ser representada por una dimensión en un espacio dimensional apropiado, de modo tal que cada producto puede ser representado por un punto o un vector. El conjunto de productos relevantes es entonces un conjunto de puntos o vectores en este espacio.

La diferenciación de productos puede darse bajo modelos de diferenciación vertical u horizontal. Una adaptación del modelo de Hotelling (1929) es la base para los modelos de diferenciación vertical. Por su parte, dentro de los modelos de diferenciación horizontal se distinguen el enfoque de localización (enfoque lineal y circular de la variedad ideal –Hotelling (1929); Helpman (1981); Helpman y Krugman (1985)) y el enfoque de no localización (gusto por la variedad –Spence (1976); Dixit y Stiglitz (1977)).⁴² También la diferenciación según las características de los bienes (Lancaster, 1966; 1979) y según el lugar de producción (Armington, 1969) constituyen otros modelos de diferenciación de productos.⁴³

II.3.2.1. MODELOS DE DIFERENCIACIÓN VERTICAL

La diferenciación vertical implica que los bienes pueden ser jerarquizados de acuerdo a algún índice de calidad. Entonces, si los bienes son ofrecidos al mismo precio, cada consumidor ordenaría los bienes de la misma manera y todos elegirían comprar el mismo bien, aquel de mayor calidad. En este caso, todos los puntos correspondientes a un conjunto de bienes se encuentran en un mismo rayo partiendo del origen en el espacio de características (Figura 1). Un bien que está más alejado del origen representa un producto de mayor calidad. En equilibrio, los consumidores difieren en su deseo de pagar por calidad y es así como los

⁴² Beath y Katsoulacos (1991) hacen referencia a la relación entre diferenciación y variedad de productos. Si no hay diferenciación de productos, no puede haber variedad de productos a pesar de que diferenciación y variedad son conceptos diferentes. Por ejemplo, se suponen dos productos dentro de un grupo y que la especificación de uno de ellos se modifica de modo tal de acercarlo a otro en el espacio de características. En este caso, mientras que la diferenciación de productos se ha incrementado, la variedad no se ha modificado.

⁴³ La aplicación del modelo de localización de Hotelling (1929) al análisis de la diferenciación de productos fue ignorado hasta la introducción de la noción de *características de los bienes* dentro de la teoría de la demanda por Lancaster (1966). Esto fue lo que permitió relacionar localización con diferenciación.

bienes se venden a diferentes precios.⁴⁴ En general, se utiliza una versión modificada del modelo de Hotelling (1929) para representar los modelos de diferenciación vertical.^{45 46}

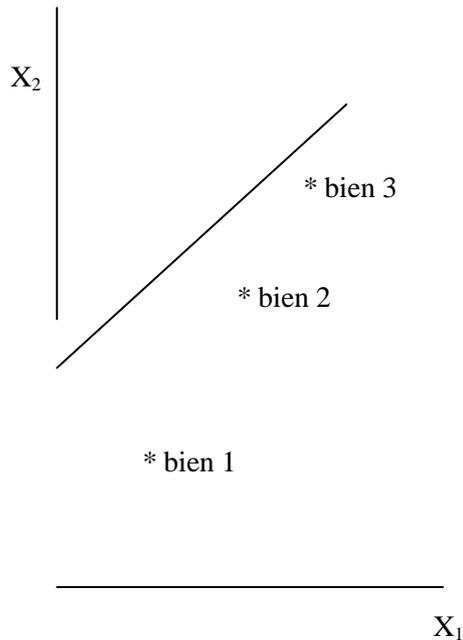


Figura 1

Diferenciación vertical de productos

donde X_1 y X_2 son características de los bienes.

El turismo y la diferenciación vertical de productos

Los aspectos referidos a la calidad en los sectores hoteleros, agencias de viajes, restaurantes, estaciones de deportes, atracciones turísticas, etc. están convirtiéndose en factores cada vez más importantes para los demandantes de turismo. Es así como surgen los sistemas de clasificación por categorías de los establecimientos turísticos cuya finalidad es proporcionar información sobre las características de los

⁴⁴ En estos modelos, la mayoría de los consumidores elegiría comprar el mismo bien pero, en definitiva, el ingreso de los individuos y el precio de los bienes son los factores que determinan la elección última del consumidor.

⁴⁵ Aspectos relacionados con la calidad de los bienes y la estructura del mercado pueden consultarse en Dorfman y Steiner (1954), Swan (1970), Spence (1977) y Dixit (1979).

⁴⁶ Para una descripción de las demandas de bienes en modelos de diferenciación vertical, ver Tirole (1988).

servicios que se ofrecen y brindar una orientación sobre sus precios. Estos sistemas permiten que los individuos formen sus expectativas y tomen decisiones a bajos costos relativos, tanto de dinero como de tiempo.⁴⁷

II.3.2.2. MODELOS DE DIFERENCIACIÓN HORIZONTAL

La formalización teórica de la diferenciación horizontal de productos se ha desarrollado principalmente en base a dos enfoques. Por un lado, el modelo de Hotelling (1929) al que se hace referencia como el enfoque de localización (*address approach*). Por otro lado, el modelo al que se hace referencia como el enfoque de no localización (*non-address approach*).⁴⁸ Dentro del primero, se presenta el enfoque de la variedad ideal: lineal (Hotelling, 1929); y circular (Helpman, 1981; Helpman y Krugman, 1985). Dentro del segundo, el enfoque de gusto por la variedad (Spence, 1976; Dixit y Stiglitz, 1977). Posteriormente, se describe la diferenciación de productos según las características de los bienes (Lancaster, 1966; 1979) y según lugar de producción (Armington, 1969).

II.3.2.2.1. ENFOQUE DE LOCALIZACIÓN

Bajo este enfoque se introduce la localización como factor determinante de las preferencias de los consumidores. La localización puede ser interpretada de dos formas. Por un lado, puede referirse a la localización física de un consumidor particular que observa los precios que establecen cada una de las firmas y elige comprar según la minimización del precio más el costo de transporte. En este caso, se mide la distancia entre el consumidor y la firma a través de los costos de transporte. Por otro lado, localización puede significar la distancia entre la variedad ideal desde el punto de vista de un consumidor y la variedad que efectivamente adquiere. Aquí, se mide la distancia entre la variedad ideal y la real como la desutilidad de los consumidores por comprar una variedad distinta a la ideal. Esta desutilidad es equivalente a los costos de transporte descriptos en el caso anterior. Dentro del enfoque de localización, se distinguen el enfoque lineal de Hotelling (1929) y el enfoque circular (Helpman, 1981; Helpman y Krugman, 1985).⁴⁹

⁴⁷ El tema de la fijación de estándares y normas de calidad en el sector turístico ha sido ampliamente estudiado. Una buena compilación de artículos referidos al tema puede consultarse en Estudios Turísticos Nº 139 (1999).

⁴⁸ El enfoque de no localización tiene sus orígenes en las ideas de Chamberlin (1933). Chamberlin (1933) fue uno de los primeros en estudiar los mercados de competencia monopolística, un modelo intermedio entre el monopolio y la competencia, cuyas principales características son las siguientes:

- i) los consumidores pueden suponerse homogéneos (tienen idénticas preferencias) o se supone un consumidor representativo que deriva utilidad de consumir una variedad de productos;
- ii) existe un número ilimitado de productos potenciales;
- iii) existen muchas firmas produciendo cada una de ellas un bien diferenciado;
- iv) cada firma debe ser de características tales que pueda ignorarse su impacto sobre otras firmas y la reacción de otras firmas;
- v) debe existir libre entrada en el mercado de modo tal que cada firma tenga cero beneficios; y
- vi) cada firma debe enfrentar una curva de demanda con pendiente negativa para su producto con el resultado de que, en equilibrio, el precio excederá al costo marginal.

⁴⁹ En estos modelos los bienes se distinguen sólo por una de sus características. Para detalles del enfoque más general –para el cual los bienes se distinguen por varias características o atributos- ver Lancaster (1966; 1979).

II.3.2.2.1.1. EL ENFOQUE LINEAL DE LA VARIEDAD IDEAL

En el modelo de Hotelling (1929), los consumidores tienen gustos heterogéneos y preferencias asimétricas. Cada consumidor compra sólo una variedad (una computadora, un auto, los servicios de un hotel, turismo en una playa de Argentina, etc.) pero tienen distintas preferencias por su variedad ideal. Cada uno difiere en lo que considera la variedad ideal dentro del conjunto de bienes disponibles. Esto es, la elección óptima (a igual precio) depende de un consumidor particular. Este enfoque se refiere a la variedad ideal o más preferida de los consumidores y considera que las variedades más cercanas en el espacio de características a esta variedad ideal son mejores sustitutos que las variedades más distantes. Es importante remarcar los conceptos de heterogeneidad de gustos y asimetría en las preferencias. Heterogeneidad de gustos significa que cada individuo tiene una variedad ideal distinta a la de los demás individuos. Asimetría en las preferencias significa que un consumidor determinado, identificado y localizado por su variedad ideal, considerará a las variedades más cercanas a su variedad ideal como sustitutos más cercanos que variedades más alejadas.

Hotelling (1929) considera que los bienes se diferencian dado que las firmas están localizadas en distintos puntos del espacio geográfico. Por lo tanto, existen costos de transporte positivos en los que hay que incurrir para lograr la unión entre consumidores y productores. Estos costos de transporte también pueden interpretarse como pérdidas de utilidad de los consumidores -consecuencia de la distancia entre la variedad ideal y la real.

Se supone que los consumidores están distribuidos uniformemente a lo largo de una ciudad lineal de tamaño $L > 0$ (Figura 2). Cada punto representa un consumidor individual; por ejemplo, $x \in [0, L]$ es un consumidor localizado en el punto x desde el origen. Se supone que existen dos firmas que venden un bien que físicamente es idéntico excepto por una característica: la localización donde es vendido. Por ejemplo, la firma A está localizada a unidades de distancia del punto 0 y la firma B (a la derecha de A) está localizada b unidades de distancia del punto L

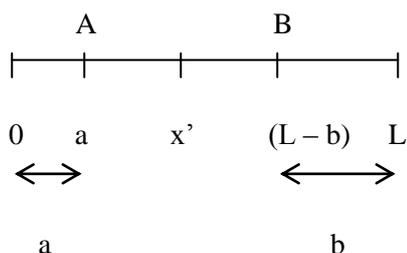


Figura 2

Diferenciación horizontal de productos. Enfoque lineal

Cada consumidor paga un costo de transporte t por unidad de distancia. Por ejemplo, un consumidor localizado en x tiene que pagar $t|x-a|$ costos de transporte para comprar en la firma A o $t|x-(L-b)|$ costos de transporte para comprar en la firma B. El siguiente paso es definir la función de utilidad de un consumidor localizado en x

$$(7) \quad U_X = -p_A - t|x - a| \quad \text{si compra de la firma A}$$

$$(8) \quad U_X = -p_B - t|x - (L - b)| \quad \text{si compra de la firma B}^{50}$$

Si x' es el consumidor indiferente entre comprar de la firma A o de la firma B ($a < x' < (L-b)$), entonces las demandas que enfrentan las firmas son las siguientes

$$(9) \quad x' = \frac{(p_B - p_A)}{2t} + \frac{(L - b + a)}{2} \quad \text{demanda que enfrenta la firma A}^{51}$$

$$(10) \quad L - x' = \frac{(p_A - p_B)}{2t} + \frac{(L + b - a)}{2} \quad \text{demanda que enfrenta la firma B}$$

Dadas las funciones de demanda, las firmas eligen sus precios tomando los precios que establecen las otras firmas como dados (equilibrio de Bertrand-Nash en estrategias de precios). La participación de equilibrio en el mercado de la firma A y sus beneficios están dados por

$$(11) \quad x_A = \frac{(3L - b + a)}{6}$$

$$(12) \quad \pi_A = x_A p_A = \frac{t(3L - b + a)^2}{18}$$

Como puede observarse, los beneficios de cada firma que produce una variedad aumentan con la distancia entre las firmas. Es decir, se obtienen mayores beneficios cuando se producen bienes cada vez más diferenciados. Si bien se trata de bienes homogéneos (físicamente idénticos), en este modelo la localización los convierte en bienes diferenciados. Si las firmas A y B estuvieran localizadas en cada uno de los extremos de la línea, los beneficios serían máximos y

$$(13) \quad p_A = p_B = tL$$

⁵⁰ Cada individuo deriva un excedente del consumo igual a s . Se supone que este excedente es suficientemente grande de modo que el mercado está cubierto y todos los consumidores compran el bien.

⁵¹ La función de demanda que enfrenta la firma A (x') se obtiene luego de igualar las funciones de utilidad derivadas de comprar en cada una de las firmas.

Si las firmas A y B estuvieran localizadas en el mismo punto ($a+b = L$, significando que los bienes son homogéneos), el mercado estaría igualmente dividido entre las dos firmas y los beneficios desaparecerían

$$(14) \quad p_A = p_B = 0^{52}$$

Los costos de transporte también determinan la diferenciación de productos: cuanto mayores son los costos de transporte, mayor es la diferenciación de productos y las firmas compiten en menor medida por los mismos consumidores. En contraposición, cuando los costos de transporte son cero, todos los individuos pueden comprar de cualquiera de las firmas al mismo costo.

Elección de precios y localización

En el modelo de Hotelling (1929) se supone que la localización de las firmas es fija y entonces las firmas sólo eligen los precios de los bienes. Al respecto, no existe una solución para el problema si se fijaran precios y localización porque –dado el precio y la localización de sus oponentes- las firmas tenderían a moverse hacia el centro para lograr una participación mayor en el mercado, dando lugar a productos cada vez menos diferenciados. Surge así el principio de mínima diferenciación que describe el hecho de que –cuando las firmas no compiten por precio y bajo la posibilidad de elección de la localización- las firmas tienden a aglomerarse en el centro del mercado, lo que implica productos cada vez menos diferenciados. En el modelo de Hotelling (1929) con elección de localización está presente el efecto aglomeración (las firmas quieren aumentar su participación en el mercado y esto las lleva al centro del mercado) pero no el efecto estrategia (que las llevaría a distanciarse unas de otras para diferenciar sus productos).⁵³

II.3.2.2.1.2. EL ENFOQUE CIRCULAR DE LA VARIEDAD IDEAL⁵⁴

Debido a que en el modelo de Hotelling (1929) no existe un equilibrio donde las firmas decidan conjuntamente sus precios y su localización, surge el enfoque circular. Este enfoque resuelve el problema considerando una ciudad circular, cuya circunferencia es igual a la unidad, con una distribución uniforme de los consumidores a lo largo de la misma. De este modo, el espacio es homogéneo en el sentido de que no existe a priori una mejor localización que otra y, por lo tanto, se dice que las firmas están localizadas simétricamente. Es importante aclarar que, como en el modelo lineal, la diferenciación de productos puede darse por motivos distintos a los de la localización.⁵⁵

⁵² Incluso si las firmas no estuvieran localizadas en el mismo punto, pero muy cerca entre sí, tampoco existiría un equilibrio.

⁵³ Cuando se consideran costos de transporte cuadráticos, las firmas eligen la máxima diferenciación –las firmas se sitúan en los dos extremos de la ciudad. Se trata de un juego en dos etapas donde primero, las firmas eligen simultáneamente su localización y luego, eligen simultáneamente sus precios.

⁵⁴ El modelo original se debe a Salop (1979).

⁵⁵ Un ejemplo se presenta en los servicios de transporte (líneas aéreas, autobuses o trenes) que proveen servicios a lo largo de todo el día. En este caso, la circunferencia del círculo podría ser interpretada como las 24 horas del día y cada variedad podría ser interpretada como el tiempo previsto de salida de cada servicio de transporte.

Los consumidores compran una unidad del bien, una variedad, que minimiza la suma del precio del bien y los costos de transporte t . Si se supone que hay N firmas localizadas a igual distancia entre sí, $1/N$ es la distancia entre ellas. La Figura 3 ilustra la posición de la firma 1 en relación a las firmas 2 y N (que se supone que cobran precios uniformes p , dado que las firmas están localizadas simétricamente). El consumidor que es indiferente entre comprar de la firma 1 o de la firma 2 (similarmente, entre la firma 1 y la firma N) está localizado en x' determinado por

$$(15) \quad p_1 + tx' = p + t\left(\frac{1}{N} - x'\right)$$

donde

$$(16) \quad x' = \frac{(p - p_1)}{2t} + \frac{1}{2N}$$

Como la firma 1 tiene clientes a su derecha y a su izquierda, la demanda que enfrenta la firma 1 es

$$(17) \quad 2x' = \frac{(p - p_1)}{t} + \frac{1}{N}$$

consumidores que compran
 a la firma 1 (entre a y b)

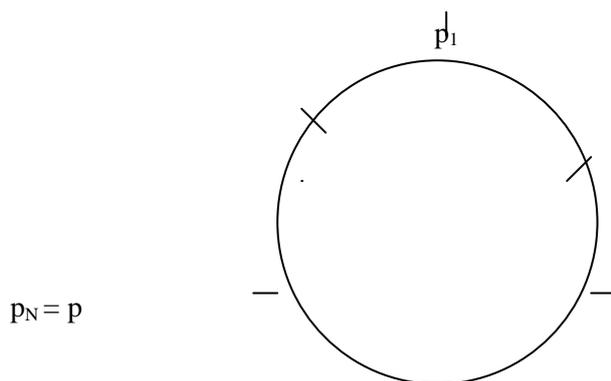


Figura 3

Enfoque circular de la variedad ideal

donde la distancia entre p_1 y p_2 ($= p$) y la distancia entre p_1 y p_N ($= p$) es igual a $(1/N)$.

Se resuelve para un equilibrio de competencia monopolística (maximización de beneficios y libre entrada) en donde el número de firmas (N es el número de firmas que también representa el número de variedades) se determina endógenamente. En un equilibrio simétrico

$$(18) \quad p_{eq.} = c + \frac{t}{N}$$

$$(19) \quad N_{eq.} = \left(\frac{t}{F} \right)^{\frac{1}{2}}$$

$$(20) \quad q_{eq.} = \frac{1}{N}$$

donde c es el costo marginal y F es el costo fijo.

En un modelo de elección de localización con libre entrada se producen demasiadas variedades. En términos de bienestar, hay un *trade-off* entre las economías de escala (mayor número de variedades, menor escala de producción, mayores costos medios) y los costos de transporte agregados (mayor número de variedades, mayor número de firmas, menores costos de transporte agregados).

II.3.2.2.1.3. FORMALIZACIÓN DEL ENFOQUE CIRCULAR DE LA VARIEDAD IDEAL

El problema del consumidor

Helpman (1981) y Helpman y Krugman (1985) presentan un análisis formal de la obtención de la demanda por productos diferenciados bajo el enfoque circular de la variedad ideal. Al igual que en el caso anterior, se supone un individuo que prefiere una variedad del producto i que es denominada su variedad ideal. Se

supone, a su vez, que las variedades de los bienes pueden ser representados por puntos a lo largo de la circunferencia de tamaño uno de un círculo y la variedad ideal de cada consumidor también es representada por un punto de dicha circunferencia. El significado de la variedad ideal se refiere a que si un individuo tiene que elegir entre una variedad dada de bienes, elegirá su variedad ideal independientemente de las cantidades ofrecidas y del nivel de consumo de los otros bienes. Al mismo tiempo, se supone que cuando se comparan diferentes variedades, el individuo preferirá aquella más cercana a su variedad ideal. La cercanía se mide como la distancia más corta en la circunferencia del círculo.

En particular, se supone que la función de subutilidad de un consumidor cuya variedad ideal es $\bar{\omega}$ tiene la siguiente forma separable

$$(21) \quad u_i \left[D_i(\omega), \omega, \bar{\omega} \right] = \frac{D_i(\omega)}{h_i \left[\bar{\delta}(\omega, \bar{\omega}) \right]}$$

donde $D_i(\omega)$ es el nivel de consumo de la variedad ω , $\bar{\delta}(\omega, \bar{\omega})$ es la distancia de arco más corta en la circunferencia del círculo entre ω y $\bar{\omega}$ y $h_i(\delta)$ es la función de compensación de Lancaster, que se describe como la compensación requerida en el consumo para mantener un nivel de subutilidad dado cuando se consumen variedades que son distintas a la ideal.

Se supone que $h_i(\delta)$ es una función convexa con

$$(22) \quad \begin{aligned} h_i(0) &= 1 \\ h_i'(0) &= 0 \quad h_i'(\delta) > 0 \quad \text{para } \delta > 0 \end{aligned}$$

Dada la normalización $h_i(0) = 1$, es conveniente pensar en $\left(\frac{D_i(\omega)}{h_i \left[\bar{\delta}(\omega, \bar{\omega}) \right]} \right)$ como la cantidad equivalente a la

variedad ideal $\bar{\omega}$ contenida en el consumo de $D_i(\omega)$ unidades de la variedad ω . Bajo esta interpretación, $h_i \left[\bar{\delta}(\omega, \bar{\omega}) \right]$ representa la cantidad de la variedad ω que es equivalente desde el punto de vista del consumidor

a una unidad de la variedad ideal $\bar{\omega}$. Cuanto más lejos se encuentre la variedad ω de la variedad ideal $\bar{\omega}$, mayor será la cantidad de la variedad ω requerida para dejar al consumidor indiferente entre ésta y una unidad de la variedad ideal $\bar{\omega}$. Al mismo tiempo, mayor será la compensación marginal requerida (Figura 4).

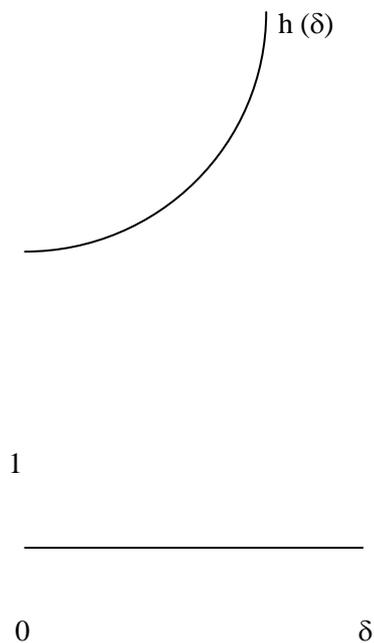


Figura 4

Función de compensación de Lancaster

La función de subutilidad puede generalizarse para permitir el consumo de muchas variedades: se convierte la cantidad de cada variedad en la cantidad equivalente de la variedad ideal y luego se suman las unidades de productos equivalentes

$$(23) \quad u_i(\cdot) = \sum_{\omega \in \Omega_i} \left\{ \frac{D_i(\omega)}{h_i \left[\bar{\delta}(\omega, \omega) \right]} \right\}$$

donde Ω_i representa un conjunto finito de variedades disponibles.

En este tipo de problemas la maximización de la utilidad del consumidor tiene dos etapas. En una primera etapa, dados los niveles de gasto (Y_1, Y_2, \dots, Y_I), los niveles de subutilidad u_i son maximizados. Esto es, la primer etapa del proceso de maximización para el producto i es

$$(24) \quad \text{Max} \sum_{\omega \in \Omega_i} \left\{ \frac{D_i(\omega)}{h_i \left[\bar{\delta}(\omega, \bar{\omega}) \right]} \right\} \quad \text{s.a.} \quad \sum_{\omega \in \Omega_i} p_i(\omega) D_i(\omega) \leq Y_i$$

Una solución para este problema es

$$(25) \quad D_i(\omega') = \frac{Y_i}{p_i(\omega')} \quad D_i(\omega) = 0 \quad \text{para } \omega \neq \omega'$$

donde

$$(26) \quad \omega' \in \arg \left\{ \min_{\omega \in \Omega_i} p_i(\omega) h_i \left[\bar{\delta}(\omega, \bar{\omega}) \right] \right\}$$

donde $p_i(\omega) h_i \left[\bar{\delta}(\omega, \bar{\omega}) \right]$ es el precio efectivo de una unidad de la variedad ideal $\bar{\omega}$ cuando la variedad ω es comprada. Entonces se trata de gastar todo lo que ha sido asignado al producto i en la variedad que tenga el precio efectivo más bajo de la variedad ideal.⁵⁶

Dada la elección de la variedad ω_i' de acuerdo a (26), la segunda etapa de la maximización puede resolverse utilizando (21) y (25). Por simplicidad, se supone que se trata de todos bienes diferenciados con preferencias como las descriptas anteriormente. El problema a resolver es

$$(27) \quad \text{Max} U(\bar{D}_1, \bar{D}_2, \dots, \bar{D}_I) \quad \text{s.a.} \quad \sum_{i \in I} \bar{p}_i(\omega_i', \bar{\omega}) \bar{D}_i \leq Y$$

donde $\bar{D}_i = \frac{D_i(\omega_i')}{h_i \left[\bar{\delta}(\omega_i', \bar{\omega}) \right]}$ y $\bar{p}_i(\omega_i', \bar{\omega}) = p_i(\omega_i') h_i \left[\bar{\delta}(\omega_i', \bar{\omega}) \right]$, $\bar{p}_i(\cdot)$ representando el precio efectivo de una unidad del producto ideal i .

⁵⁶ Un consumidor elige su variedad independientemente de su ingreso y de sus preferencias intersectoriales. Su elección sólo depende del precio de las variedades disponibles y de la distancia entre las variedades disponibles y su variedad ideal.

Suponiendo que la función de utilidad superior $U(\cdot)$ es homotética, se obtiene la siguiente forma de las funciones de demanda

$$(28) \quad \bar{D}_i = \phi_i \left[\bar{p} \left(\omega', \bar{\omega} \right) \right] Y \quad i \in I$$

$$(29) \quad \bar{p} \left(\omega', \bar{\omega} \right) = \left[\bar{p}_1 \left(\omega_1', \bar{\omega}_1 \right), \bar{p}_2 \left(\omega_2', \bar{\omega}_2 \right), \dots, \bar{p}_I \left(\omega_I', \bar{\omega}_I \right) \right]$$

donde ϕ_i tiene todas las propiedades de las funciones de demanda con respecto a precios. Esto implica que las funciones de demanda por las variedades ω_i' son

$$(30) \quad D_i(\omega_i') = \phi_i \left[\bar{p} \left(\omega', \bar{\omega} \right) h_i \left[\bar{\delta} \left(\omega_i', \bar{\omega}_i \right) \right] \right] Y, \quad i \in I^{57}$$

El problema de la firma

Se resuelve para un equilibrio de competencia monopolística donde cada firma elige una variedad y los precios de modo de maximizar beneficios (tomando como dadas la elección del número de variedades y la estrategia de precios de otros productores en la industria). El problema de decisión de la firma representativa es

$$(31) \quad \underset{[\omega, p(\omega)]}{\text{Max}} \left\{ p(\omega) D(\cdot) - C[w, D(\cdot)] / \omega \varepsilon \bar{\Omega} \right\}$$

donde $D(\cdot)$ es la función de demanda (que se deriva de la agregación de preferencias); $\bar{\Omega}$ es el conjunto de variedades del cual la firma tiene que elegir; $C[\cdot]$ es la función de costos (que es la misma para cada variedad); y w es el vector de precios de los factores de producción.

En este caso, la demanda relevante es la demanda agregada que enfrenta la firma (Helpman y Krugman, 1985) y depende de la elección de la variedad en dos formas. Por un lado, dado que una firma compite principalmente con sólo dos productores (aquellos que producen los sustitutos más cercanos a ambos lados de su variedad), la elección de su variedad determina inmediatamente sus dos rivales. Estos rivales no

⁵⁷ Para derivar la función de demanda que enfrenta el productor de una variedad a partir de la agregación de las funciones de demanda individuales, ver Helpman y Krugman (1985, capítulo 6).

cambian para elecciones dentro de cierto rango de productos. Por otro lado, para el rango de productos para el cual los rivales inmediatos no cambian, la elección de la variedad determina cuál de los dos es el competidor más cercano. Es así como el problema de la firma representativa (31) puede resolverse en dos etapas: para cualquier conjunto de variedades del cual la firma tiene que elegir ($\bar{\Omega}$) y dentro del que los dos competidores más cercanos no cambian, se resuelve el problema usando la funciones de demanda obtenidas anteriormente. Luego, se comparan los beneficios máximos para cada subconjunto y se elige aquel con el mayor beneficio.

Cualquiera sea la variedad elegida, la condición de fijación de precios que maximiza beneficios requiere que el ingreso marginal se iguale al costo marginal

$$(32) \quad p(\omega) \left[1 - \frac{1}{\sigma(\cdot)} \right] = C_x[w, D(\cdot)] \quad \text{para } \omega \text{ óptimo}$$

donde $\sigma(\cdot)$ es la elasticidad de la demanda y C_x es el costo marginal. En este caso, $\sigma(\cdot)$ es función de los argumentos que aparecen en la función de demanda excepto el nivel del gasto (debido al supuesto de homoteticidad).⁵⁸ La igualdad entre el ingreso marginal y el costo marginal puede expresarse del siguiente modo

$$(33) \quad \frac{R(\cdot)}{\theta[w, D(\cdot)]} = \frac{p(\omega)D(\cdot)}{C[w, D(\cdot)]} \quad \text{para } \omega \text{ óptimo}$$

donde $R(\cdot)$ es una medida del poder de monopolio y $\theta[w, D(\cdot)]$ es una medida del grado de economías de escala.

El turismo y la variedad ideal

El mensaje principal del enfoque de la variedad ideal dentro de los modelos de diferenciación horizontal es que cada individuo –basado en particular en sólo una característica de los bienes o servicios- tiene preferencias por una variedad única del producto, a la que considera su variedad ideal o más preferida. Por supuesto, existen bienes o servicios que pueden ser sustitutos imperfectos de esta variedad ideal y algunos de éstos son sustitutos más cercanos que otros. Los servicios hoteleros de la multinacional Howard Johnson, el turismo en Cala Santa Galdana en Menorca (Islas Baleares, España) son ejemplos de variedad ideal.

⁵⁸ Para ver la elección precisa de ω , ver Hepman y Krugman (1985, capítulos 6 y 7).

II.3.2.2.2. ENFOQUE DE NO LOCALIZACIÓN

En esta sección se estudian modelos donde los consumidores tienen gusto por la variedad (Spence, 1976; Dixit y Stiglitz, 1977). Las preferencias se suponen simétricas, de modo tal que todos los productos compiten con los otros y cada uno es un buen sustituto del otro. Existen distintas formas de modelar este fenómeno. Una consiste en suponer que existe un consumidor representativo con gusto por cada variedad en oferta. Otra es suponer que los consumidores son heterogéneos y cada uno consume un subconjunto distinto de variedades disponibles (preferencias heterogéneas). Se trata de mercados en los que los individuos gustan consumir una gran variedad de bienes (variedades de películas, variedad de comidas, variedades de hoteles, variedades de tipos de turismo, etc.).

II.3.2.2.2.1. EL ENFOQUE DEL GUSTO POR LA VARIEDAD

El problema del consumidor

Una forma de introducir preferencias por productos diferenciados es suponer que existen determinados bienes que los individuos gustan consumir en muchas variedades, de modo tal que la variedad es valuada por sí misma. Spence (1976) y Dixit y Stiglitz (1977) especifican las preferencias por variedades de bienes por medio de una función de subutilidad cóncava y simétrica $u_i(D_{i1}, D_{i2}, \dots)$ donde $D_{i\omega}$ es la cantidad de la variedad ω del producto i que está siendo consumida. El número de variedades potencialmente disponibles es infinitamente grande, pero –dados los costos fijos de producción– existe un límite superior al número de variedades que se pueden producir en equilibrio. Los supuestos de la función de subutilidad implican que los individuos eligen consumir una gran cantidad de variedades, si éstas no difieren mucho en precio. En el caso límite donde todas las variedades del producto i tienen el mismo precio, el individuo elige consumir todas las variedades disponibles en igual cantidad.

Una forma particular de la función de subutilidad $u_i(D_{i1}, D_{i2}, \dots)$ es la función de elasticidad de sustitución constante que puede ser representada de la siguiente forma

$$(34) \quad u_i(D_{i1}, D_{i2}, \dots) = \left(\sum_{\omega} D_{i\omega}^{\beta_i} \right)^{\frac{1}{\beta_i}}, \quad \beta_i = \left(1 - \frac{1}{\sigma_i} \right), \quad \sigma_i > 1$$

donde $\sigma_i > 1$ es la elasticidad de sustitución entre pares de variedades del mismo producto.⁵⁹

Esta función de subutilidad tiene la propiedad de que cualquier par de variedades es igualmente un buen sustituto de cualquier otro. Además, el grado de sustitución entre un par de variedades no depende ni de los niveles de consumo de las variedades consideradas ni de aquellos de cualquier otra variedad. La variedad está entonces valuada por sí misma. Si se supone que n_i variedades del producto i están disponibles a igual precio p_i , cualquiera sea el nivel de gasto Y_i asignado al producto i , es óptimo comprar todas las variedades en cantidades iguales. Por lo tanto, el nivel de subutilidad que se obtiene de un nivel de gasto Y_i es

⁵⁹ El requisito de $\sigma_i > 1$ está dado porque es necesario tener una elasticidad de la demanda que sea mayor que uno para que tenga sentido la competencia monopolística.

$$(35) \quad u_i\left(\frac{Y_i}{n_i p_i}, \frac{Y_i}{n_i p_i}, \dots\right) = \left(\sum_{\omega} D_{i\omega}^{\beta_i}\right)^{\frac{1}{\beta_i}} = \left(\sum_{\omega} \left(\frac{Y_i}{n_i p_i}\right)^{\beta_i}\right)^{\frac{1}{\beta_i}} = \left[n_i \left(\frac{Y_i}{n_i p_i}\right)^{\beta_i}\right]^{\frac{1}{\beta_i}} = n_i^{\left(\frac{1}{\sigma_i-1}\right)} \left(\frac{Y_i}{p_i}\right)$$

Entonces, para un nivel dado de gasto en un producto y un precio dado para las variedades disponibles, el bienestar aumenta a medida que aumenta el número de variedades.

Nuevamente, el problema de maximización de la utilidad de los consumidores puede resolverse en dos etapas. En la primera etapa, para una asignación dada de gasto entre bienes (Y_1, Y_2, \dots, Y_i), se maximiza $u_i(\cdot)$ sujeto al gasto total en el producto i (Y_i)

$$(36) \quad \text{Max} u_i(D_{i1}, D_{i2}, \dots) = \left(\sum_{\omega} D_{i\omega}^{\beta_i}\right)^{\frac{1}{\beta_i}}, \quad \beta_i = \left(1 - \frac{1}{\sigma_i}\right)$$

s.a. $\sum_{\omega \in \Omega_i} p_{i\omega} D_{i\omega} \leq Y_i$

de donde se obtiene la demanda por la variedad ω del bien i para un nivel dado de gasto en dicho agregado

$$(37) \quad D_{i\omega} = \frac{p_{i\omega}^{-\sigma_i}}{\sum_{\omega' \in \Omega_i} p_{i\omega'}^{(1-\sigma_i)}} Y_i, \quad \omega \in \Omega_i$$

donde $p_{i\omega}$ es el precio de la variedad ω y Ω_i es el conjunto de variedades disponibles (con un precio finito).

Esta demanda depende del gasto Y_i y del precio relativo de cada unidad medido como la relación entre el precio $p_{i\omega}$ y un índice de precios de todas las variedades.

La segunda etapa del proceso de maximización de la utilidad determina los niveles de gasto óptimo entre sectores. Se supone que existen n_i variedades de cada bien i y se considera un equilibrio simétrico en el que cada variedad ω tiene un precio $p_{i\omega} = p_i$. El problema del consumidor es

$$(38) \quad \text{Max} U \left[n_1^{\left(\frac{1}{\beta_1}\right)} D_1, n_2^{\left(\frac{1}{\beta_2}\right)} D_2, \dots, n_i^{\left(\frac{1}{\beta_i}\right)} D_i \right] \quad \text{s.a.} \quad \sum_{i \in I} p_i n_i D_i \leq Y$$

donde D_i es el nivel de consumo del producto i e Y es el nivel de gasto agregado ($Y_i = p_i n_i D_i$).

Si la función de utilidad superior $U(\cdot)$ es homotética, las funciones de demanda que se derivan de este problema tienen la siguiente forma separable

$$(39) \quad D_i = \phi_i(p, n) Y \quad i \in I$$

donde $p = (p_1, p_2, \dots, p_I)$; y $n = (n_1, n_2, \dots, n_I)$.

Esto implica que la participación del gasto asignado al producto i depende sólo del número de variedades disponibles para los consumidores y de sus precios

$$(40) \quad \alpha_i(p, n) = p_i \phi_i(p, n) \quad i \in I \quad ^{60}$$

El problema de la firma

Se resuelve para un equilibrio de competencia monopolística, donde cada firma elige una variedad y los precios de modo de maximizar beneficios (tomando como dadas la elección del número de variedades y la estrategia de precios de otros productores en la industria). El problema de decisión de la firma representativa es

$$(41) \quad \text{Max}_{\{\omega, p(\omega)\}} \left\{ p(\omega) D(\cdot) - C[w, D(\cdot)] / \omega \in \bar{\Omega} \right\}$$

donde $D(\cdot)$ es la función de demanda (que se deriva de la agregación de preferencias); $\bar{\Omega}$ es el conjunto de variedades del cual la firma tiene que elegir; $C[\cdot]$ es la función de costos (que es la misma para cada variedad); y w es el vector de precios de los factores de producción.

En este caso, un productor compite de la misma forma con cada uno de los otros productores y deriva el mismo nivel de beneficios de la elección de cualquier variedad que no sea ofrecida por otros. Si este productor eligiera una variedad que ya está siendo ofrecida por otra firma, tendría que compartir el mercado por esta variedad, obteniendo entonces menores beneficios que los que lograría al producir una variedad distinta. Por lo tanto, ninguna variedad será producida por más de una firma.

Cualquiera sea la variedad elegida, la condición de fijación de precios que maximiza beneficios requiere que el ingreso marginal se iguale al costo marginal

$$(32) \quad p(\omega) \left[1 - \frac{1}{\sigma(\cdot)} \right] = C_X[w, D(\cdot)] \quad \text{para } \omega \text{ óptimo}$$

⁶⁰ Para derivar la función de demanda que enfrenta el productor de una variedad a partir de la agregación de las funciones de demanda individuales, se utiliza el supuesto de consumidor representativo.

donde $\sigma(\cdot)$ es la elasticidad de la demanda y C_x es el costo marginal. En este caso, $\sigma(\cdot)$ es una constante. La elección de la variedad se reduce a elegir cualquier variedad que no esté siendo ofrecida por otros.

El turismo y el gusto por la variedad

Gusto por la variedad implica que los individuos tienen preferencias que determinan que los bienes son consumidos bajo distintas variedades y todas las variedades son buenos sustitutos entre sí. A diferencia del enfoque de la variedad ideal en turismo, bajo el enfoque del gusto por la variedad los individuos eligen pasar sus vacaciones, por ejemplo, en diferentes tipos de hoteles, realizar distintos tipos de actividades turísticas, contratar diversos tipos de excursiones o visitar varias playas.

II.3.2.2.3. DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS SEGÚN CARACTERÍSTICAS DE LOS BIENES

De acuerdo al enfoque de Lancaster (1966; 1979), los bienes se definen según sus características. Los consumidores tienen preferencias por estas características y, en algunos casos, la clave del enfoque es la capacidad para poder agregar estas características.

El turismo y la diferenciación de productos según características de los bienes

El modelo de diferenciación de productos según características de los bienes, adaptado de Lancaster (1966) y presentado por Bull (1994) para el turismo tiene la siguiente estructura. El consumidor tiene como objetivo maximizar su utilidad restringida por el ingreso, el tiempo y la tecnología de consumo

$$(43) \quad \begin{aligned} \text{Max} U = U(z) \quad \text{s.a.} \quad & PX \leq Y \\ & tX \leq T \\ & z = g(X) \end{aligned}$$

donde P es el vector de precios; X es el vector de cantidades de elementos del producto turístico en general (alojamiento, transporte, etc.); Y es el ingreso monetario; t es el vector del tiempo necesario para cada elemento de X ; T es el tiempo disponible para el turismo; y z es el vector de las características de los productos turísticos.

La expresión $z = g(X)$ representa la tecnología de consumo; esto es, a partir de las características de los productos turísticos resumidas en z se obtienen destinos turísticos que combinan estas características en distinta proporción (Figura 5). Los destinos o productos turísticos en conjunto pueden generar cantidades de características. En realidad, puede ser necesario que un individuo tenga que combinar servicios o productos complementarios para generar un conjunto determinado de características. Por ejemplo, la vida nocturna y las actividades de deportes acuáticos se supone que son dos características que determinan la utilidad para el

turista. A su vez, estas dos características –en distinta medida- están presentes en tres destinos turísticos diferentes (un destino sesgado hacia las actividades nocturnas con pocas actividades deportivas; un destino intermedio; y un destino sesgado hacia las actividades deportivas con pocas actividades nocturnas).

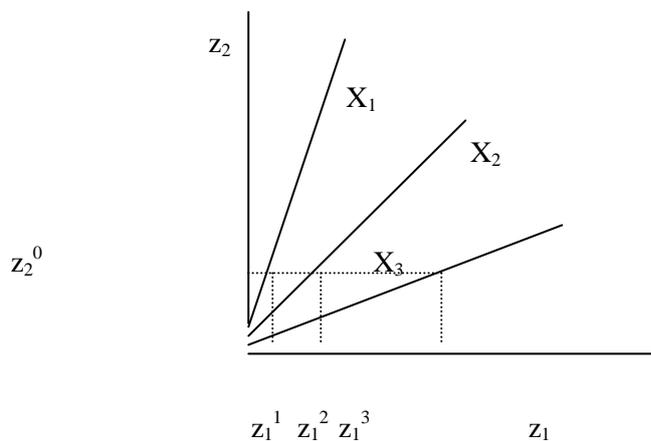


Figura 5

Diferenciación de productos según características de los bienes

donde z_1 y z_2 constituyen dos características que determinan tres destinos turísticos (X_1 , X_2 y X_3).

II.3.2.2.4. DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS SEGÚN LUGAR DE PRODUCCIÓN

Armington (1969) plantea una teoría de la demanda por productos diferenciados, que se distinguen no sólo por su clase sino también por el lugar de producción, y hace referencia a la

diferencia conceptual entre bienes y productos.⁶¹ En las teorías de demanda por bienes transables, se supone generalmente que un bien de una determinada clase ofrecido por los productores de un país j es un sustituto perfecto de un bien de la misma clase ofrecido por los productores de un país k . Bajo la teoría de diferenciación de productos, un bien de una determinada clase ofrecido por los productores de un país j es un bien diferente a un bien de la misma clase ofrecido por los productores de un país k ; así, un bien X_i producido por un país j es diferente del bien X_i producido por el país k (es decir, si hay dos países y un bien, hay dos productos diferenciados).

Las áreas geográficas sirven como base para distinguir productos por origen y son utilizadas como base para identificar diferentes fuentes de demanda. Si un país j es una de las m áreas oferentes de las n clases de bienes, habrá una función expresando la demanda del área j de cada uno de los $(m \cdot n)$ productos. Habrá n demandas del área por productos domésticos y $((m \cdot n) - n)$ demandas del área por productos importados. A su vez, para cada producto del área j , habrá una demanda doméstica y $(m - 1)$ demandas por exportaciones.⁶²

Cada bien es diferenciado entonces en uso (en demanda) de acuerdo a dónde es producido. Cualquier bien X_i se refiere a un grupo de productos, cada uno ofrecido por un país o área diferente; esto es $X_i = (X_{i1}, X_{i2}, \dots, X_{im})$ donde X_{ij} es un sustituto imperfecto de X_{ik} ($j \neq k$) desde el punto de vista de los consumidores en cualquier país o área C_i .

$$(44) \quad X = (X_{11}, X_{12}, \dots, X_{1m}, X_{21}, X_{22}, \dots, X_{2m}, \dots, X_{n1}, X_{n2}, \dots, X_{nm})$$

$$(45) \quad X = (X_1, X_2, \dots, X_n)$$

donde $X_i = (X_{i1}, X_{i2}, \dots, X_{im}) \quad i = 1, 2, \dots, n$

bienes	países o áreas oferentes			
	1	2	.	m
1	X_{11}	X_{12}	.	X_{1m}
2	X_{21}	X_{22}	.	X_{2m}
.			.	
.			.	
.			.	
n	X_{n1}	X_{n2}	.	X_{nm}

⁶¹ "“Goods” are distinguished only by kind (that is, by the kinds of wants or needs they serve), whereas “products” are distinguished both by kinds and by place of production” (Armington, 1969: 160).

⁶² Si hay $m = 2$ áreas oferentes y $n = 3$ clases de bienes, el total de productos es $(m \cdot n) = 6$. Un área j tendrá 3 demandas por productos domésticos y $((m \cdot n) - n) = 3$ demandas por productos importados. Para cada producto del área j , habrá una demanda doméstica y $(m - 1) = 1$ demanda por exportaciones.

El vector de países o áreas $C = (C_1, C_2, \dots, C_m)$ enumera las diferentes fuentes de demanda. La demanda de los compradores de cualquier país o área, C_i , por cualquier producto, X_{ij} , es llamada demanda por productos. Hay m demandas para cada producto y como hay $(m \cdot n)$ productos, hay $(m^2 \cdot n)$ demandas por productos de las cuales $(m \cdot n)$ son demandas domésticas y $((m \cdot n) \cdot (m - 1))$ son demandas de importaciones o exportaciones.^{63 64}

Con el objetivo de simplificar las funciones de demanda hasta el punto en que sean relevantes para los propósitos prácticos de estimación y predicción, se establecen supuestos restrictivos sobre la función de utilidad $U(\cdot)$ que llevan a una especificación de la demanda que preserva la relación entre demanda, ingreso y precios. Las funciones de demanda se derivan de maximizar la utilidad sujeta a una restricción presupuestaria

$$(46) \quad \begin{aligned} \text{Max} U &= U(X) \quad \text{s.a.} \quad PX' = Y \\ P &= (P_1, P_2, \dots, P_n); \quad P_i = (P_{i1}, P_{i2}, \dots, P_{im}) \quad i = 1, 2, \dots, n \\ X &= (X_1, X_2, \dots, X_n); \quad X_i = (X_{i1}, X_{i2}, \dots, X_{im}) \quad i = 1, 2, \dots, n \end{aligned}$$

donde Y es el ingreso monetario, P es el vector de precios y X es el vector de cantidades.

Las $(m \cdot n)$ funciones de demanda del país j tienen la siguiente forma general

$$(47) \quad X_{ij} = X_{ij}(Y, P_{11}, P_{12}, \dots, P_{1m}, P_{21}, P_{22}, \dots, P_{2m}, \dots, P_{n1}, P_{n2}, \dots, P_{nm}) \quad \forall i \forall j$$

En esta especificación de la demanda no aparece claramente reflejada la asociación entre productos de una misma clase. Se trata entonces de especificar $U(\cdot)$ de modo de utilizar toda la información contenida en la clasificación de productos; esto es, que la función $U(\cdot)$ pueda expresarse como

$$(48) \quad U = U(X) = U(X_{11}, X_{12}, \dots, X_{1m}, X_{21}, X_{22}, \dots, X_{2m}, \dots, X_{n1}, X_{n2}, \dots, X_{nm}) = U'(X_1, X_2, \dots, X_n)$$

$$(49) \quad X_i = \phi_i(X_{i1}, X_{i2}, \dots, X_{im}) \quad i = 1, 2, \dots, n$$

Los supuestos que se establecen son los siguientes:

⁶³ Notar que las demandas domésticas por productos $(m \cdot n)$ más las demandas de importaciones o exportaciones $((m \cdot n) \cdot (m - 1))$ se igualan a $((m \cdot n) \cdot (m - 1 + 1)) = (m^2 \cdot n)$ que es el total de demanda por productos.

⁶⁴ Si hay $m = 2$ áreas oferentes y $n = 3$ clases de bienes, el total de productos es $(m \cdot n) = 6$. Hay $m = 2$ demandas por cada producto y como hay $(m \cdot n) = 6$ productos, hay $(m^2 \cdot n) = (2^2 \cdot 3) = 12$ demandas por productos de las cuales $(m \cdot n) = 6$ son demandas domésticas y $((m \cdot n) \cdot (m - 1)) = ((6) \cdot (1)) = 6$ son demandas de importaciones o exportaciones.

i) independencia: las preferencias de los consumidores por distintos productos de una determinada clase son independientes de sus compras de productos de cualquier otra clase; esto es, existe una demanda por grupos de productos competidores dentro de un mercado. Por lo tanto, la demanda por un producto particular puede ser expresada como una función del tamaño del correspondiente mercado y del precio relativo de los productos competidores

$$(50) \quad X_{ij} = f\left(X_i, \frac{P_{ij}}{P_{i1}}, \dots, \frac{P_{ij}}{P_{im}}\right)$$

$$X_{ij} = f(\text{tamaño del mercado, precio relativo de los productos competidores})$$

ii) la participación de cada país en el mercado no está afectada por los cambios en el tamaño del mercado si no cambian los precios relativos. Con este supuesto, el tamaño del mercado es función del ingreso monetario y del precio de cada bien. Esto es, la demanda de cada producto –teniendo en cuenta lo mencionado en el punto anterior- es una función del ingreso monetario y del precio de cada bien (que, a su vez, determinan el tamaño del mercado) y del precio relativo de este producto en relación a los precios de otros productos en el mismo mercado

$$(51) \quad X_{ij} = f\left(X_i, \frac{P_{ij}}{P_{i1}}, \dots, \frac{P_{ij}}{P_{im}}\right) \text{ producto}$$

$$(52) \quad X_i = g(Y, P_1, P_2, \dots, P_n) \text{ bien}$$

Sustituyendo (52) en (51), se obtiene una reformulación de (47)

$$(47') \quad X_{ij} = X_{ij}\left(Y, P_1, P_2, \dots, P_n, \frac{P_{ij}}{P_{i1}}, \dots, \frac{P_{ij}}{P_{im}}\right) \quad \forall i \forall j$$

en donde el rol de los precios viene determinado sólo por (m+n) variables (en vez de (m*n) variables como en (47)). Los precios de los productos fuera del mercado i afectan a X_{ij} sólo porque determinan los niveles de precios de otros mercados $(P_1, P_2, \dots, P_{i-1}, P_{i+1}, \dots, P_n)$.⁶⁵

⁶⁵ Un ejemplo puede ser de utilidad para comprender mejor esta caracterización de la demanda y los supuestos que están detrás

$$X_{ij} = f\left(X_i, \frac{P_{ij}}{P_{i1}}, \dots, \frac{P_{ij}}{P_{im}}\right) \text{ demanda por producto}$$

Una forma de simplificar aun más las formas de las funciones de demanda es considerar los siguientes supuestos adicionales:⁶⁶

iii) la elasticidad de sustitución entre productos compitiendo en cualquier mercado es constante; es decir, que no depende de la participación en los mercados; y

iv) la elasticidad de sustitución entre dos productos cualquiera compitiendo en un mercado es igual que la elasticidad de sustitución entre cualquier otro par de productos compitiendo en el mismo mercado.

En términos de la función de utilidad, estos supuestos son equivalentes a especificar ϕ_i como una función de elasticidad de sustitución constante, es decir

$$(53) \quad U = U(X_1, X_2, \dots, X_n)$$

$$(54) \quad X_i = \phi_i(X_{i1}, X_{i2}, \dots, X_{im}) \quad i = 1, 2, \dots, n$$

$$(55) \quad X_i = \left[b_{i1} X_{i1}^{-\beta_i} + b_{i2} X_{i2}^{-\beta_i} \dots + b_{im} X_{im}^{-\beta_i} \right]^{\frac{1}{\beta_i}}$$

Dada X_i , las funciones (51) tienen la forma

$$(56) \quad X_{ij} = \left[b_{ij}^{\sigma_i} X_i \left(\frac{P_{ij}}{P_i} \right)^{-\sigma_i} \right]$$

donde X_{ij} es la demanda de turismo de playa (clase) en el país j (producto); X_i es la demanda de turismo de playa (clase); $\left(\frac{P_{ij}}{P_{i1}} \right)$ es el precio relativo del turismo de playa (clase) en el país j (producto) con respecto al precio del turismo

de playa (clase) en el país 1 (producto);...; $\left(\frac{P_{ij}}{P_{im}} \right)$ es el precio relativo del turismo de playa (clase) en el país j (producto) con respecto al precio del turismo de playa (clase) en el país m (producto). Luego,

$$X_i = g(Y, P_1, P_2, \dots, P_n) \quad \text{demanda por bien}$$

donde X_i es la demanda de turismo de playa (clase); Y es el ingreso; P_1 es el precio del turismo de playa (clase);... ; P_n es el precio del turismo de montaña (clase).

⁶⁶ Si, por ejemplo, el número de países o áreas oferentes fuera muy grande, las ecuaciones (51) serían muy complicadas para propósitos prácticos; de ahí el interés en simplificarlas.

donde σ_i es la elasticidad de sustitución en el mercado i y b_{ij} es una constante.⁶⁷

El turismo y la diferenciación de productos según lugar de producción

La diferenciación de productos según lugar de producción es una de las caracterizaciones más representativas de la demanda de turismo. Los bienes no sólo se distinguen según su clase sino que también los diferencia el lugar de producción, de modo tal que no existen sustitutos perfectos. Esta es una característica distintiva del turismo. Un bien o servicio X_i que se produce en un país j es distinto del mismo bien o servicio X_i que se produce en un país k (un hotel de una determinada empresa multinacional localizado en Argentina es distinto de un hotel de la misma multinacional localizado en España). Un recurso o atractivo turístico X_i localizado en un país j es distinto del mismo recurso o atractivo turístico X_i localizado en un país k (una playa de Brasil es un producto distinto a una playa de Cuba; Disneylandia en Orlando es un producto distinto a Disneylandia en Los Angeles y estos dos, a su vez, son productos distintos a EuroDisney en París).

II.4. BIENES TRANSABLES, BIENES NO TRANSABLES Y COMERCIO DE SERVICIOS EN TURISMO

En esta sección se define lo que en la teoría pura del comercio son bienes transables, bienes no transables, servicios y sus modalidades de comercio. Además, se presenta una descripción de los principales modelos que explican los flujos de comercio de bienes y de servicios entre países y su aplicación a la explicación de los flujos de turismo entre países.

II.4.1. TURISMO, BIENES TRANSABLES Y COMERCIO INTERNACIONAL

II.4.1.1. DEFINICIÓN

Los bienes transables son el objeto de estudio de la teoría pura del comercio internacional. Un bien transable puede definirse como aquel que es trasladado de una región a otra, de un país a otro y por el cual, en el caso de comercio entre países, se realizan pagos internacionales de divisas.

⁶⁷ Esta especificación de la función ϕ_i como de elasticidad de sustitución constante (CES) es la utilizada por Dixit y Stiglitz (1977) para las funciones de subutilidad cuando las preferencias representan gusto por la variedad.

II.4.1.2. EL TURISMO COMO BIEN TRANSABLE

El turismo como bien o servicio final transable que requiere movilidad física de los demandantes

El turismo se caracteriza por ser considerado una exportación no tradicional, una exportación invisible que – a diferencia de las de los bienes industriales- se consume en el propio país receptor de la demanda turística. Son los demandantes extranjeros los que se desplazan para consumir bienes y servicios disponibles en el país de destino (Gibson, 1993; Sessa, 1983; Pedreño Muñoz y Monfort Mir, 1996). El turismo entonces puede estar sujeto a demanda doméstica y a demanda internacional, pudiendo ser considerado un bien transable como cualquier otro, teniendo en cuenta la particularidad de que se requiere el desplazamiento de los demandantes para su consumo y para el que no es posible el desplazamiento del bien en sí mismo (Copeland, 1991). Sin embargo, es importante notar que esta particularidad es también la que convierte al turismo en un servicio transable.^{68 69}

TURISMO = BIEN FINAL TRANSABLE que requiere movilidad física de los demandantes = f (factores de producción locales no transables)

TURISMO = SERVICIO FINAL TRANSABLE que requiere movilidad física de los demandantes = f (factores de producción locales no transables)

El turismo como servicio final transable que no requiere movilidad física de los demandantes ni de los oferentes

El comercio de turismo también puede caracterizarse bajo una de las modalidades modernas del comercio de servicios, para la que la proximidad física no es esencial: los demandantes de un país obtienen servicios producidos por oferentes localizados en otro país, permaneciendo ambos inmóviles. Se los denomina servicios separados y/o despersonalizados (Baghwati, 1984).⁷⁰ El comercio se manifiesta al permitir a los residentes domésticos comprar los servicios en otro país sin necesidad de movilidad física de los demandantes ni de los oferentes. Como ejemplos pueden citarse, entre otros, a los servicios profesionales y financieros que circulan a través de redes de comunicación, y a la contratación de servicios turísticos a empresas extranjeras con permiso para operar en el país. Es así como los servicios profesionales, financieros y/o los servicios turísticos, en su carácter de bienes finales, son el objeto de la transacción internacional de servicios. En este tipo de transacción se les otorga a las compañías extranjeras el derecho a hacer negocios

⁶⁸ Existe una amplia y controvertida discusión en la literatura acerca de la distinción entre bienes y servicios que, por supuesto, se traslada a la caracterización del turismo. Para más detalles, ver sección II.4.3.2.

⁶⁹ El turismo como un servicio transable corresponde a la modalidad de servicios tipo 2. Para la clasificación de las transacciones internacionales de servicios y las modalidades del comercio de servicios, ver sección II.4.3.3.

⁷⁰ En este caso, se trata de servicios correspondientes a la modalidad tipo 1.1. Para la clasificación de las transacciones internacionales de servicios y las modalidades del comercio de servicios, ver sección II.4.3.3.

(*right to do business*),⁷¹ permitiendo a los residentes domésticos comprar los servicios donde les resulte más conveniente. Bajo esta especificación, el comercio de servicios finales se asemeja al comercio de bienes finales: no se requiere movilidad física de demandantes ni de oferentes, al igual que para el comercio de bienes.

TURISMO = SERVICIO FINAL TRANSABLE que no requiere movilidad física de los demandantes ni de los oferentes = f (factores de producción locales no transables)

II.4.1.3. APLICACIÓN DE LAS TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL A LOS FLUJOS DE TURISMO

Dadas las definiciones anteriores del turismo como bien o servicio transable, esta sección describe las principales teorías del comercio internacional que explican el flujo de comercio de bienes entre países. Luego, se presenta una aplicación de estas teorías a la explicación de los flujos de turismo entre países.

La economía internacional estudia cómo las economías interactúan en el proceso de asignación de recursos para satisfacer las necesidades humanas. En particular, dentro de la economía internacional, la teoría pura del comercio estudia los efectos del comercio sobre la asignación de recursos y la distribución del ingreso tanto entre como dentro de cada uno de los países participantes. Un punto principal es el análisis del intercambio de bienes y servicios entre residentes de distintos países, es decir, el carácter transable de los bienes y servicios. El objeto de estudio de su interés puede resumirse entonces en las siguientes preguntas:

- i) ¿qué determina el patrón de comercio? Esto es, quién comercia qué, con quién y a qué precios;
- ii) ¿cuáles son las fuentes de las ganancias generadas por el comercio y cómo se distribuyen entre los participantes del comercio?; y
- iii) ¿cuáles son las implicancias del comercio para la estructura de producción y remuneraciones de los factores para cada uno de los países participantes del comercio?

Las respuestas a estas preguntas requieren el desarrollo de modelos de equilibrio general que involucren, por lo menos, dos países, dos bienes (un importable y un exportable) y dos factores (de modo tal de generar una distribución factorial del ingreso que pueda ser afectada por el comercio). Estos modelos permiten entonces establecer las causas por las cuales los países comercian, es decir, qué es lo que determina el patrón de comercio. En general, existen dos motivos por los cuales los países comercian. Por un lado, porque los países son distintos entre sí (ya sea en tecnología o en dotación de factores) y el comercio que surge entonces por estas diferencias se explica a través de los modelos de ventaja comparativa (teoría tradicional del comercio). Por otro lado, los países comercian para conseguir economías de escala en la producción, lo que logran al especializarse en la producción de un número relativamente pequeño de bienes (nueva teoría del comercio

⁷¹ Un caso distinto lo constituye la inversión extranjera directa. Se trata de un movimiento permanente que consiste en que los oferentes de un servicio localizados en un país establecen una filial o subsidiaria en otro país con el fin de producir sus servicios. El desplazamiento en la provisión de servicios se manifiesta en forma de capital físico mediante la presencia comercial y con intervención permanente en los mercados extranjeros. En este caso, se les da a las compañías extranjeras el derecho a establecerse a través de filiales (*right to establish*). Para la clasificación de las transacciones internacionales de servicios y las modalidades del comercio de servicios, ver sección II.4.3.3.

internacional). Existen, además, otros aspectos de la realidad que captura la teoría del comercio internacional en relación a los flujos de comercio entre países que también pueden convertirse en instrumentos para explicar el turismo entre países, el surgimiento y desarrollo de destinos turísticos.

II.4.1.3.1. MODELOS DE COMERCIO DETERMINADOS POR LA VENTAJA COMPARATIVA

En general, los modelos teóricos de comercio internacional determinados por la ventaja comparativa tienen algunos aspectos particulares en común. El conjunto de supuestos usuales de estos modelos es el siguiente (Falvey, 1994):

- i) dimensionalidad: se supone que hay dos países, I bienes y N factores de producción, donde cada uno de los países está dotado de una cantidad fija de cada uno de los factores;
- ii) movilidad: los factores pueden moverse sin costos entre industrias dentro de un país (perfectamente móviles entre sectores), pero son completamente inmóviles a nivel internacional. No hay costos de transporte ni ningún otro obstáculo al comercio internacional de bienes. No hay bienes no transables y se trata de todos bienes finales;
- iii) competencia: todos los individuos son tomadores de precios en los mercados de bienes y de factores; los productores maximizan beneficios y hay pleno empleo de los factores de producción;
- iv) tecnología: las funciones de producción para todos los bienes presentan rendimientos constantes a escala y productividad marginal decreciente de los factores; cada país tiene la misma tecnología para cada bien; no hay reversión en la intensidad de uso de los factores;
- v) gustos: los consumidores tienen funciones de utilidad idénticas y homotéticas.

¿Qué establece la ley de la ventaja comparativa? La ley de la ventaja comparativa es una de las proposiciones más básicas del comercio internacional. Establece que si dos países comercian entre sí, cada uno tendrá incentivos para expandir la producción de aquellos bienes con menor costo relativo en autarquía y, por lo tanto, un menor precio relativo en autarquía. De esta manera, cada país exporta los bienes que puede producir a un menor costo relativo, es decir, más eficientemente. El modelo ricardiano, el modelo de Heckscher-Ohlin y el modelo de factores específicos son modelos de comercio determinados por la ventaja comparativa.

II.4.1.3.1.1. MODELO RICARDIANO ⁷²

El modelo ricardiano provee uno de los resultados más fundamentales de la teoría del comercio internacional. El patrón de comercio está determinado por la eficiencia relativa en la producción (ventaja comparativa) y no por la eficiencia absoluta (ventaja absoluta). En este modelo se adoptan los supuestos anteriormente mencionados, con excepción del referido a la tecnología. En particular, se suponen dos países (nuestro país -NP- y el resto del mundo -RM), dos bienes (X e Y) que se producen bajo rendimientos

⁷² Para estudiar los conceptos de Smith y Ricardo sobre el comercio internacional, ver Smith (1937) y Ricardo (1963). Una versión sencilla del modelo ricardiano puede consultarse en Krugman y Obstfeld (1994, capítulo 2); Chacholiades (1988, capítulo 2); y Salvatore (1995, capítulo 2). También Jones y Neary (1984); Dixit y Norman (1980); y Woodland (1982) en una versión un poco más avanzada. Dornbusch, Fischer y Samuelson (1977) analizan el modelo ricardiano para un continuo de bienes.

constantes a escala y un solo factor de producción (trabajo -L). La tecnología está representada por la productividad de los trabajadores y viene dada por los requerimientos unitarios de trabajo para la producción de cada uno de los bienes (coeficientes fijos, a_{Li}^j donde $i = X, Y$ (bienes) y $j = NP, RM$ (países)). Se supone que, por ejemplo, las diferencias tecnológicas entre países son tales que los requerimientos relativos del trabajo entre X e Y son menores para NP que para el RM (esto es, que la productividad relativa del trabajo entre X e Y es mayor para NP que para el RM) y esto implica

$$\left(\frac{P_X}{P_Y}\right)^{NP \text{ autarquía}} = \frac{a_{LX}^{NP}}{a_{LY}^{NP}} \left(\frac{P_X}{P_Y}\right)^{RM \text{ autarquía}} = \frac{a_{LX}^{RM}}{a_{LY}^{RM}} \quad 73$$

Las restricciones de recursos de las economías son

$$a_{LX}^{NP} X^{NP} + a_{LY}^{NP} Y^{NP} \leq L^{NP}$$

$$a_{LX}^{RM} X^{RM} + a_{LY}^{RM} Y^{RM} \leq L^{RM}$$

donde X^j e Y^j son los niveles de producción de cada uno de los bienes de cada uno de los países ($j = NP, RM$) y L^j es la dotación factorial de cada país ($j = NP, RM$).

Dadas las restricciones de recursos y el supuesto de rendimientos constantes a escala, la frontera de posibilidades de producción para cada uno de los países es una línea recta cuya pendiente depende sólo de las productividades relativas del trabajo de los bienes.

El resultado es que para cualquier precio relativo mundial que surja del equilibrio del comercio internacional (demanda relativa mundial igual a oferta relativa mundial) y se encuentre entre los precios relativos de equilibrio de autarquía de los países, cada país se va a especializar en la producción del bien en el que es

⁷³ Notar que si ambos bienes, tanto en NP como en el RM, se producen en autarquía, las condiciones de cero beneficio implican

$$w a_{Li} = P_i \quad i = X, Y$$

donde w es la remuneración del factor trabajo y P_i es el precio del bien i , siendo los precios relativos de autarquía

$$\left(\frac{P_X}{P_Y}\right)^{NP} = \frac{a_{LX}^{NP}}{a_{LY}^{NP}}$$

$$\left(\frac{P_X}{P_Y}\right)^{RM} = \frac{a_{LX}^{RM}}{a_{LY}^{RM}}$$

relativamente más eficiente y cuyo precio relativo de equilibrio de autarquía sea menor. Este es el bien en el que tiene ventaja comparativa y, por lo tanto, es el bien que dicho país exporta (Figura 6).

$$\left(\frac{P_X}{P_Y}\right)^{NP \text{ autarquía}} = \frac{a_{LX}^{NP}}{a_{LY}^{NP}} < \left(\frac{P_X}{P_Y}\right)^{LC} < \left(\frac{P_X}{P_Y}\right)^{RM \text{ autarquía}} = \frac{a_{LX}^{RM}}{a_{LY}^{RM}}$$

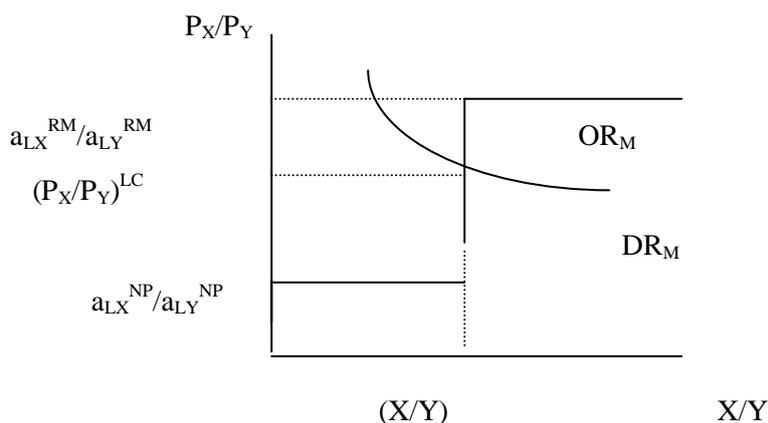


Figura 6

Modelo ricardiano. Equilibrio del comercio internacional

El modelo ricardiano aplicado al turismo

Dentro de los modelos de ventaja comparativa, Ricardo casi nunca se ha aplicado en forma teórica a los servicios del turismo (Bull, 1994). Sinclair y Stabler (1995) consideran que la teoría ricardiana es útil como explicación de las ganancias derivadas del turismo internacional si los países son relativamente eficientes en la producción de turismo. Bajo este modelo, es entonces la eficiencia en la producción de los trabajadores lo que determina la ventaja comparativa. Es así como el comercio de turismo puede surgir entre países relativamente eficientes en la producción de distintas formas de provisión del turismo. Por ejemplo, la Patagonia Argentina puede ser considerada relativamente eficiente en la producción de ecoturismo (como por ejemplo, el avistaje de ballenas); La Rioja y San Juan en turismo aventura (Talampaya y Valle de la Luna) y la Ciudad de Buenos Aires en turismo cultural (museos, eventos artísticos y culturales, etc.).

II.4.1.3.1.2. MODELO DE HECKSCHER-OHLIN ⁷⁴

El modelo ricardiano establece claramente los determinantes del patrón de comercio y de las ganancias del comercio, pero presenta limitaciones en relación, por ejemplo, a aspectos relacionados con la distribución del ingreso. Un modelo con un solo factor de producción no puede obtener conclusiones relevantes acerca de la distribución factorial del ingreso. Tampoco el modelo ricardiano demuestra cómo surgen las diferencias de tecnología entre los países. Estas limitaciones llevaron a los teóricos del comercio a adoptar modelos que consideraran nuevamente el supuesto de idénticas tecnologías y que permitieran la existencia de más de un factor de producción. En estos modelos, el patrón de comercio está determinado por las diferencias en las dotaciones de factores entre países (abundancia factorial relativa) y la forma en la que las tecnologías de producción permiten a los factores ser combinados para la producción de distintos bienes (intensidad factorial relativa).

El modelo básico dentro de los modelos de dotaciones factoriales es el de Heckscher-Ohlin que supone dos países (nuestro país -NP- y el resto del mundo -RM), dos bienes (X e Y) que se producen bajo rendimientos constantes a escala con dos factores de producción (trabajo -L- y capital -K), perfectamente móviles entre sectores y cuyas funciones de producción son

$$X = X(L,K)$$

$$Y = Y(L,K)$$

Los países difieren en sus dotaciones factoriales relativas. Por ejemplo, NP es relativamente abundante en capital con respecto al RM

$$\left(\frac{K^{NP}}{L^{NP}} \right) > \left(\frac{K^{RM}}{L^{RM}} \right)$$

Los bienes, a su vez, difieren en la intensidad relativa de uso de los factores. Por ejemplo, el bien X -tanto en NP como en el RM- es el bien relativamente intensivo en capital con respecto al bien Y ⁷⁵

⁷⁴ Una versión sencilla del modelo de Heckscher-Ohlin puede consultarse en Krugman y Obstfeld (1994, capítulo 4); Chacholiades (1988, capítulo 5); y Salvatore (1995, capítulo 5). También, en versión un poco más avanzada, en Jones y Neary (1984); Dixit y Norman (1980) y Woodland (1982). Otros estudios en el tema son Jones (1956; 1965), Johnson (1957) y Lancaster (1957). Para el estudio de las fuentes originales de la teoría de Heckscher-Ohlin, ver Heckscher (1919) y Ohlin (1933). Para el estudio de la prueba original del teorema de igualación del precio de los factores, ver Samuelson (1948, 1949). Para los efectos del comercio sobre la distribución del ingreso, ver Stolper y Samuelson (1941) y para el estudio de temas relacionados con crecimiento, comercio y bienestar, ver Rybczynski (1955). Generalizaciones del teorema de Heckscher-Ohlin en base a la noción de contenido factorial del comercio pueden consultarse en Ethier (1984) y Helpman (1984a).

⁷⁵ Tanto el concepto de abundancia factorial como el de intensidad factorial son conceptos relativos. Entonces, si NP es relativamente abundante en capital con respecto al RM, el RM es relativamente abundante en trabajo con respecto a NP. Además, si el bien X es relativamente intensivo en capital con respecto al bien Y, entonces el bien Y es relativamente intensivo en trabajo con respecto al bien X.

$$\left(\frac{a_{KX}}{a_{LX}} \right) > \left(\frac{a_{KY}}{a_{LY}} \right)$$

donde a_{li} son los requerimientos unitarios del factor l ($l = L, K$) en la producción del bien i ($i = X, Y$).

Las restricciones de recursos que caracterizan este modelo, tanto para NP como para el RM, son

$$a_{LX}X^j + a_{LY}Y^j \leq L^j \quad j = NP, RM$$

$$a_{KX}X^j + a_{KY}Y^j \leq K^j \quad j = NP, RM$$

donde X^j e Y^j son los niveles de producción de cada uno de los bienes en cada uno de los países j ($j = NP, RM$).

A su vez, las condiciones de fijación de precios, para ambos bienes en ambos países, son

$$a_{LX}w + a_{KX}r \geq P_X$$

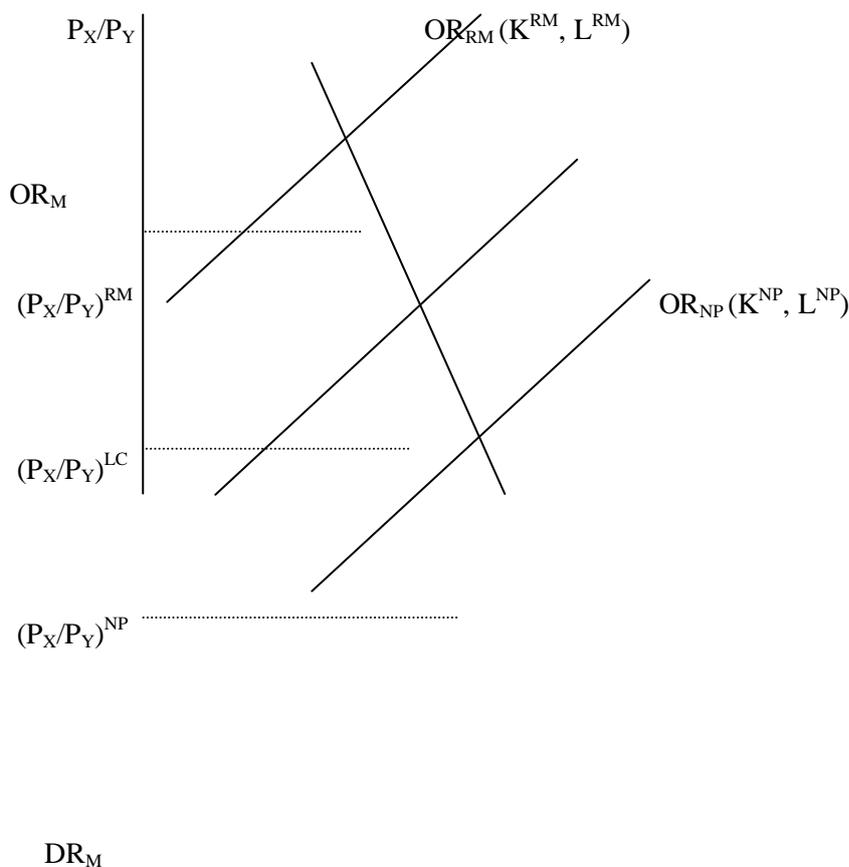
$$a_{LY}w + a_{KY}r \geq P_Y$$

El teorema de Heckscher-Ohlin, en base a la definición física de abundancia factorial, establece que cada país tiene ventaja comparativa y, por lo tanto, exporta aquellos bienes que utilizan en forma relativamente intensiva el factor en el que dicho país es relativamente abundante. En esta versión del teorema, la abundancia factorial relativa se define en términos de las cantidades relativas de dotaciones de factores de los dos países. ¿Cuál es la intuición detrás de este modelo? La idea es que idénticas tecnologías e idénticos precios de los factores⁷⁶ implican idénticas proporciones de los factores utilizadas en cada industria entre países. Para lograr entonces el pleno empleo de los factores de producción es necesario que el país abundante en capital (trabajo) tenga que emplear relativamente más de sus recursos en la industria capital (trabajo) intensiva. Bajo el supuesto de preferencias homotéticas que implica que los países consumen los bienes en la

⁷⁶ El hecho de idénticos precios de los factores se obtiene como resultado del teorema de igualación del precio de los factores. Este teorema establece que, bajo los supuestos básicos del modelo de Heckscher-Ohlin, cuando el libre comercio lleva a la completa igualación del precio de los bienes y la especialización incompleta en la producción en ambos países, entonces tanto los precios absolutos como los precios relativos de los factores se igualan completamente entre países.

misma proporción, el país relativamente abundante en capital (trabajo) exportará el bien relativamente intensivo en capital (trabajo).⁷⁷

El teorema de Heckscher-Ohlin puede derivarse también como un resultado de estática comparativa utilizando el teorema de Rybczynski. El teorema de Rybczynski establece que, para precios dados de los bienes, un aumento en la dotación de uno de los factores de producción genera un aumento más que proporcional en las cantidades producidas del bien que utiliza intensivamente ese factor, al mismo tiempo que genera una reducción en la cantidad producida del otro bien. Entonces, si NP presenta una dotación relativa de capital mayor que la del RM, la curva de oferta relativa de X (bien relativamente intensivo en capital) de NP estará más hacia la derecha que la del RM. A su vez, la oferta relativa mundial se encuentra entre las curvas de oferta relativas de ambos países. Bajo el supuesto de preferencias idénticas y homotéticas, las demandas relativas de los bienes de los dos países tienen la misma forma y ubicación, al igual que la demanda relativa mundial. Por lo tanto, el precio relativo de X de equilibrio de autarquía de NP será menor que el del RM (Figura 7). Aplicando la ley de la ventaja comparativa, se puede argumentar que NP –dado el menor precio relativo de X de equilibrio de autarquía- tendrá ventaja comparativa en la producción de X y exportará este bien, que es el bien que utiliza en forma relativamente intensiva el factor en el que NP es relativamente abundante (capital). Por supuesto, el RM –dado el menor precio relativo de Y de equilibrio de autarquía- tendrá ventaja comparativa en la producción de Y y exportará este bien, que es el bien que utiliza en forma relativamente intensiva el factor en el que el RM es relativamente abundante (trabajo).



⁷⁷ En este caso, NP es el país relativamente abundante en capital y exporta el bien X, relativamente intensivo en capital. El RM es el país relativamente abundante en trabajo y exporta el bien Y, relativamente intensivo en trabajo.

X/Y

Figura 7

Modelo de Heckscher-Ohlin. Equilibrio del comercio internacional

Con respecto a las ganancias del comercio, éstas surgen debido a que el comercio genera mayores posibilidades de consumo para cada uno de los países. Sin embargo, estas ganancias pueden generar problemas internos de distribución del ingreso. En el modelo de Heckscher-Ohlin, los propietarios de los factores relativamente abundantes en el país resultan beneficiados por el comercio mientras que los propietarios de los factores relativamente escasos resultan perjudicados.⁷⁸

Por otra parte, el teorema de Heckscher-Ohlin también puede enunciarse en base a la definición económica de abundancia factorial. En este caso, el país relativamente abundante en capital (trabajo) será aquel que tenga un precio relativo del capital (trabajo) en autarquía menor. Este país tendrá ventaja comparativa -un precio relativo de autarquía de este bien menor- en la producción del bien relativamente intensivo en capital (trabajo) y exportará este bien.⁷⁹

El modelo de Heckscher-Ohlin aplicado al turismo

La aplicación del modelo de Heckscher-Ohlin a las explicaciones de los flujos de turismo entre países es bastante generalizada.⁸⁰ Las diferencias en las dotaciones de factores relativas entre países, junto con la intensidad factorial relativa de uso de los factores entre bienes, son las que determinan el patrón de comercio en turismo. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que existe una amplia discusión en la literatura con respecto a la intensidad factorial del sector. El turismo –dado que no es un fenómeno homogéneo y teniendo en cuenta las particularidades en relación a su definición- puede ser, por ejemplo, relativamente intensivo en trabajo en países relativamente abundantes en trabajo, o relativamente intensivo en capital en países relativamente abundantes en capital. Esto es, la intensidad factorial de la producción en turismo puede variar entre países e incluso a través del tiempo, dependiendo de las diferentes etapas en el ciclo del turismo del destino considerado. Es así como la estimación de la intensidad factorial en diferentes países y diferentes períodos de tiempo puede ser de mucha utilidad para la política económica. Por ejemplo, puede ser un indicador del potencial del turismo para reducir el desempleo en los países receptores, ya sea porque se lo caracteriza como trabajo intensivo o porque puede considerarse la estrategia de convertirlo de un sector capital intensivo a uno más trabajo intensivo.⁸¹

⁷⁸ Un resultado del modelo de Heckscher-Ohlin relacionado con los problemas de distribución del ingreso es el teorema de Stolper-Samuelson que establece que un aumento (disminución) en el precio relativo de un bien aumenta (disminuye) la remuneración real del factor utilizado en forma relativamente intensiva en su producción.

⁷⁹ Bajo la definición económica de abundancia factorial no es necesario el supuesto de gustos idénticos y homotéticos entre países para derivar el teorema de Heckscher-Ohlin.

⁸⁰ El modelo de Heckscher-Ohlin se ha aplicado más frecuentemente a los sectores agrícola y manufacturero que al sector turístico. Al mismo tiempo, la atención se ha centrado principalmente en las dotaciones de trabajo y capital. En particular para el turismo, los factores como la tierra y los recursos naturales (montañas, playas, etc.) suelen ser, en algunos casos, los factores de mayor importancia.

⁸¹ Existen varios estudios referidos a la relación entre el número de unidades de capital requerido para producir una unidad de producto o ingreso en el sector turístico. Estos estudios fueron realizados para países como Kenya, Mauricio y Turquía (Mitchell, 1970; Wanhill, 1982; Diamond, 1974, 1977; en Sinclair y Stabler, 1995). Un caso interesante es el de

II.4.1.3.1.3. MODELO DE FACTORES ESPECÍFICOS ⁸²

El modelo de factores específicos tiene la misma estructura que el modelo de Heckscher-Ohlin. La diferencia fundamental radica en que uno de los factores es un factor específico y, por lo tanto, no puede moverse libremente entre sectores. Este modelo puede ser interpretado como una versión de corto o mediano plazo del modelo de Heckscher-Ohlin. Se suponen dos países (nuestro país –NP- y el resto del mundo -RM), dos bienes (X e Y) y tres factores de producción (el capital específico del sector X (K_X), el capital específico del sector Y (K_Y) y el trabajo (L), éste último perfectamente móvil entre sectores) siendo las funciones de producción de los bienes

$$X = X(K_X, L)$$

$$Y = Y(K_Y, L)$$

El resultado de este modelo es que cada país tiene ventaja comparativa (menor precio relativo de equilibrio de autarquía) y, por lo tanto exporta, aquel bien que utiliza como factor específico el factor en el que dicho país es relativamente abundante. Si NP tiene más unidades de K_X por unidad de L que el RM, y el RM tiene más unidades de K_Y por unidad de L que NP, entonces la curva de oferta relativa de X de NP estará más hacia la derecha que la del RM. La curva de oferta relativa mundial de X se encuentra entre las curvas de oferta relativa de X de los dos países y, dado el supuesto de preferencias homotéticas entre países, se obtiene la curva de demanda relativa mundial de X. NP tiene entonces ventaja comparativa en la producción de X – menor precio relativo de equilibrio de autarquía- y exporta X. El RM tiene ventaja comparativa en la producción de Y –menor precio relativo de equilibrio de autarquía- y exporta Y (Figura 8).

P_X/P_Y	$OR_{RM}(K_Y, L)$		
Turquía, un país que se supone trabajo abundante y, sin embargo, de acuerdo a Diamond (1974, en Sinclair y Stabler, 1995) presenta un sector turístico que utiliza cantidades relativamente importantes de capital así como de trabajo calificado.			
Relación unidades de capital por unidad de producción o ingreso			
	Turismo	Agricultura	Manufacturas
Kenya	2,4-3,0	2,7	4,0
Mauricio	2,5	3,3	3,9
Turquía	4,0	2,3	2,1

⁸² Versiones sencillas del modelo de factores específicos pueden encontrarse en Krugman y Obstfeld (1994, capítulo 3); y Salvatore (1995, apéndice del capítulo 5). Jones (1971) también estudia este modelo mientras que Mussa (1974) y Neary (1978) analizan la transición entre el modelo de corto-mediano plazo (factores específicos) y el de largo plazo (Heckscher-Ohlin).

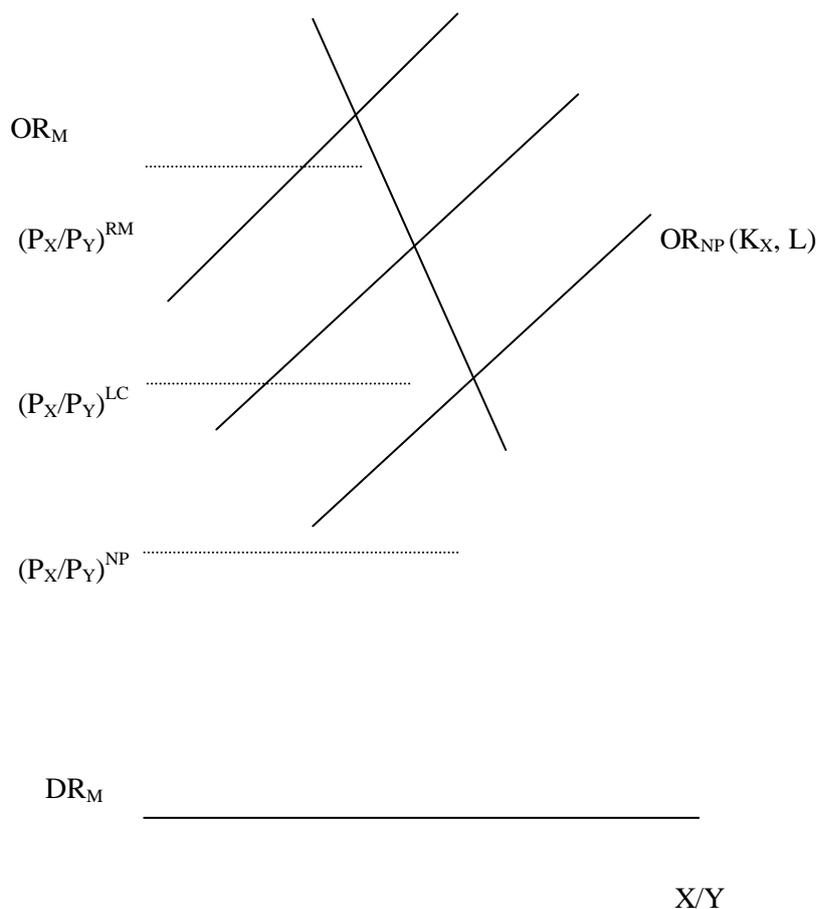


Figura 8

Modelo de factores específicos. Equilibrio del comercio internacional

Nuevamente en este modelo el comercio resulta beneficioso al ampliar las posibilidades de consumo del país como un todo. Sin embargo, el comercio puede generar también problemas de distribución del ingreso. El comercio beneficia al factor que es específico del sector exportador de cada país y perjudica al factor que es específico de los sectores competidores con las importaciones, además de tener efectos ambiguos sobre el factor móvil.

El modelo de factores específicos aplicado al turismo

El modelo de factores específicos constituye uno de los ejemplos más concretos en la identificación de teorías que pueden explicar el surgimiento o desarrollo de destinos turísticos (Bull, 1994; Porto, 1999). Las diferencias en las dotaciones de recursos, en este caso diferencias en la especificidad de los recursos entre países, son las que determinan la especialización en la producción turística: “En algunos países, pueden existir recursos básicos específicos que constituyan una atracción turística fundamental como (...) por ejemplo el Cañón del Colorado o la Torre Eiffel. De manera que los turistas de Francia pueden intercambiar

con los turistas de Estados Unidos el consumo de la Torre Eiffel por el consumo del Cañón del Colorado” (Bull, 1994: 214-215).

II.4.1.3.2. LA NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

A fines de la década del 70, algunos teóricos del comercio internacional desarrollaron un nuevo enfoque –la nueva teoría del comercio internacional- cuyo objetivo era ofrecer una respuesta alternativa a la pregunta fundamental de la economía internacional: las razones para la existencia del comercio internacional.⁸³

Mientras que la teoría tradicional sostiene que el comercio internacional surge por diferencias entre los países (ya sea, de tecnología o de dotación de factores), la nueva teoría del comercio agrega otra razón: que los países comercian porque existen ventajas inherentes a la especialización. La explicación del comercio por la ventaja comparativa implica una fuerte tendencia a que el comercio entre países sea mayor cuanto mayor sean sus diferencias. Sin embargo, en la realidad, gran parte del comercio se da entre países con una dotación factorial muy similar y estos países exportan e importan bienes procedentes de una misma industria (comercio intraindustrial).⁸⁴ ⁸⁵ A su vez, mientras que la teoría tradicional establece que el patrón de especialización internacional surge porque los países producen los bienes que tienen un menor costo relativo en autarquía y, en definitiva, los atributos de cada país determinan lo que cada uno produce, la nueva teoría del comercio introduce algunos elementos de arbitrariedad. Por ejemplo, en algunos casos, la localización de la producción puede estar en alguna medida indeterminada –la predicción de la teoría es que la producción de bienes sujetos a rendimientos crecientes tiene que estar localizada en un único lugar; sin embargo, no necesariamente se determina dónde. Puede entonces existir un rol crucial para la historia en estos modelos.

Existe otro aspecto importante del comercio internacional al cual la teoría tradicional no atribuye demasiada relevancia. La teoría tradicional explica por qué los factores pueden moverse internacionalmente (migración) pero no explica por qué se da la inversión extranjera directa con firmas residiendo en un país adquiriendo propiedad y control de facilidades productivas localizadas en cualquier otro país. Una creciente participación de la actividad económica internacional se desarrolla en base a las empresas multinacionales que se supone que poseen ventajas específicas de las firmas, conocimientos y capital hundido que da a las multinacionales una ventaja sobre los competidores locales. Por supuesto, estas firmas tienen que tener poder de mercado.⁸⁶

Desde Ohlin (1924, en Grossman, 1992) y Graham (1923, en Grossman, 1992) –para quienes los rendimientos crecientes podían explicar el surgimiento de unidades de producción a gran escala, la especialización internacional y el comercio de bienes manufacturados- varios economistas han estudiado

⁸³ “If one had to provide a concrete example of what the new trade theory is about, it might be this: conventional trade theory views world trade as taking place entirely in goods like aircraft. Since a good part of world trade is in goods like wheat, and since even trade in aircraft is subject to some of the same influences that bear on trade in wheat, traditional theory has by no means been disposed of completely. Yet the new theory introduces a whole set of new possibilities and concerns” (Krugman, 1994: 1-2).

⁸⁴ El comercio interindustrial es el comercio de bienes pertenecientes a diferentes industrias. El comercio intraindustrial es el comercio de bienes que pertenecen a una misma industria. Es importante notar que cuanto más detallada sea la clasificación de los bienes utilizada para reportar los flujos de comercio, menor será la proporción de comercio intraindustrial.

⁸⁵ El concepto de la ventaja comparativa no admite la posibilidad de que un país tenga ventaja comparativa en un determinado bien (y, por lo tanto, lo exporte) y tenga desventaja comparativa en el mismo bien (y, por lo tanto, lo importe). Las economías de escala en la producción generan comercio entre variedades de un mismo bien.

⁸⁶ Existen muchos otros aspectos de la teoría del comercio internacional que no pueden ser explicados por la teoría convencional de la ventaja comparativa. Una colección de artículos de la literatura de comercio bajo competencia imperfecta se puede encontrar en Grossman (1992).

aspectos relacionados con estos temas: el comercio intraindustrial (Balassa, 1966; Grubel y Lloyd, 1975); las ganancias del comercio derivadas de la introducción de un monopolio en los modelos tradicionales de equilibrio general de comercio (Melvin y Warne, 1973); la inversión extranjera directa como manifestación de la existencia de activos específicos que les otorgan cierto poder de monopolio (Caves, 1971); etc. Sin embargo, uno de los principales obstáculos que enfrentaba la nueva teoría del comercio -antes de la década del 80- era la dificultad para realizar un análisis formal del comercio basado en rendimientos crecientes. El problema más importante se relaciona con la estructura de mercado dada la inconsistencia entre los rendimientos crecientes y la competencia perfecta excepto para el caso de rendimientos crecientes externos a la firma (es decir, cuando los costos caen con el tamaño de la industria y no con el tamaño de la firma). El hecho que marca una diferencia importante en la literatura del comercio fue la revolución en la teoría de la organización industrial durante la década del 70. Durante este período, muchos economistas presentaron modelos de mercados de competencia imperfecta que luego se aplicaron al comercio internacional. Al mismo tiempo, como consecuencia de la emergencia de los modelos que combinan la teoría del comercio y la teoría de la organización industrial, resurge el interés en las economías externas dentro de las explicaciones de los flujos de comercio entre países.

II.4.1.3.2.1. ECONOMÍAS EXTERNAS ⁸⁷

Las economías externas tienen un rol importante en el comercio internacional. Cuando hay economías externas, un país que tiene gran producción en alguna industria tenderá a tener bajos costos de producción en ese bien. Si este país entonces puede producir un bien a un costo menor, tenderá a ser un productor de importancia de dicho bien. Es así como los países que comienzan como grandes productores en ciertas industrias, por cualquier razón, tienden a continuar en esta posición, incluso aunque hubiera un país que pudiera potencialmente producir los bienes a un costo menor. Las economías externas proporcionan entonces un importante rol al accidente histórico en la determinación de quién produce qué y pueden permitir a los patrones de especialización establecidos persistir incluso aunque vayan en contra de la ventaja comparativa. En relación a los efectos sobre el bienestar del comercio basado en economías externas, en general son ambiguos. Mientras que puede haber ganancias de bienestar para la economía mundial como consecuencia de la concentración de la producción, puede ocurrir que el bien sujeto a economías externas sea producido por un país no idóneo. Es así como el comercio podría empeorar la situación de algunos países en mayor proporción que en ausencia de comercio.

Un caso particular de economías externas son las que se originan en la acumulación de conocimientos y experiencia a través del tiempo. En este caso, los costos de la industria dependen de la producción acumulada. Se dice que cuando los costos de la industria caen con la producción acumulada a lo largo del tiempo (curva de aprendizaje) más que con la producción corriente, se trata de economías de escala dinámicas. Al igual que en el caso de las economías externas tradicionales, las economías externas dinámicas pueden residir en una ventaja comparativa inicial o en haber sido pionero en una industria. Las economías de escala dinámicas justifican, en cierta medida, el proteccionismo. Se trata del argumento de la industria naciente que tiene como argumento la protección temporal de industrias para permitirles ganar experiencia.

El turismo y las economías externas

⁸⁷ Krugman (1981) y Krugman (1987) son algunos artículos interesantes referidos a economías externas. Para un análisis simplificado, ver Krugman y Obstfeld (1994, capítulo 6) y Salvatore (1995, apéndice del capítulo 6).

En turismo, en países de relativamente bajos ingresos con un nivel bajo de demanda, el argumento de la industria naciente se aplicaría al caso de pequeñas firmas relacionadas con el sector. Se trata de firmas que no serían capaces de competir en los mercados internacionales dados sus altos costos iniciales (y por lo tanto, sus altos precios), lo que las eliminarían del mercado antes de que pudieran adquirir economías de escala suficientes para competir en los mercados internacionales (Sinclair y Stabler, 1995). Algunos ejemplos concretos de protección de industrias bajo el argumento de la industria naciente se han aplicado y han justificado la protección gubernamental de algunas aerolíneas internacionales. Sin embargo, en ciertos casos, este beneficio no ha sido suficiente para lograr que puedan competir eficientemente como en el caso de la Aerolínea Internacional de las Islas Cook que mencionan Burns y Cleverdon (1995, en Sinclair y Stabler, 1995).

II.4.1.3.2.2. ECONOMÍAS DE ESCALA, DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS Y COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA⁸⁸

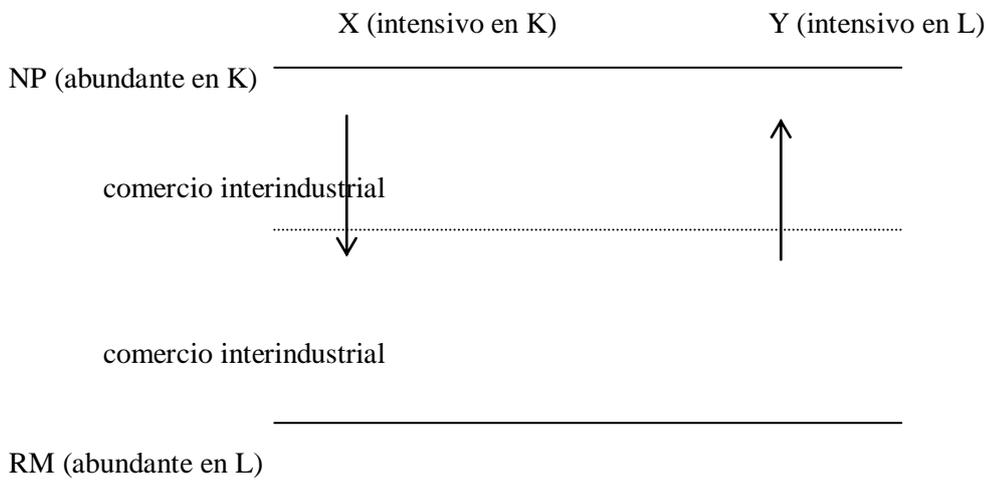
Como fue mencionado anteriormente, la teoría de la ventaja comparativa implica una tendencia a que el comercio entre países sea mayor cuanto mayor sean las diferencias entre ellos (ya sea en tecnología o en dotación de factores). En realidad, los flujos de comercio también son importantes entre países similares entre sí y es así como una gran proporción del comercio es de carácter intraindustrial. Las economías de escala generan ganancias derivadas de la especialización de la producción que potencialmente podrían explicar este tipo de comercio. Si los productos de una industria son diferenciados y cada uno se produce bajo rendimientos crecientes, entonces un país no puede producir toda la variedad de bienes y se especializa en producir un subconjunto de variedades de un bien para consumo doméstico y para exportación, importando aquellas variedades de dicho bien que no se producen domésticamente.

A pesar de que en un principio los modelos de comercio bajo competencia monopolística parecían inconsistentes con los modelos tradicionales de comercio, muchos aspectos de la especialización y del comercio interindustrial pudieron ser empalmados con las economías de escala, la competencia imperfecta y el comercio intraindustrial.⁸⁹ En estos modelos se suponen dos países (nuestro país –NP- y el resto del mundo -RM), dos bienes (X e Y, donde X es un sector de productos diferenciados e Y se produce bajo rendimientos constantes a escala) y dos factores (trabajo –L- y capital -K). El resultado más importante es que en estos modelos hay dos fuentes de comercio: la ventaja comparativa, que maneja la especialización a nivel agregado (bienes relativamente intensivos en capital versus bienes relativamente intensivos en trabajo –lo que se denomina comercio interindustrial); y las economías de escala, que generan especialización a nivel de productos individuales (cada país importa y exporta variedades distintas de cada uno de los bienes –lo que se denomina comercio intraindustrial). La predicción es que cada país tiende a ser un exportador *neto* del bien que utiliza en forma relativamente intensiva el factor relativamente abundante. Por ejemplo, NP –relativamente abundante en capital- es un exportador neto de X, el bien relativamente intensivo en capital y, además, importa Y. Por supuesto, el RM –relativamente abundante en trabajo- es un importador neto de X y, además, exporta Y (Figura 9).

⁸⁸ Modelos sencillos de competencia monopolística pueden consultarse en Krugman y Obstfeld (1994, capítulo 6) y Salvatore (1995, capítulo 6). Una visión un poco más avanzada puede consultarse en Helpman (1981) y Helpman y Krugman (1985).

⁸⁹ En particular, cuando se hace referencia al enfoque de la economía integrada, resulta relativamente fácil combinar el modelo de comercio de bienes diferenciados con un modelo de proporciones factoriales. Incluso Krugman (1995) menciona que puede utilizarse el mismo diagrama. Algunos aspectos del enfoque de la economía integrada se presentan en el Capítulo III.

Ventaja comparativa y comercio



Ventaja comparativa, economías de escala y comercio

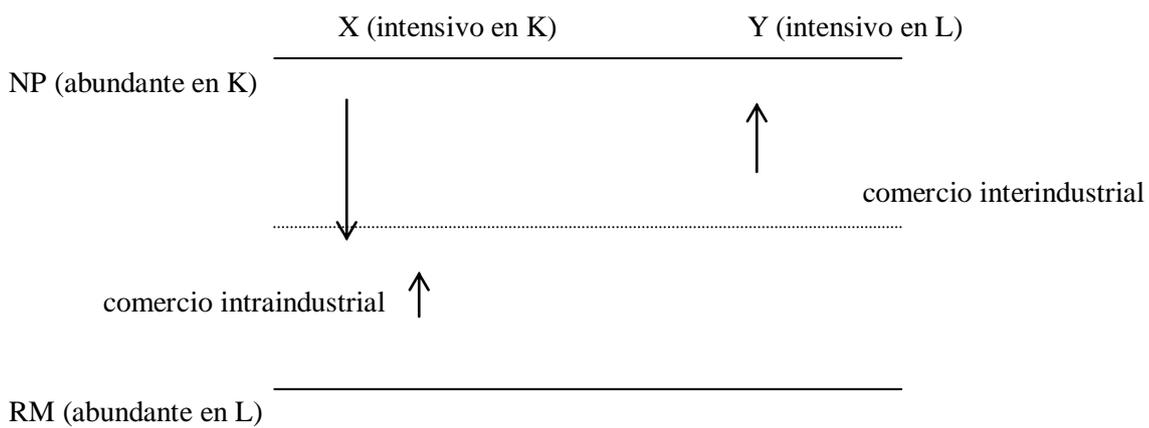


Figura 9

Fuentes del comercio: ventaja comparativa y economías de escala

Deben destacarse dos aspectos adicionales de importancia. Por un lado, el patrón de comercio intraindustrial (entre variedades de un mismo bien) es impredecible: no hay nada en los modelos que explique qué país produce qué variedad; sólo es conocido que los países producirán distintas variedades. Por otro lado, la importancia relativa del comercio intraindustrial y del comercio interindustrial depende de lo similares que sean los países. Si los países son muy similares en sus relaciones capital-trabajo, entonces habrá poco comercio interindustrial (basado en la ventaja comparativa) y será dominante el comercio intraindustrial (basado en las economías de escala). Si los países son muy diferentes en sus relaciones capital-trabajo, entonces habrá poco comercio intraindustrial (basado en las economías de escala) y la mayor parte del comercio será interindustrial (basado en la ventaja comparativa).

El equilibrio en un mercado de competencia monopolística y comercio

El equilibrio en un mercado de competencia monopolística (número de firmas en el mercado y precio) se determina a partir de dos relaciones. Por un lado, un número mayor de firmas genera mayor competencia y por lo tanto, menor es el precio que se establece en la industria (curva PP, Figura 10). Por otro lado, cuanto mayor sea el número de firmas, menor será el nivel de producción de cada una y mayor será el costo medio (curva CC, Figura 10).⁹⁰ El precio y el número de firmas de equilibrio se determina en la intersección de estas dos curvas (punto 1). Cuando se introduce el comercio, el efecto inmediato es el aumento del tamaño del mercado -desplazamiento hacia abajo de CC_1 a CC_2 - que permite a cada firma, ceteris paribus, producir más y tener menores costos medios. El nuevo equilibrio (punto 2) se establece con un aumento en el número de firmas (y, por lo tanto, en el número de variedades disponibles) y una caída en el precio de cada bien.

⁹⁰ La curva CC se deriva de la ecuación de costos medios. El costo medio depende del tamaño del mercado y del número de firmas en la industria

$$C_{ME} = \frac{F}{X} + c = \frac{nF}{S} + c$$

donde F es el costo fijo, X son las ventas totales de la firma, c es el costo marginal, S son las ventas totales de la industria, y n es el número de firmas en la industria.

La curva PP se deriva de la maximización de los beneficios de las firmas y suponiendo que todas las firmas establecen el mismo precio (de modo que cada una vende $X = \frac{S}{n}$), se obtiene

$$P = c + \frac{1}{bn}$$

donde P es el precio que establece cada firma y b es un parámetro que mide la sensibilidad de la cuota de mercado de cada empresa al precio que establece.

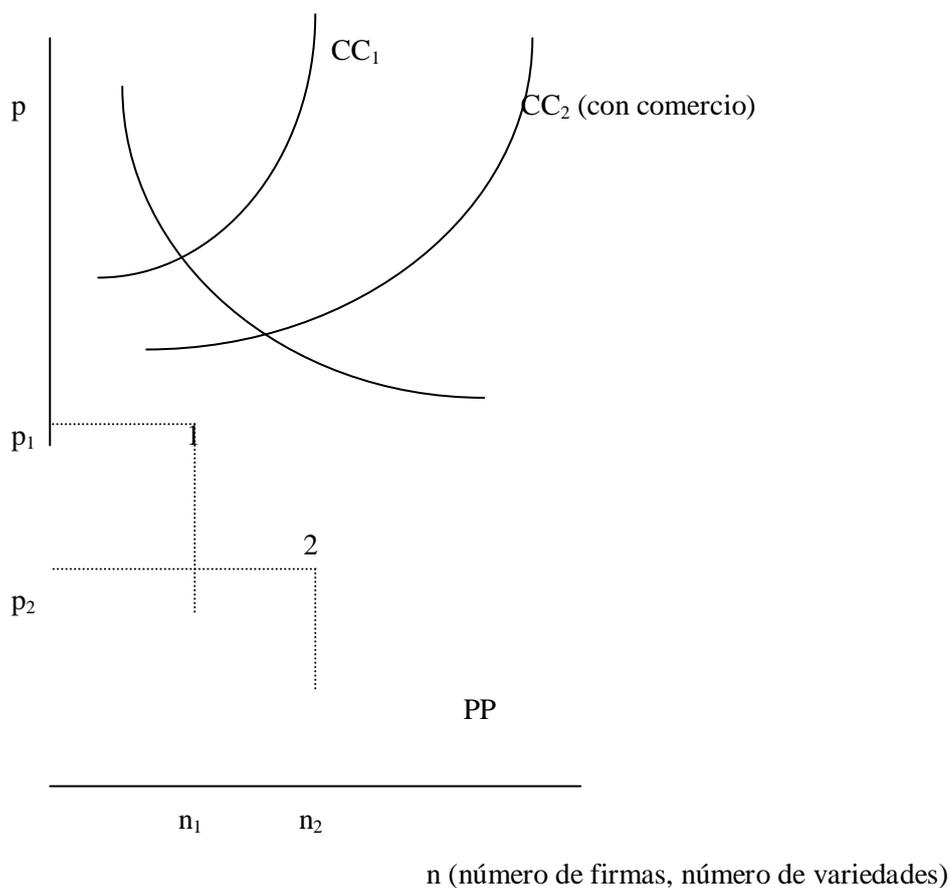


Figura 10

Competencia monopolística. Equilibrio del comercio internacional

Los modelos de comercio que surgen en economías con productos diferenciados que se producen bajo rendimientos crecientes a escala presentan cuatro fuentes de ganancias del comercio:

- i) el efecto standard de la ventaja comparativa que refleja el comercio interindustrial, que continúa explicando gran parte del comercio;
- ii) el comercio permite expandir la producción de bienes diferenciados, aprovechar los rendimientos crecientes y generar menores costos medios de producción (comercio intraindustrial);
- iii) el comercio permite que una mayor variedad de bienes esté disponible para el consumo; y
- iv) la competencia internacional induce a los empresarios a fijar menores mark-ups sobre los costos marginales y, por lo tanto, menores precios.

Efectos del tamaño del mercado doméstico y los costos de transporte en modelos de comercio bajo rendimientos crecientes

Krugman (1980) presenta un mundo caracterizado por rendimientos crecientes y costos de transporte, donde se supone que hay un incentivo a concentrar la producción de un bien cerca de su mercado más grande (incluso si existe demanda por el bien en otros mercados). Concentrando la producción en un lugar se aprovechan las economías de escala, y si se localiza cerca de un mercado grande, se minimizan los costos de transporte. Es decir, que los países tenderán a exportar aquellos bienes para los que tienen una demanda doméstica relativamente grande.⁹¹

El turismo y la diferenciación de productos

La especificación de la diferenciación de productos se manifiesta en diversas modalidades en turismo. En particular, la diferenciación de productos puede ser utilizada como una estrategia de negocios en turismo, donde los productos se diferencian por sus marcas, publicidad y promoción. Se presenta así una alternativa importante a tener en cuenta para explicar el crecimiento de algunos centros turísticos, partiendo de la habilidad de las firmas para distinguir sus productos de los competidores con el fin de permanecer en el mercado e incrementar el rango de productos vendidos. En el comercio, la competencia internacional obliga a cada empresa a producir una sola variedad del mismo producto en vez de muchas variedades y formas diferentes, de modo de lograr la mayor especialización en la producción. De este modo, mientras que los productores se benefician con las economías de escala en la producción, los consumidores se benefician con las diversas opciones y con la mayor variedad de productos diferenciados que surgen a raíz de las economías de escala en la producción. La competencia internacional puede dar lugar incluso a estructuras domésticas cada vez más imperfectamente competitivas dado que la mayoría de las firmas no pueden competir a nivel internacional y sólo sobreviven las firmas de mayor tamaño. Sinclair y Stabler (1995) mencionan el sector hotelero y de entretenimientos como ejemplos de firmas que operan bajo competencia monopolística y que pueden satisfacer la demanda de diversidad de productos turísticos de los consumidores.

II.4.1.3.2.3. EMPRESAS MULTINACIONALES⁹²

La importancia de las corporaciones multinacionales en el comercio internacional ha sido reconocida desde hace ya algún tiempo. Sin embargo, no existía una teoría bien articulada que explicara las condiciones para su surgimiento y los flujos de comercio observados. Si bien existía un tratamiento de las empresas multinacionales en esquemas de equilibrio parcial, era necesario encontrar una teoría que describiera las condiciones bajo las cuales las firmas encontrarán deseable trasladar sus actividades a otros países y que pudiera predecir el patrón de comercio.

El enfoque dominante actual acerca de la inversión extranjera directa sugiere por qué las firmas multinacionales existen a pesar de las dificultades de operar fuera de los mercados nacionales y a través de

⁹¹ Este resultado es similar al sugerido por Linder (1961) que establece que los países comercian aquellos bienes para los cuales existe un gran mercado interno.

⁹² Kindleberger (1970), Caves (1971), Dunning (1971, 1973) y Buckley y Casson (1976) son algunos de los primeros trabajos relacionados con inversión extranjera directa y empresas multinacionales. Helpman (1984b, 1985), Markusen (1984) y Ethier (1986) son algunos ejemplos de trabajos más modernos en el tema. También Markusen y Venables (1996) y Markusen y Rutherford (2002).

los límites culturales. Dunning (1981, en Ethier, 1986) sugiere que la inversión extranjera directa se da siempre y cuando se cumplan tres condiciones:⁹³

- i) la firma debe tener ciertas ventajas de propiedad (*ownership*) que le permitan establecer facilidades de producción en mercados extranjeros sin estar en seria desventaja en comparación con los productores locales. Estas ventajas de propiedad, por ejemplo, toman la forma de conocimientos técnicos o protección de patentes;
- ii) deben existir además ventajas específicas de localización (*locational*) y producción en mercados extranjeros que incentivan a la firma a establecerse en estos mercados más que en los mercados domésticos. Estas ventajas de localización pueden ser, entre otras, el acceso a materias primas, la disponibilidad de trabajo relativamente barato, la habilidad de evitar aranceles o restricciones cuantitativas; y
- iii) finalmente, la firma tiene como objetivo explotar las ventajas de propiedad y localización internamente (*internally*); esto es, a través de mercados internos en vez de otros tipos de arreglos.

Este enfoque de empresas multinacionales se ha aplicado y desarrollado más comúnmente, por lo menos implícitamente, en el contexto del comercio interindustrial. Sin embargo, también es válida su aplicación en un contexto de comercio intraindustrial. Norman y Dunning (1984) estudian la inversión extranjera directa en una dirección y en doble dirección (es decir, inversión extranjera directa intraindustrial). En este caso, nuevamente resultan de importancia las ventajas de propiedad, localización e internalización. Las ventajas de propiedad toman la forma, por ejemplo en el caso de productos diferenciados, de la imagen de la marca. Las ganancias de localización surgen también por diferencias entre los precios de los factores entre países y quizás, por la habilidad de responder más rápidamente a cambios en los gustos al estar localizados en los mercados extranjeros. Finalmente, la internalización reduce la incertidumbre e incentiva al comercio, además de facilitar la explotación de economías de escala verticales.

Otro aspecto que debe ser tenido en cuenta en relación a la inversión extranjera directa se refiere al hecho de que, en algunos casos, las firmas se convierten en multinacionales para mejorar su acceso a los mercados; esto es, para evitar los costos de transporte u otras barreras al comercio en bienes. Brainard (1992) y Horstmann y Markusen (1992) presentan modelos en donde la elección de las firmas para convertirse en multinacionales refleja un trade-off entre las pérdidas de economías de escala asociadas a múltiples plantas y la reducción en los costos de transporte que podrían lograrse produciendo localmente en cada mercado. Resulta de interés entonces analizar la relación que existe entre la inversión extranjera directa y el comercio. ¿El comercio y la inversión extranjera directa son sustitutos o complementos? En algunos casos, la inversión extranjera directa inhibe el comercio, mientras que en otros lo incentiva. En particular, si las firmas se convierten en multinacionales para aprovechar las diferencias de costos, entonces tienden a crear comercio internacional. De este modo, los factores que tienden a crear comercio (como por ejemplo, una reducción en los costos de transporte), incentivarán aún más a las firmas a separar geográficamente sus actividades y convertirse en multinacionales. Si, en cambio, las firmas se convierten en multinacionales para lograr un mejor acceso a los mercados locales, en este caso, reemplazarían el comercio tradicional. Las barreras al comercio, tanto naturales como artificiales, promueven esta internacionalización de las operaciones orientadas al mercado.

El comercio intrafirma

⁹³ Esta teoría se ha dado a conocer como el paradigma OLI (*the OLI paradigm: ownership, locational, internally*).

En relación a los distintos componentes del comercio entre países, las empresas multinacionales dan lugar a un nuevo componente del comercio: el comercio intrafirma. Como ya fue mencionado, el comercio interindustrial se refiere al comercio entre bienes pertenecientes a distintas industrias (por ejemplo, bienes relativamente intensivos en capital versus bienes relativamente intensivos en trabajo) mientras que el comercio intraindustrial se refiere al comercio entre bienes pertenecientes a una misma industria (comercio de variedades de un mismo bien). A diferencia de estos conceptos, el comercio intrafirma se refiere al comercio entre filiales o subsidiarias de una misma empresa multinacional. Esto es, comercio de servicios invisibles o intangibles, como capacidad empresarial, management, investigación y desarrollo; y comercio de insumos intermedios tradicionales (Helpman y Krugman, 1985).⁹⁴

El turismo y las empresas multinacionales

En ciertos casos el turismo puede ser considerado bajo distintas modalidades –bien o servicio, transable o no transable- y en este contexto, puede pensarse que las empresas multinacionales son las responsables de su provisión. Existen muchos ejemplos donde los servicios de alojamiento o agencias de viajes combinan factores de producción locales con la capacidad empresarial –en plantas de producción del propio país o del extranjero- para proveer el bien o el servicio turístico.⁹⁵

Las firmas relacionadas con el turismo responden a la competencia doméstica o internacional a través de la integración, ya sea vertical u horizontal. La integración vertical involucra la coordinación de la producción entre firmas ofreciendo diferentes tipos de productos en una secuencia de producción (touroperadores, cadenas de agencias de viajes, cadenas hoteleras, etc.). Es decir, este tipo de integración en turismo involucra la propiedad común de las agencias de turismo en las cuales se comercializan los productos y servicios turísticos, el touroperador que los coordina, las aerolíneas o formas de transporte alternativas, el alojamiento, etc. Dependiendo de las diferentes formas de integración, en particular en relación al origen de los propietarios en esta secuencia de producción, será diferente la distribución internacional de los beneficios y retornos del turismo.

La integración horizontal se manifiesta en las relaciones económicas entre firmas que ofrecen el mismo tipo de producto. Esta forma de integración ha dado lugar a que un número cada vez menor de firmas controlen cada vez una mayor proporción de la oferta total de turismo, a partir de un fenómeno de fusiones, adquisiciones, etc. que han incrementado la concentración en la industria. Las agencias de viajes, los touroperadores, las aerolíneas son ejemplos sectoriales donde se da este tipo de integración.

II.4.1.3.2.4. OTROS MODELOS DE COMERCIO: MODELOS DE BRECHA TECNOLÓGICA Y CICLO DE PRODUCTO⁹⁶

Otros de los determinantes del comercio internacional pueden encontrarse en los cambios dinámicos que ocurren en la tecnología entre países. El modelo de brecha tecnológica (Posner, 1961) establece que una gran

⁹⁴ El concepto de comercio intrafirma en el contexto de empresas multinacionales se desarrolla más extensamente en el Capítulo III.

⁹⁵ Para más detalles, ver la clasificación de las transacciones internacionales de servicios y las modalidades del comercio de servicios en la sección II.4.3.3. También puede consultarse la caracterización del conjunto de igualación del precio de los factores con empresas multinacionales en el Capítulo III.

⁹⁶ Krugman (1979) y Krugman (1986) son ejemplos de artículos referidos a tecnología y comercio internacional.

proporción del comercio entre países industrializados se basa en la introducción de nuevos productos y nuevos procesos productivos, lo que sitúa al país innovador en una situación de monopolio temporario en el mercado mundial. El modelo de ciclo de producto (Vernon, 1966) es una generalización del modelo de brecha tecnológica. En general, a medida que los nuevos productos evolucionan en los mercados y se estandarizan, pueden elaborarse con técnicas de producción masivas y fuerza laboral cada vez menos calificada. Es así como la ventaja comparativa del producto se desplaza del país innovador a países menos desarrollados. Mientras que el primer modelo enfatiza el tiempo de rezago que existe en el proceso de imitación de los productos, el segundo destaca el proceso de estandarización. De acuerdo a estos modelos teóricos, el patrón de comercio entre países estaría determinado por economías desarrolladas exportando productos no estandarizados, con tecnologías innovadoras e importando productos estandarizados, con tecnologías obsoletas.

Un aspecto interesante de estos modelos es que ambos pueden considerarse como ampliaciones del modelo original de Heckscher-Ohlin en un mundo tecnológicamente dinámico y no como modelos alternativos que buscan explicar las causas del comercio entre países. Mientras que el modelo original de Heckscher-Ohlin explica la ventaja comparativa estática, estos modelos explican la ventaja comparativa dinámica respecto a nuevos productos y nuevos procesos productivos. En estos modelos se supone que el comercio se basa en nuevas tecnologías que son desarrolladas por factores de oferta relativamente abundantes en los países innovadores (mano de obra calificada, investigación y desarrollo, etc.). Luego, mediante la imitación y la estandarización de los productos, los países imitadores obtienen la ventaja comparativa basada en mano de obra relativamente más barata. Es así como el comercio se fundamenta en cambios ocurridos a lo largo del tiempo en la oferta relativa de los factores (en particular, la tecnología) entre países.

El turismo y los modelos de brecha tecnológica y ciclo de producto

Los modelos de brecha tecnológica y ciclo de producto pueden ser explicaciones de algunos casos dentro del turismo. Por ejemplo, Estados Unidos y Europa son pioneros en la producción de aviones, también en la provisión de tecnología de información como sistemas de reservas electrónicas para acceder a las facilidades de servicios turísticos en los destinos. Dentro del sector hotelero también pueden encontrarse aplicaciones de estos modelos (de acuerdo a Poon (1988, en Sinclair y Stabler, 1995), por ejemplo, los SuperClub hoteles de Jamaica son productos innovadores).

El modelo de ciclo de producto ha sido una de las pocas teorías dentro de la economía internacional que se ha estudiado e investigado ampliamente en turismo. Sin embargo, las particularidades del sector hacen necesarias algunas aclaraciones. Estas teorías, en general, explican la transferencia de ciertos productos de los países industrializados (de altos ingresos) a los países menos desarrollados (de bajos ingresos), teniendo en cuenta que tanto factores de demanda como de oferta determinan el comercio y el proceso dinámico de la ventaja comparativa. Esto es consistente con la concentración inicial de la demanda y de la oferta de turismo internacional en países de relativamente altos ingresos y el posterior crecimiento de destinos en países de relativamente bajos ingresos. Pero el aspecto distintivo del turismo es que la completa estandarización de los productos es casi imposible: cada destino posee un conjunto de dotaciones factoriales, culturales, ambientales, etc. que es único. Es decir, estas dotaciones únicas junto con las facilidades de servicios turísticos explican entonces que la demanda y la oferta de turismo ocurra tanto en países de altos, medios y bajos ingresos (Sinclair y Stabler, 1995).

Finalmente, el modelo de ciclo de producto se aplica al ciclo de vida de algunos destinos turísticos (Butler, 1980; Cooper, 1992; Tooman, 1997). De acuerdo a Butler (1980), las áreas turísticas tienen un ciclo de seis etapas: i) exploración, ii) involucrimiento (*involvement*), iii) desarrollo, iv) consolidación, v) estancamiento, y vi) declive o regeneración. Por su parte, Lickorisch (1994) distingue tres etapas: i) exploración,

experimentación e iniciación; ii) crecimiento o despegue; y iii) maduración, que puede dirigirse al estancamiento, crecimiento lento o declinación, destrucción o regeneración. En particular, este autor enfatiza el rol del sector público y del sector privado en cada una de estas etapas.

II.4.2. TURISMO Y UNA APROXIMACIÓN A LA DEFINICIÓN DE LOS BIENES NO TRANSABLES

II.4.2.1. LOS BIENES NO TRANSABLES DENTRO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

A pesar de que hace tiempo los economistas han reconocido la importancia de los bienes no transables y el rol clave que tienen en muchos problemas de economía internacional (relacionados, entre otros, con la doctrina de la paridad del poder de compra, la devaluación y aspectos de teoría monetaria internacional), la incorporación de estos bienes dentro de los modelos teóricos de comercio internacional es reciente. Durante la mayor parte del siglo XX, la teoría pura del comercio internacional se desarrolló principalmente en base al modelo tradicional de Heckscher-Ohlin-Samuelson (1919, 1933, 1941, 1949) de dos países, dos bienes y dos factores basado en los supuestos anteriormente mencionados (idénticas funciones de producción entre países, rendimientos constantes a escala en la producción, ausencia de economías o deseconomías externas, competencia perfecta en el mercado de bienes y de factores, factores de producción disponibles en cantidades fijas en cada país, factores de producción perfectamente móviles entre sectores y no entre países, y ausencia de costos de transporte).

Sin embargo, desde hace ya algún tiempo se han comenzado a estudiar en la teoría del comercio internacional modificaciones donde algunos de estos supuestos se relajan. Se realizan generalizaciones del modelo estándar de Heckscher-Ohlin; en particular, modelos que incorporan bienes no transables en el análisis. Komiya (1967) es uno de los primeros en generalizar este modelo incorporando un tercer bien no transable y examinando algunos aspectos de los principales teoremas del comercio internacional. Posteriormente, Ethier (1972) realiza, bajo el mismo contexto, un análisis similar de los resultados derivados del modelo tradicional de Heckscher-Ohlin y las extensiones de Samuelson. Por su parte, Hazari et. al. (1981) estudian tanto el rol de los bienes no transables como el de los bienes intermedios dentro de las teorías del comercio internacional.⁹⁷

En su definición más usual, un bien no transable es aquel para el cual los costos de transporte son prohibitivamente altos y para los que la demanda doméstica solamente puede ser satisfecha con oferta doméstica. Ejemplos de bienes no transables son el cemento, los ladrillos, los vegetales frescos, los productos de panadería, etc. Se trata de bienes para los que la relación entre el precio del propio producto (p_p) con respecto al precio del transporte (p_{NT1}) resulta muy pequeña. Por lo tanto, se trata de bienes que forman parte del producto bruto interno (PBI) de las economías que no participa del comercio internacional. Es importante notar que los costos de transporte son sólo una de las causas que convierten a los bienes en no transables, ya que, por ejemplo, aranceles prohibitivos o restricciones a la importación, gustos diferentes entre los residentes de distintos países, o imperfecciones del mercado pueden ser otras razones que hacen que los bienes adquieran esta característica (Komiya, 1967).⁹⁸ Tradicionalmente, los servicios se han considerado un caso particular dentro del conjunto de bienes no transables. La electricidad, los cortes de pelo, el

⁹⁷ En otras líneas de investigación, McDougall (1965), Batra (1973; 1975) y Jones (1974) también estudian el rol de los bienes no transables dentro de la economía internacional.

⁹⁸ A pesar de que los costos de transporte son sólo uno de los aspectos que convierten a los bienes en no transables, suelen ser el factor más importante. Una breve descripción del análisis de los costos de transporte dentro de la teoría del comercio internacional se presenta en el Anexo II.1 de este capítulo.

alojamiento, el alquiler de autos, etc. también pueden incluirse como parte del PBI de las economías que no es comerciado internacionalmente. Resulta difícil presentar una definición precisa de las que se consideran actividades de servicios. La mayoría de los autores se ocupan de mencionar sus principales características y en base a éstas, se determina el tipo de actividades que engloban. En particular, la necesidad de proximidad física entre oferentes y demandantes para el comercio de servicios es uno de los aspectos que los ha caracterizado como no transables.

II.4.2.2. EL TURISMO COMO BIEN NO TRANSABLE

De acuerdo a la tradición ya olvidada entre los teóricos del comercio con respecto a la no transabilidad intrínseca de los servicios, el turismo puede definirse indistintamente como un bien final no transable o como un servicio final no transable. Como bien no transable, la demanda doméstica solamente puede ser satisfecha con oferta doméstica. Como servicio no transable, de acuerdo a las primeras caracterizaciones teóricas postuladas, requiere la proximidad física entre oferentes y demandantes, y de ahí su imposibilidad de ser transado en el mercado.

TURISMO = BIEN FINAL NO TRANSABLE = f (factores de producción locales no transables)

TURISMO = SERVICIO FINAL NO TRANSABLE = f (factores de producción locales no transables)

II.4.3. TURISMO Y SERVICIOS: DE ACTIVIDADES NO TRANSABLES A TRANSABLES

II.4.3.1. LOS SERVICIOS EN LA INVESTIGACIÓN ECONÓMICA. LOS SERVICIOS DENTRO DE LA ECONOMÍA INTERNACIONAL

No sólo los servicios no han ocupado un rol preponderante en las teorías del comercio internacional, sino que se trata de un sector que no ha recibido la atención y el estudio adecuados en la investigación económica. Smith y los economistas clásicos entienden al trabajo en los servicios como no productivo, frente al dedicado a la explotación de la naturaleza o a la industria. Es recién a partir de los años 30, con la contribución de Fisher (1935; 1945, en Cuadrado Roura y del Río Gómez, 1993), Clark (1940, en Cuadrado Roura y del Río Gómez, 1993) y Fourastié (1949, en Cuadrado Roura y del Río Gómez, 1993), cuando se supera la dualidad sector productivo-improductivo y los servicios pasan a ser objeto de consideración autónoma dentro del análisis económico, bajo la denominación genérica de sector terciario. La preocupación de estos autores se centra principalmente en subrayar el peso empírico de este sector en las economías. Fisher (1935; 1945, en Cuadrado Roura y del Río Gómez, 1993) fue el primero que propuso una clasificación de las actividades dividiéndolas en primarias (agrícolas y extractivas), secundarias (industrias de transformación en todas sus formas) y terciarias (conjunto de actividades dedicadas a la prestación de servicios -transporte, comercio, alquileres, enseñanza, etc.). Clark (1940, en Cuadrado Roura y del Río Gómez, 1993) considera que el sector terciario está constituido por toda actividad que produzca bienes inmateriales y que los servicios son actividades muy heterogéneas enfatizando el peligro de considerar al sector como algo homogéneo y

establecer generalizaciones excesivas. Fourastié (1949, en Cuadrado Roura y del Río Gómez, 1993) introduce la productividad como criterio para tipificar las actividades, calificando de actividades terciarias a las que presentan un ritmo de crecimiento débil o casi nulo de la misma.

A partir de los años 80, estos modelos de sectores son reemplazados por una visión que destaca la interdependencia entre todas las actividades económicas, interdependencia que se manifiesta muy estrecha entre la industria y ciertos servicios, coexistiendo muchos grupos de teorías explicativas que enfatizan diferentes factores o relaciones.⁹⁹ “Todas las teorizaciones (...) entienden que los servicios se están convirtiendo en actividades axiales, dominantes de la economía y sociedad del presente y por venir (...). (Se reconoce) la existencia de relaciones estructurales, o cuasi, entre los servicios y las actividades productivas, y la función estratégica (...) que los servicios –y la tecnología- tienen en el desarrollo” (Moreno Jiménez y Escolano Utrilla, 1992: 45).

Dentro de las teorías del comercio internacional, también se le ha prestado poca atención al estudio de las actividades de servicios. Esto se ha debido principalmente a que se las ha considerado tradicionalmente actividades no transables (Sapir y Winter, 1995; Jones y Ruane, 1990).¹⁰⁰ Es recién a partir de la década del 70 que los servicios comienzan a ser objeto de estudio dentro de la economía internacional. Este fenómeno surge dada la creciente importancia que van adquiriendo los servicios dentro de las actividades productivas de las economías y es así como reconocidos autores -teóricos y empíricos- de la teoría del comercio internacional comienzan a estudiar los servicios bajo este contexto (Bhagwati, 1984 y 1987; Deardorff, 1985; Jones y Kierzkowski, 1989; Jones y Ruane, 1990; Balassa, 1990). En particular, Jones y Ruane (1990) dan tres razones principales que son las que originan este interés en los servicios y, en particular, en el comercio internacional de servicios:

- i) la creciente importancia de los servicios en la mayoría de las economías en términos de su participación en el ingreso nacional y en el empleo, representando en algunos casos una participación mayor que las actividades agropecuaria y manufacturera en conjunto;
- ii) el rango de nuevas posibilidades para el desarrollo del sector de servicios generado por los importantes cambios tecnológicos que se han dado en el sector; y
- iii) la incorporación de los servicios por primera vez, en la década del 80, en las rondas de negociaciones del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT).

Sapir y Winter (1995) destacan que los primeros pasos de los teóricos del comercio internacional en relación con la investigación de los servicios, a mediados de la década del 70, resultan de carácter enteramente descriptivo y con orientaciones de política, en respuesta principalmente a las presiones de los políticos dada su preocupación por la necesidad de contar con reglas claras en el hasta entonces poco conocido comercio internacional de servicios. Recién en la década del 80 el interés se traslada a examinar si el patrón de comercio de servicios puede ser explicado con el mismo instrumental y por los mismos factores que explican el comercio internacional de bienes.¹⁰¹ Finalmente, los autores destacan la importancia del inicio de las negociaciones multilaterales con el objetivo de establecer un marco de principios y reglas para el comercio internacional de servicios a partir de la propuesta en la reunión ministerial del GATT en el año 1982 para su incorporación en la agenda de las próximas reuniones. La inclusión de los servicios por primera vez en las

⁹⁹ Moreno Jiménez y Escolano Utrilla (1992) y Cuadrado Roura y del Río Gómez (1993) presentan una buena recopilación de estas teorías.

¹⁰⁰ Un ejemplo concreto de esta clara falta de interés en el comercio de servicios se refleja en el *Handbook of International Economics* (editado por Jones y Kenen, 1984), donde diez de los doce capítulos no hacen ningún tipo de referencia a los servicios y en los otros dos sólo se hace una pequeña mención: Baldwin (1984) al referirse a políticas comerciales en países en desarrollo y Deardorff (1984) al testear las teorías del comercio internacional (Sapir y Winter, 1995).

¹⁰¹ Este aspecto tiene que ver con la discusión referida a la similitud económica entre bienes y servicios que se presenta brevemente en la sección II.4.3.2.

negociaciones del GATT resulta en una nueva ronda de negociaciones, el GATS (Acuerdo General sobre Comercio de Servicios), a partir de 1994.

II.4.3.2. DEFINICIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LOS SERVICIOS

Como fue mencionado, resulta difícil presentar una definición precisa de los que se consideran actividades de servicios. La mayoría de los autores mencionan sus principales características y en base a éstas, determinan el tipo de actividades que engloban. Melvin (1989) menciona explícitamente la dificultad de definir los servicios.¹⁰² Eiglier y Langeard (1989: 3) opinan que “elaborar una definición de los servicios es algo muy difícil; muchos lo han intentado y pocos han conseguido un resultado satisfactorio.” Bhagwati (1987) considera que los servicios son un “concepto nebuloso” que involucran actividades con características opuestas y diferentes, en relación por ejemplo a su productividad e intensidad de trabajo.¹⁰³ La diversidad de naturaleza, de funciones y de modalidades de generación, transporte y consumo de servicios son las principales causas que dificultan su definición y comprensión teórica. El término servicios es útil para realizar generalizaciones muy amplias acerca de los conceptos que su definición engloba (Moreno Jiménez y Escolano Utrilla, 1992).

Además de ser un sector difícil de definir, tampoco está claramente especificado cómo los servicios difieren de los bienes. Nicolaidis (1989) sugiere que un servicio no siempre consiste en un producto tangible, a diferencia de lo que ocurre con los bienes. En el servicio, para cubrir la necesidad del consumidor, se requiere de la actividad de un agente económico mientras que en el caso de los bienes, la transacción del objeto material libera de cualquier obligación posterior al proveedor (ya que de lo contrario, a partir de ese momento se estaría ejerciendo una actividad de servicios). Por su parte, Gutierrez Junquera (1993) entiende que mientras que los bienes son objetos físicos, transportables y almacenables, los servicios constituyen prestaciones de trabajo o del uso de instalaciones especializadas. En otra línea de argumentación, Villanueva (1991) argumenta que la “mayoría de las transacciones de servicios no son parecidas al intercambio de bienes, sino que más bien se relacionan con el desplazamiento de los factores de producción.” En esta misma línea, Campos (1991) considera que “un grupo importante de países en desarrollo trataron (...) de impugnar al GATT como foro de negociación sobre este tema en tanto y en cuenta consideraron que no se trataba de un tópico que pudiera ser asimilado al intercambio de mercancías.” Por otra parte, algunos autores demuestran, en relación a los modelos teóricos para analizar el comercio de servicios, que el instrumental no necesariamente debe ser diferente (Deardorff, 1985; Hindley y Smith, 1984).

Por lo anteriormente expuesto, puede resultar de utilidad identificar varias de las propiedades básicas y comunes propias de las actividades calificadas como de servicios, que las diferencian de las actividades primarias y secundarias y que, a su vez, distinguen los servicios de los bienes (Greenfield, 1966; Thomas, 1967; Bhagwati, 1984; Tirole, 1988; Moreno Jiménez y Escolano Utrilla, 1992; Cuadrado Roura y del Río, 1993; Sapir y Winter, 1995):

i) los servicios se incluyen en el sector terciario de la economía: el sector terciario se define por exclusión con respecto al primario y al secundario, tratándose de un sector que engloba un conjunto de actividades económicas sumamente heterogéneas, cuya cualidad común es que no producen bienes;

¹⁰² “But while the importance of the service sector has been quantified, there has been surprisingly little attention paid to the theory and, in particular, to international trade theory (...) The difficulty associated with defining services and distinguishing them from goods may account, in part, for their neglect” (Melvin, 1989: 1180-1181).

¹⁰³ “That services have become a major focus of attention is beyond doubt. Equally, it is clear that services are a nebulous concept, frequently embracing activities with differential and opposed characteristics, for instance in regard to their technical progressivity and labour intensity. A closer look at what constitutes services, at their relationship to goods and at the dynamic process that defines and governs this relationship, and hence the characteristics of services, is therefore necessary” (Bhagwati, 1997: 434-435).

ii) su producción es inmediata y es casi imposible su almacenamiento: estas características implican la instantaneidad o simultaneidad del acto de producción y de consumo, actos que tienen que ocurrir en el mismo lugar y al mismo tiempo. Esta característica implica la necesidad de interacción entre los oferentes y los demandantes del servicio, y por lo tanto la necesidad de proximidad física y lo que elimina la posibilidad de referirse a la transabilidad de este tipo de servicios;¹⁰⁴

iii) son intangibles: los servicios sólo existen cuando están siendo consumidos;

iv) muchos servicios, dada su naturaleza intangible y por problemas de información asimétrica, se consideran "bienes de experiencia" (*experience goods*). Para los bienes así definidos (por ejemplo, la comida de un restaurante, una obra de teatro o cualquier destino turístico) el punto principal es la información. ¿Cómo aprenden los consumidores acerca de la calidad? Las compras repetidas ofrecen algún control por parte de los consumidores sobre la calidad de estos bienes;¹⁰⁵

v) su producción es intensiva en mano de obra;

vi) se distinguen los servicios a los consumidores (o de demanda final) y los servicios a la producción (o de demanda intermedia);

vii) los servicios están más sujetos a regulaciones del gobierno que otras actividades debido a que son más proclives a tener problemas de competencia imperfecta, información asimétrica y externalidades;

viii) en general, las empresas de servicios se distinguen de las empresas del sector secundario por menor productividad del trabajo, mayor dispersión en el tamaño empresarial, mayor proporción de mano de obra femenina, y menor intensidad del capital.

II.4.3.3. COMERCIO DE SERVICIOS

¿Qué es lo que está siendo comercializado cuando se habla del comercio de servicios? Este es uno de los interrogantes más importantes y controvertidos en la rama de la investigación teórica del comercio internacional dedicada al estudio de los servicios. Los bienes y los servicios presentan distintas particularidades que implican un tratamiento distinto en lo que se refiere a sus posibilidades de comercio. La clasificación de las transacciones de servicios puede dar lugar a diferentes interpretaciones y generar cierta confusión. Por este motivo, rescatar lo que Melvin (1989) establece para definir el comercio de servicios puede resultar de utilidad. Lo importante es concentrarse en los pagos internacionales. Es decir, se define a un insumo X_i como una importación si se realiza un pago internacional por X_i (ya sea que se trate de capital, de un servicio o de un bien intermedio). Por su parte, González Gómez (1999) destaca la importancia del

¹⁰⁴ En relación al punto de la necesidad de interacción entre los oferentes y los demandantes, es importante mencionar que esta interacción puede darse a través de dos categorías de servicios:

i) aquellos que –como está mencionado en el texto– necesariamente requieren la proximidad física, llamados servicios de contacto (*contact services*) de acuerdo a Hill (1977);

ii) aquellos que no necesariamente necesitan de la proximidad física, aunque ésta pueda ser de utilidad. Es lo que Bhagwati (1984) denomina servicios de larga distancia (*long distance services*).

Esta distinción se analiza con mayor detalle al hacer referencia a la clasificación de las transacciones internacionales de servicios y las modalidades del comercio de servicios en la sección II.4.3.3.

¹⁰⁵ Existen, además, "bienes de búsqueda" -*search goods*- (por ejemplo, ropa) que son aquellos que tienen que ver con la selección de productos -calidad y diversidad de productos- y "bienes de crédito" -*credence goods*- (por ejemplo, la cantidad de flúor en un dentífrico) que requieren usualmente la intervención del gobierno debido a que los aspectos de la calidad raramente son aprendidos, incluso luego del consumo.

criterio de nacionalidad. Mientras que en el caso de los bienes, el criterio geográfico es el que determina si existe comercio, en el caso de los servicios, es el criterio de nacionalidad. Decimos que existe comercio internacional de servicios cuando los factores domésticos reciben ingresos de no residentes a cambio de sus servicios y, por lo tanto, el lugar donde se suministra el servicio no tiene importancia. Es así como el comercio de servicios se manifiesta bajo diversas modalidades.

Dentro de las particularidades que caracterizan a las actividades de servicios, la necesidad, en algunos casos, de proximidad física entre oferentes y demandantes –dado que tanto su producción como su consumo tienen que ocurrir simultáneamente- es uno de los aspectos que tradicionalmente han tenido que ver con la transabilidad de los servicios. En una etapa posterior, la necesidad o no de la proximidad física deja de ser una preocupación a los efectos de su comercio y las transacciones internacionales de servicios se clasifican de acuerdo a la movilidad –o no- de los oferentes, de los demandantes, y/o de los oferentes y demandantes. A continuación se presenta la clasificación de las transacciones internacionales del comercio de servicios como punto de partida para el análisis de las distintas especificaciones de su comercio internacional.

Clasificación de las transacciones internacionales de servicios

	los oferentes no se trasladan	los oferentes se trasladan
los demandantes no se trasladan	<p>SERVICIOS TIPO 1</p> <p>COMERCIO TRANSFRONTERIZO</p> <p>1.1.COMERCIO DE BIENES</p> <p>Ej.: ss. profesionales y financieros, ss. turísticos a través de redes de comunicación</p> <p>1.2. COMERCIO DE FACTORES SIN MOVILIDAD</p> <p>Ej.: capacidad empresarial</p>	<p>SERVICIOS TIPO 3</p> <p>COMERCIO DE FACTORES</p> <p>MOVIMIENTO TEMPORAL</p> <p>movilidad internacional física de los factores</p> <p>Ej.: servicios de consultores</p> <p>SERVICIOS TIPO 4</p> <p>INVERSION EXTRANJERA DIRECTA</p> <p>MOVIMIENTO PERMANENTE</p> <p>presencia comercial</p> <p>Ej.: bancos, seguros</p>
los demandantes se trasladan	<p>SERVICIOS TIPO 2</p> <p>CONSUMO EN EL EXTRANJERO</p> <p>2.1. COMERCIO DE BIENES</p> <p>MOVIMIENTO TEMPORAL</p> <p>Ej.: turismo (visión tradicional), educación</p>	

2.2. MIGRACIÓN

MOVIMIENTO PERMANENTE

Comercio de servicios a nivel de bienes (comercio transfronterizo) que no requiere movilidad física

Bajo este tipo de transacción internacional –para la cual no se requiere la proximidad física entre oferentes y demandantes y, por lo tanto, no se requiere movilidad física de ninguno de ellos-, los residentes domésticos pueden comprar los servicios en otro país de forma más barata, sin necesidad de ningún tipo de movilidad internacional. Los servicios en su carácter de finales son el objeto de la transacción internacional. Ejemplos de este tipo de transacciones son los servicios profesionales y financieros que pueden circular a través de redes de comunicación, servicios de correo o telecomunicaciones, la transmisión electrónica de datos, y el servicio de videoconferencia.

SERVICIO FINAL TRANSABLE que no requiere movilidad física de los demandantes ni de los oferentes = f (factores de producción locales no transables)

Comercio de servicios a nivel de factores que no requiere movilidad física

Este es un tipo de transacción internacional de servicios a nivel de los factores de producción que no requiere proximidad física entre oferentes y demandantes. Se trata de una transacción internacional de los servicios de los factores de producción, a través de la tecnología adecuada, sin necesidad de movilidad física. Los servicios como insumos intermedios¹⁰⁶ –factores de producción- son el objeto de la transacción internacional y pueden producir bienes no transables, bienes transables o servicios. El comercio de la capacidad empresarial es el ejemplo clave en este tipo de transacción.

SERVICIO FINAL TRANSABLE/ NO TRANSABLE = f (SERVICIOS INTERMEDIOS TRANSABLES que no requieren movilidad física de los demandantes ni de los oferentes; factores de producción locales no transables)

¹⁰⁶ En el mundo real, los bienes finales se producen utilizando factores productivos (como trabajo y capital) y bienes o servicios intermedios. Se trata de bienes o servicios comprados por las firmas para ser utilizados en los procesos de producción de otros bienes o servicios finales y cuyo objetivo no es satisfacer la demanda final. En particular, muchas de las actividades de servicios constituyen insumos de carácter intermedio. A su vez, una gran proporción del comercio mundial se realiza en productos intermedios y también una gran proporción de los servicios transados constituye comercio de servicios intermedios (Sanyal y Jones, 1982; Bhagwati, 1984; Jones y Kierzkowski, 1990; Markusen, 1989; Burgess, 1990). Una línea de investigación en relación a los insumos intermedios ha sido la de establecer la validez de los teoremas de Heckscher-Ohlin, Stolper-Samuelson y Rybczynski. Burgess (1990) demuestra que, con algunas pequeñas modificaciones, el modelo estándar de Heckscher-Ohlin puede ser aplicado a esta clase de servicios. Sin embargo, los aspectos de mayor interés en la investigación para esta caracterización de los servicios se refieren a las consecuencias de su liberalización y sus efectos sobre el bienestar, las estructuras industriales y la competitividad internacional de las industrias de bienes y servicios de las economías. En particular, se hace referencia al hecho de que proteger ciertos sectores de servicios puede incrementar sus precios domésticos y, al ser utilizados como insumos intermedios en los procesos productivos de otros bienes finales, esta protección –que incrementa el costo de los bienes intermedios- también puede aumentar el precio de ciertos bienes de exportación (Bhagwati, 1984; Burgess, 1990). Resulta de utilidad también el análisis de los distintos escenarios en comercio internacional cuando se consideran insumos intermedios transables o no transables (Hazari et.al., 1981; Helpman y Krugman, 1985).

BIEN FINAL TRANSABLE/ NO TRANSABLE = f (SERVICIOS INTERMEDIOS TRANSABLES que no requieren movilidad física de los demandantes ni de los oferentes; factores de producción locales no transables)

Comercio de servicios a nivel de bienes (consumo en el extranjero) que requiere movilidad física

En este tipo de transacción se requiere la proximidad física entre oferentes y demandantes, siendo los demandantes del bien los que se trasladan. Como ejemplos pueden citarse el desplazamiento de los individuos por motivos de salud o educación.

SERVICIO FINAL TRANSABLE que requiere movilidad física de los demandantes = f (factores de producción locales no transables).

Comercio de servicios a nivel de factores que requiere movilidad física

Estas transacciones suponen que los factores de producción se mueven internacionalmente y, junto con los factores de producción locales, producen bienes o servicios, transables o no transables. El comercio de servicios incluye en esta modalidad el desplazamiento temporal de los factores de producción y la presencia comercial como movimiento permanente. En ambos casos se incluyen una gran cantidad de servicios a empresas que pueden brindarse en forma temporal o permanente en países extranjeros, entre otros, servicios de asesoría legal y contable, servicios de auditores, servicios de publicidad, ingeniería, seguros, y transporte.

SERVICIO FINAL TRANSABLE/ NO TRANSABLE = f (SERVICIOS INTERMEDIOS TRANSABLES que requieren movilidad física de los oferentes; factores de producción locales no transables)

BIEN FINAL TRANSABLE/ NO TRANSABLE = f (SERVICIOS INTERMEDIOS TRANSABLES que requieren movilidad física de los oferentes; factores de producción locales no transables)

II.4.3.3.1. APLICACIONES DE LOS MODELOS DE COMERCIO A LOS SERVICIOS

Ventaja comparativa y servicios

Deardorff (1985) realiza la primer consideración formal y demuestra la aplicación del principio débil de la ventaja comparativa a los servicios bajo competencia perfecta considerando un modelo de Heckscher-Ohlin con un bien y un servicio. La ley débil de la ventaja comparativa establece que existe una correlación

negativa entre los precios relativos de autarquía de un país y su patrón de exportaciones netas (Deardorff, 1980). Presenta, bajo este contexto, algunos casos particulares con ciertas dificultades para verificar la validez de este principio:

i) Complementareidad entre el comercio de bienes y de servicios

En este caso, ciertos servicios (fundamentalmente, los servicios de transporte) existen por el comercio de bienes. Es decir, los servicios son inducidos por el comercio de bienes, que constituye una fuente de demanda por una variedad de servicios. Deardorff (1985) concluye que el principio de la ventaja comparativa se aplica a pesar de que, por definición, estos servicios no existen en autarquía. Como consecuencia, dada la imposibilidad de conocer los precios de los servicios en autarquía, no puede medirse la ventaja comparativa aislada de éstos.

ii) Comercio de factores que requieren movilidad física

Este tipo de comercio se refiere al establecimiento físico de una planta (inversión extranjera directa) y/o el movimiento físico de los trabajadores hacia el país importador para poder proveer el servicio. Si el comercio de servicios es una forma de movimiento internacional de factores, entonces está determinado por el principio de la ventaja comparativa.

iii) Comercio de factores que no requieren movilidad física

La producción de servicios puede realizarse con factores de producción que no están presentes físicamente y que pueden ser comerciados a través de tecnología adecuada.

Deardorff (1985) demuestra que la ley de la ventaja comparativa se aplica a los servicios, teniendo en cuenta sus características específicas. Por su parte, Hindley y Smith (1984) comparten la visión de Deardorff (1985). Consideran que los modelos teóricos para analizar a los servicios no necesariamente deben ser diferentes de los que se utilizan para analizar los bienes.¹⁰⁷ Por su parte, Melvin (1989) analiza un caso especial de servicios (*producer services*) y concluye que la inclusión de los servicios en el modelo estándar de Heckscher-Ohlin requiere un enfoque diferente que necesita una reinterpretación de la ley de la ventaja comparativa.

Competencia imperfecta y servicios

Sapir y Winter (1995) consideran que muchas industrias de servicios presentan economías de escala y operan bajo competencia imperfecta y por lo tanto, el concepto de ventaja comparativa no es suficiente para explicar los patrones de comercio. Si bien se ha reconocido el rol de la competencia imperfecta en las actividades de servicios, en general, ninguna teoría ha intentado analizar las implicancias para los patrones de comercio.

II.4.3.3.2. EL TURISMO BAJO LAS DISTINTAS MODALIDADES DEL COMERCIO DE SERVICIOS

La mayoría de la literatura considera al turismo como un sector perteneciente a la economía de los servicios, tradicionalmente caracterizados como actividades no transables. Sin embargo, desde hace ya algún tiempo, la Organización Mundial del Comercio considera que –bajo diferentes modalidades- todas las actividades de

¹⁰⁷ “None of the potential difficulties of applying the normative theory of comparative cost to trade and investment in service industries appears to yield any a priori reason to suppose that the theory does not apply” (Hindley y Smith, 1984: 386).

servicios pueden ser transadas en los mercados internacionales. En particular, la clasificación de las transacciones internacionales de servicios incluye al turismo dentro de un tipo de transacción definida por el hecho de que mientras los oferentes o proveedores del servicio no se desplazan, sí lo hacen los demandantes. Se trata de un movimiento temporal de los consumidores que permite el comercio de turismo (servicios tipo 2). A su vez, la evolución en el concepto de transacciones internacionales de bienes y servicios, la desregulación de algunas actividades, y el carácter de exportaciones no tradicionales que adquieren en ciertos casos son algunos de los aspectos que han hecho que pueda enfocarse el análisis del turismo desde otra perspectiva dentro de las transacciones internacionales, tanto de bienes como de servicios.

A continuación se presentan las diferentes definiciones y caracterizaciones bajo las que puede englobarse al turismo. Cada una de ellas responde a distintas particularidades, pudiendo aplicarse a situaciones específicas y sin necesidad de que las definiciones sean excluyentes entre sí.

El turismo como bien final transable, como comercio de servicios a nivel de bienes (consumo en el extranjero) que requiere movilidad física

El turismo –a diferencia de los bienes industriales- se consume en el propio país receptor de la demanda turística dado que los demandantes extranjeros se desplazan para consumir bienes y servicios disponibles en el país de destino. Es así como el turismo está sujeto a demanda doméstica y a demanda internacional, pudiendo ser considerado un bien transable como cualquier otro. Sólo debe tenerse en cuenta la particularidad que requiere el desplazamiento de los demandantes para su consumo y no el desplazamiento del bien en sí mismo. Es importante notar que esta particularidad es también la que convierte al turismo en un servicio transable (servicios tipo 2).

TURISMO = BIEN FINAL TRANSABLE que requiere movilidad física de los demandantes = f (factores de producción locales no transables)

TURISMO = SERVICIO FINAL TRANSABLE que requiere movilidad física de los demandantes = f (factores de producción locales no transables)

El turismo como comercio de servicios a nivel de bienes (comercio transfronterizo) que no requiere movilidad física

Algunos aspectos del comercio de turismo pueden caracterizarse bajo una de las especificaciones modernas del comercio de servicios. En particular, bajo un tipo de transacción para la que la proximidad física no es esencial, de modo que los demandantes de un país obtienen servicios producidos por oferentes localizados en otro país, permaneciendo ambos inmóviles. El comercio se manifiesta al permitir a los residentes domésticos comprar los servicios en otro país sin necesidad de movilidad de los demandantes ni de los oferentes.

TURISMO = SERVICIO FINAL TRANSABLE que no requiere movilidad física de los demandantes ni de los oferentes = f (factores de producción locales no transables)

El turismo como comercio de servicios a nivel de factores que no requiere movilidad física

Se trata de un tipo de transacción que implica el comercio de turismo a nivel de factores de producción, a través de servicios o insumos intangibles, como la capacidad empresarial. Para este tipo de comercio de factores no se requiere la movilidad física de demandantes ni de oferentes, sino que se realiza la transacción a través de tecnología adecuada. Ejemplos pueden encontrarse en los servicios de alojamiento o de agencias de viajes donde los factores de producción locales se combinan con la capacidad empresarial –en plantas de producción del propio país o del extranjero- para proveer el bien o servicio.

TURISMO = BIEN FINAL TRANSABLE/ NO TRANSABLE = f (TURISMO = SERVICIOS INTERMEDIOS TRANSABLES que no requieren movilidad física de los demandantes ni de los oferentes; factores de producción locales no transables)

TURISMO = SERVICIO FINAL TRANSABLE/ NO TRANSABLE = f (TURISMO = SERVICIOS INTERMEDIOS TRANSABLES que no requieren movilidad física de los demandantes ni de los oferentes; factores de producción locales no transables)

El turismo como comercio de servicios a nivel de factores que requiere movilidad física

Se trata de un tipo de transacción que implica desplazamiento físico de los factores de producción, ya sea temporario (desplazamiento de un chef internacional) o permanente (inversión extranjera directa).

II.5. CONCLUSIONES

Definir y caracterizar económicamente al turismo es una de las tareas pendientes dentro de la investigación económica. Si bien existen definiciones de turismo y turista con más de dos siglos de antigüedad, si bien la literatura especializada en turismo ha proporcionado definiciones enfatizando los aspectos más variados, no se conocen hasta el momento trabajos que se refieran a la caracterización puramente económica del turismo. Este capítulo constituye entonces un instrumento de singular importancia en el campo de la economía del turismo, dado que es pionero en la definición y caracterización económica del turismo. Se trata de brindar las herramientas necesarias para analizar los diferentes aspectos económicos del turismo y colaborar en aspectos relacionados con la política económica en turismo.

En este capítulo la definición y caracterización económica del turismo se desarrolla en base a dos líneas de investigación principales. Por un lado, la demanda de turismo como demanda de un bien homogéneo o como demanda de productos diferenciados. Por otro lado, el turismo como un bien o un servicio, de carácter transable o no transable. Las restricciones de precios e ingreso, la variedad de productos, la diferenciación de productos, las características particulares de los bienes y servicios, la posibilidad de comerciar bienes o

servicios bajo distintas modalidades, entre otros, son algunos de los principales aspectos que buscan definir y caracterizar económicamente al turismo. En este trabajo, ninguno de ellos es excluyente entre sí.

Cuando se hace referencia a la demanda de turismo como la demanda de un bien final homogéneo, la teoría clásica del consumidor brinda una explicación adecuada. Los individuos maximizan su utilidad bajo su restricción presupuestaria. En este caso, la restricción presupuestaria está acompañada de una restricción de tiempo. Existen atractivos turísticos complementarios o sustitutos. Existen destinos de lujo, normales o inferiores. Existe una demanda por turismo como bien homogéneo y bajo la misma explicación económica que para cualquier otro bien de esta clase.

Con Hotelling (1929), la literatura económica avanza con las teorías de la localización que, recién a fines de la década del 60 con el aporte de Lancaster (1966), pueden ligarse a la diferenciación de productos. Es así como las teorías que buscan explicar la existencia de demanda de productos diferenciados son otros excelentes ejemplos que pueden aplicarse a la demanda de turismo. La demanda de una variedad ideal de un producto (Hotelling, 1929; Helpman, 1981; Helpman y Krugman, 1985), el gusto por la variedad (Spence, 1976; Dixit y Stiglitz, 1977), la diferenciación según las características de los bienes (Lancaster, 1966; 1979) y la diferenciación de productos según el lugar de producción (Armington, 1969) explican –cada una bajo ciertas particularidades y modalidades- las diversas manifestaciones del turismo.

Tradicionalmente, la teoría del comercio internacional consideraba a los servicios como actividades no transables debido a la necesidad de proximidad física entre oferentes y demandantes. El turismo se incluía dentro de las actividades de servicios y se lo caracterizaba como no transable, implicando que la demanda doméstica sólo podía ser satisfecha con oferta doméstica y que el precio del bien se determinaba endógenamente. Actualmente, la Organización Mundial del Comercio considera que todos los servicios –bajo distintas modalidades- son transables e incluye al turismo dentro de un tipo de transacción para la que se requiere el desplazamiento físico de los consumidores. Esto es, la demanda doméstica y la demanda internacional pueden ser satisfechas con oferta doméstica; y el precio del bien se determina endógenamente. A partir de esta caracterización del turismo, este trabajo avanza un paso más y entiende que el turismo no sólo está incluido bajo esta modalidad. Pueden encontrarse ejemplos de distintos aspectos, mercados o actividades del turismo que se enmarcan dentro de las otras modalidades del comercio de servicios. Sistemas de reservas electrónicas –no es necesaria la movilidad física de los demandantes ni de los oferentes-; comercio de capacidad empresarial –no es necesaria la movilidad física de los demandantes ni de los oferentes-; inversión extranjera directa o movilidad factorial temporaria; etc. son algunos de estos ejemplos.

A su vez, cuando se hace referencia al carácter transable del turismo, ya sea entendiéndolo como un bien o un servicio, este trabajo es también uno de los únicos en adecuar las teorías del comercio internacional que explican el flujo de comercio de bienes o de servicios entre países a los flujos de turismo entre países. Nuevamente, ninguna teoría es excluyente entre sí. Existen explicaciones diferentes para cada una de las formas de turismo que se desarrollan en la actualidad: modelos de ventaja comparativa (diferencias entre los países en tecnología o en dotación de factores), economías de escala y diferenciación de productos (competencia monopolística), economías externas, modelos de brecha tecnológica y ciclo de producto.

ANEXO II.1

LOS COSTOS DE TRANSPORTE EN LA TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

II.1.1. INTRODUCCIÓN

Así como la teoría del comercio internacional sólo recientemente ha incorporado el análisis de los bienes no transables dentro de los modelos de comercio luego de haber sido un tema dejado de lado durante largo tiempo, los costos de transporte todavía no han logrado captar la atención necesaria entre los teóricos. Si bien se reconoce su importancia, tanto conceptual como empírica, éstas no parecen ser razones suficientes para captar el interés de la investigación (Hadley y Kemp, 1966; Kindleberger, 1973; Falvey, 1976; Cassing, 1978; Casas, 1983). Esto resulta más que sorprendente, principalmente en el dominio del comercio internacional, donde los costos de transporte resultan significativos y, como es natural, notablemente mayores que para el comercio interno. Según Casas (1983), en los textos de economía internacional, el tema de los costos de transporte ha sido directamente ignorado o bien ha sido estudiado de forma tal que no ha permitido obtener conclusiones relevantes en relación a sus efectos sobre asignación de recursos, distribución o sus implicancias sobre el bienestar. Por su parte, algunos autores han realizado estudios más sofisticados del problema, adoptando supuestos tan restrictivos que resultan demasiado complicados para obtener alguna conclusión de utilidad.

En el contexto del comercio internacional, el análisis de los servicios de transporte no puede ser visto simplemente como un proceso sujeto a las mismas leyes y/o restricciones que cualquier otro sector. Las diferencias entre la demanda de los servicios de transporte y la demanda de bienes transables resultan obvias, ya sea porque es necesario tener en cuenta, por ejemplo, el impacto del progreso técnico en el sector transporte sobre el comercio de bienes, o la influencia de ciertos impuestos o subsidios que pueden ser aplicados sobre este sector. El objetivo de este anexo es presentar brevemente el enfoque del análisis de los costos de transporte en la teoría del comercio internacional y sus implicancias para el turismo.

II.1.2. LOS MODELOS

El modelo de Samuelson (1954) y Mundell (1968)

El primer antecedente del análisis de los costos de transporte en la teoría del comercio internacional se remonta a las décadas del 50 y 60, con los trabajos de Samuelson (1954) y Mundell (1968). Estos autores incorporan los costos de transporte en sus modelos, pero con un supuesto demasiado simplificador: los costos de transporte se manifiestan en términos de “sacrificios” de los bienes transables.¹⁰⁸ El rasgo más destacable de este supuesto es que la introducción de los servicios de transporte no altera el lado de la

¹⁰⁸ “To carry each good across the ocean you must pay some good itself. Rather than set up elaborate models of a merchant marine, invisible items, etc. we can achieve our purpose by assuming that just as only a fraction of ice exported reaches its destination as unmelted ice so will (...) fraction of a country’s exports (...) reach the other country as imports” (Samuelson, 1954: 268).

producción de la economía porque la provisión de este servicio no absorbe directamente factores productivos.¹⁰⁹

El modelo de Herberg (1970)

Herberg (1970, en Casas, 1983) supone que los servicios de transporte son diferentes de los bienes transables, que pueden ser ofrecidos por cualquier país, y que cada país transporta sus propias importaciones. El modelo supone diferentes tecnologías para dos bienes transables en dos países, así como diferentes tecnologías para los servicios de transporte. Este modelo concluye que la tecnología tiene un rol importante en determinar el precio de equilibrio de los bienes transables.

El modelo de Falvey (1976)

El modelo de Falvey (1976) se asemeja al de Herberg (1970) en que ambos suponen que la tecnología de producción de los servicios del transporte es diferente a la de los bienes transables. Sin embargo, la diferencia entre estos modelos radica en que Herberg (1970) asigna arbitrariamente la producción del transporte entre los dos países (al suponer que cada país transporta sus propias importaciones) y Falvey (1976) establece que los costos de producción -la tecnología en el sector transporte- son los que determinan la oferta de los servicios de transporte y por lo tanto, el origen de los recursos usados para transportar los bienes. En relación a la tecnología, Falvey (1976) supone que son idénticas para los bienes transables en los dos países y que la tecnología del transporte es idéntica para los dos bienes y en los dos países. Es importante destacar que Falvey (1976) hace mención a lo restrictivo que supone su enfoque: bajo ciertos supuestos, un modelo de Heckscher-Ohlin con dos factores y tres bienes implica especialización en la producción de uno de los bienes, en este caso, en la industria del transporte. Si bien un modelo más general podría considerar a los dos países produciendo los tres bienes, esto introduciría complicaciones que el autor considera innecesarias y muy ambiciosas.

El modelo de Casas (1983)

Un planteo intermedio entre los modelos de Herberg (1970) y Falvey (1976) es el de Casas (1983) donde se considera que la tecnología de los servicios de transporte es diferente para cada bien transable, pero idéntica entre países. La conclusión de este modelo es que los recursos que se utilizan en los servicios de transporte se originan en ambos países y que la tecnología y las condiciones del mercado son las que determinan la contribución de cada país. A diferencia de los modelos anteriores donde se busca determinar, como en el caso de los bienes, cuál es el país que ofrece estos servicios, en este enfoque se reconoce que el transporte es un sector adecuado para la producción conjunta entre los países exportadores e importadores.¹¹⁰

¹⁰⁹ Como menciona Falvey (1976), en este caso sería posible derivar el proceso productivo del transporte transformando los bienes sacrificados en insumos utilizados implícitamente.

¹¹⁰ "TRANSPORTATION INVARIABLY CALLS FOR THE JOINT PRODUCTIVE PARTICIPATION OF THE EXPORTING AND IMPORTING COUNTRIES. WHETHER WE CONSIDER TRUCKING, SHIPPING, AIR FREIGHT OR RAILWAYS, IT BECOMES IMMEDIATELY APPARENT THAT RESOURCES FROM THE COUNTRY OF ORIGIN AS WELL AS FROM THE COUNTRY OF DESTINATION OF THE GOODS CARRIED WILL BE USED UP IN THE PROCESS OF EFFECTING THEIR TRANSPORT FROM ONE COUNTRY TO THE OTHER" (CASAS, 1983: 106).

Modelos	Tecnología de los bienes transables	Tecnología de los servicios de transporte	
	(entre países)	(entre bienes)	(entre países)
Herberg (1970)	diferente	diferente	diferente
Falvey (1976)	igual	igual	igual
Casas (1983)	igual: modelo de Falvey con otros supuestos: modelo de Herberg	diferente	igual

El modelo de Deardorff (1985)

En el modelo de Heckscher-Ohlin considerado por Deardorff (1985) de un bien y un servicio, los servicios toman un carácter especial: se trata de servicios que resultan complementarios al comercio en bienes y que se ofrecen solamente con el objetivo de que el comercio internacional en bienes sea posible. Deardorff (1985) analiza el rol de este tipo de servicios en tres situaciones diferentes:

- i) autarquía (no hay comercio de bienes ni de servicios): los servicios no se producen porque no hay comercio en bienes;
- ii) libre comercio (tanto de bienes como de servicios): bajo libre comercio de bienes y servicios, los bienes y servicios que un país exporta deben costar menos en autarquía que los que importa, confirmando la teoría tradicional de la ventaja comparativa;
- iii) semiautarquía (solamente comercio de bienes): bajo libre comercio de bienes solamente, la teoría de la ventaja comparativa explica el comercio de bienes (incluso aunque los servicios complementarios no sean comerciados) pero son considerados explícitamente en el modelo.

En síntesis, el principio de la ventaja comparativa es válido para explicar patrones de comercio de bienes y servicios complementarios.

El modelo de Cassing (1978)

Cassing (1978) presenta una extensión del modelo tradicional de Heckscher-Ohlin que incorpora los costos de transporte y lo compara con el análisis de los bienes no transables en el mismo contexto. Bajo este enfoque, la incorporación de los costos de transporte modifica la estructura usual del modelo de dos bienes y dos factores en tres direcciones:

- i) se introduce una tercera industria que compite por los recursos domésticos (la industria de los servicios de transporte);
- ii) se incorporan elementos de consumo conjunto, dado que cada unidad de importaciones requiere que se consuman los servicios del transporte;

iii) se relacionan directamente los precios de los bienes: los precios fob (*free on board*, en el punto de origen) y los precios cif (*cost, insurance and freight*; costo, seguro y flete) difieren por los cargos del transporte ($P_t = P_t^* + P_{\text{servicios de transporte}}$)

Cuando en el modelo tradicional de Heckscher-Ohlin se incorporan los bienes no transables, el análisis se modifica del siguiente modo:

- i) se introduce una tercera industria que compite por los recursos domésticos (la industria de los bienes no transables);
- ii) no hay elementos de consumo conjunto bajo este enfoque;
- iii) los precios de los bienes no se relacionan directamente ($P_t^{NP} = P_t^{RM}$).

A los fines de hacer los modelos comparables, es necesario introducir elementos de consumo conjunto en la extensión del modelo de Heckscher-Ohlin con bienes no transables, de modo tal que bajo esta modificación, el modelo reúne las siguientes propiedades:

- i) se introduce una tercera industria que compite por los recursos domésticos (la industria de los bienes no transables);
- ii) se incorporan elementos de consumo conjunto, al suponer que uno de los bienes transables no puede ser consumido si no se le adiciona una unidad del bien no transable;
- iii) los precios de los bienes no se relacionan directamente, pero como ahora un bien transable se consume en conjunto con un bien no transable, puede ocurrir que la suma de los precios de estos bienes consumidos en conjunto -*consumed in tandem*- ($P_t = P_t^{RM} + P_{\text{servicios de transporte}}$) se muevan en forma opuesta a un cambio exógeno en P_t^{RM} (pues $P_{\text{servicios de transporte}}$ se determina endógenamente).

La diferenciación de estos modelos tiene implicancias obvias para la política comercial: mientras que el teorema de Stolper-Samuelson se verifica para el modelo de bienes no transables, los resultados no se mantienen en el modelo con costos de transporte. En cambio, el teorema de Rybczynski se modifica cualitativamente en ambos casos.

II.1.3. EL TURISMO Y LOS COSTOS DE TRANSPORTE

Uno de los aspectos diferenciales del turismo es que los bienes y servicios turísticos no son transportados hacia los usuarios sino que los consumidores son transportados hacia los bienes o servicios. Como consecuencia, los costos de transporte y las facilidades de infraestructura resultan de gran importancia para el turismo, incluso mayor que para el comercio de bienes. A diferencia del análisis del transporte para el comercio de bienes donde el aspecto cuantitativo de mayor importancia lo representa el comercio internacional y no se le asigna tanta importancia a los costos de transporte que afectan a los flujos interregionales de bienes (Melvin, 1985), en el caso del turismo la importancia de los costos de transporte a nivel internacional, interregional e incluso nacional resulta fundamental. En el documento de trabajo sobre el turismo presentado por el Banco Mundial (1972: 5-6) se evidencia la preocupación por los costos de transporte y se enfatiza el dinamismo y la evolución temporal de los profundos cambios que se experimentan

en este sector. “El volumen de los viajes al exterior depende (...) de su localización geográfica (...) Los costos de transporte son un elemento esencial en la determinación de las corrientes turísticas.”

Tena López (1990) afirma que el hecho turístico requiere una apreciable cantidad de servicios de transporte. Si bien la intención turística precede al transporte, resulta conveniente analizar hasta qué punto y de qué manera el turismo se ve afectado por la estructura del sistema de transporte. Del mismo modo, también conviene analizar cómo los factores que contribuyen a originar turismo inciden en el desarrollo de los transportes. De acuerdo a este autor, la relación entre la promoción del turismo y la promoción del transporte puede ser de importancia en ciertos segmentos del mercado, tanto en términos puramente técnicos (infraestructura, facilitación, enlaces, frecuencias, sistemas de información y reservas, etc.) como económicos (tarificación en general, accesos al mercado, defensa de la competencia, etc.).

El enfoque de los costos de transporte puede aplicarse perfectamente al caso del turismo. Por un lado, cuando se considera que los servicios de transporte son una actividad productiva complementaria al comercio de bienes. Se supone que existe una perfecta complementariedad entre el comercio de bienes y la provisión de servicios: la cantidad de servicios es proporcional al flujo internacional de bienes. Esta modelización del transporte como actividad productiva puede resultar apropiada para el planteo de un modelo teórico donde se considera que la cantidad de servicios producido es proporcional no al flujo internacional de bienes sino al flujo internacional de turistas. En otras palabras, se analizan los servicios de transporte como complementarios al flujo de turistas, tomando el turismo entonces el carácter de transable. Por otro lado, el análisis también se aplica cuando se considera un modelo que incorpora a los servicios de transporte como una tercera industria que compite por los recursos locales. En este caso, se destaca su similitud con un modelo que incorpora bienes no transables.

REFERENCIAS

- Armington, P.S. 1969. "A theory of demand for products distinguished by place of production." *International Monetary Fund Staff Papers* Vol. XVI, N°1: 159-178.
- Balassa, B. 1966. "Tariff reductions and trade in manufactures." *American Economic Review* 56: 466-473.
- Balassa, B. 1990. *The Uruguay Round: services in the world economy*. The World Bank and the United Nations Centre on Transnational Corporations. Washington DC.
- Baldwin, R.E. 1984. "Trade policies in developed countries." En Jones, R.W. y P.B.Kenen (editores). 1984. *Handbook of International Economics*. Vol. I. Ámsterdam.
- Banco Mundial. 1972. "Turismo. Documento de trabajo sobre el sector." Washington DC.
- Batra, R.N. 1973. "Nontraded goods, factor market distortions and the gains from trade." *American Economic Review* Vol. 63: 706-713.
- Batra, R.N. 1975. "Nontraded goods, factor market distortions and the gains from trade: reply." *American Economic Review* Vol. 65: 251-252.
- Beath, J. y Y. Katsoulacos. 1991. *The economic theory of product differentiation*. Cambridge University Press. Cambridge.
- Bhagwati, J. 1984. "Splintering and disembodiment of services and developing nations." *The World Economy* 7, N° 2: 133-143.
- Bhagwati, J. 1987. "Trade in services and the multilateral trade negotiations." *The World Bank Economic Review* Vol.1, N° 4: 549-569.
- Bhagwati, J. 1997. "Splintering and disembodiment of services and developing nations." En Balasubramanyam, V.N. (editor). 1997. *Writings on international economics*. Oxford University Press. Delhi.
- Brainard, L. 1992. "A simple theory of multinational corporations and trade with a trade-off between proximity and concentration." Mimeo. The MIT Press. Cambridge, Massachusetts.
- Buckley, P.J. y M. Casson. 1976. *The future of multinational enterprise*. Macmillan. Londres.
- Bull, A. 1994. *La economía del sector turístico*. Alianza Editorial. Madrid.
- Burgess, D.F. 1990. "Services as intermediate goods: the issue of trade liberalization." En Jones, R. y A. Krueger (editores). 1990. *The political economy of international trade*. Basil Blackwell. Oxford.
- Butler, R.W. 1980. "The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources." *Canadian Geographer* 14: 5-12.
- Campos, J. 1991. "El comercio internacional de servicios." En de la Balze, F. 1991. *La inserción argentina en el comercio internacional*. Editorial Manantiales. Buenos Aires.
- Casas, F.R. 1983. "International trade with produced transport services." *Oxford Economic Papers* Vol. 35, N° 1: 89-109.
- Cassing, J. 1978. "Transport cost in international trade theory: a comparison with the análisis of nontraded goods." *Quarterly Journal of Economics* Vol. XCII, N° 4: 535-550.
- Caves, R.E. 1971. "International corporations: the industrial economics of foreign investment." *Economica* 38: 1-27.

- Chacholiades, M. 1988. *Economía Internacional*. McGrawHil. Mexico.
- Chamberlin, E. 1933. *The theory of monopolistic competition*. Harvard University Press. Cambridge. Massachussets.
- Cooper, C.P. 1992. "The life cycle concept and tourism. En Johnson, P. y B. Thomas (editores). 1992. *Choice and demand in tourism*. Mansell. Londres.
- Copeland, B. 1991. "Tourism, welfare and de-industrialization in a small open economy." *Economica* 58: 515-529.
- Crouch, G.I. 1992. "Effect of income and price on international tourism." *Annals of Tourism Research* 19: 643-664.
- Cuadrado Roura, J.R. y C. del Río Gómez. 1993. *Los servicios en España*. Ediciones Pirámide. Madrid.
- Deardorff, A.V. 1980. "The general validity of the law of comparative advantage." *Journal of Political Economy* Vol 88, Nº 5: 941-957.
- Deardorff, A.V. 1984. "Testing trade theories and predicting trade flows." En Jones, R.W. y P.B.Kenen (editores). 1984. *Handbook of International Economics*. Vol. I. Ámsterdam.
- Deardorff, A.V. 1985. "Comparative advantage and international trade and investments in services." En *Trade and investments in services: Canada/US perspectives*. Toronto. Ontario Economic Council.
- Dixit, A. Y J. Stiglitz. 1977. "Monopolistic competition and optimum product diversity." *American Economic Review* 67: 297-308.
- Dixit, A. 1979. "Quality and quantity competition." *Review of Economic Studies* 44: 587-599.
- Dixit, A.K. y V. Norman. 1980. *Theory of international trade. A dual, general equilibrium approach*. Cambridge University Press. Inglaterra.
- Dorfman, R. y P.O. Steiner. 1954. "Optimal advertising and optimal quality." *American Economic Review* 44: 816-836.
- Dornbusch, R., S. Fisher y P. Samuelson. 1977. "Comparative advantage, trade and payment in Ricardian model with a continuum of goods." *American Economic Review* 67: 823-839.
- Dunning, J.H. (editor). 1971. *The multinational corporation*. Macmillan. Londres.
- Dunning, J.H. 1973. "The determinants of international production." *Oxford Economic Papers* 25: 289-336.
- Eiglier, P. y E. Langeard. 1989. *Servucción. El marketing de los servicios*. Mc Graw Hill. París.
- Ethier, W.J. 1972. "Nontraded goods and the Heckscher-Ohlin model." *International Economic Review* Vol. 13, Nº 1: 132-147.
- Ethier, W.J. 1984. "Higher dimensional issues in trade theory." En Jones, R.W. y P.B.Kenen (editores). *Handbook of International Economics*. Vol. I. Ámsterdam.
- Ethier, W.J. 1986. "The multinational firm." *Quarterly Journal of Economics* 101: 805-834.
- Estudios Turísticos* Nº 139. Instituto de Estudios Turísticos. Madrid.
- Falvey, R.E. 1976. "Transport costs in the pure theory of international trade." *Economic Journal* 86: 536-550.

Galvey, R.E. 1994. "The theory of international trade." En Greenaway y L.A. Winters (editores). Surveys in international trade. Blackwell Publishers. Oxford.

Furió Blasco, E. 1997. "Turismo, bienes públicos y efectos externos de mercado." *Papers de Turisme* 21: 29-61.

Gibson, L.J 1993. "The potential for tourism development in nonmetropolitan areas." En Barkley, D.L. (editor).1993. *Economic Adaptation: Alternatives for nonmetropolitan areas*. Westview Press. Boulder. Colorado.

González Gómez, F. 1999. *Comercio internacional de servicios: revisión conceptual y especial referencia al caso español*. Universidad de Granada. España.

Greenfield, H.T. 1966. *Manpower and the growth of producer services*. Columbia University Press. Nueva York.

Grossman, G.M. (editor). 1992. *Imperfect competition and international trade*. The MIT Press. Cambridge. Massachusetts.

Grubel, H.G. y P.J. Lloyd. 1975. *Intra-industry trade. The theory and measurement of international trade in differentiated products*. John Wiley. Nueva York.

Gutiérrez Junquera, P. 1993. *El crecimiento de los servicios*. Alianza Editorial. Madrid.

Hadley, G. y M. Kemp. 1966. "Equilibrium and efficiency in international trade." *Metroeconomica*. Mayo-Agosto: 125-141.

Hazari, B.R., P.M. Sgro, y D.C.Suh. 1981. Non-traded and intermediate goods and the pure theory of international trade. Croom Helm. Londres.

Heckscher, E.F. 1919. "The effect of foreign trade on the distribution of income." Reimpreso en Ellis, H.S. y L.M. Metzler. 1950. *Readings in the theory of international trade*. Irwin. Homewood. Ill.

Helpman, E. 1981. "International trade in the presence of product differentiation, economies of scale and monopolistic competition. A Chamberlin-Heckscher-Ohlin approach." *Journal of International Economics* 11: 305-340.

Helpman, E. 1984a. "The factor content of foreign trade." *Economic Journal* 94: 84-94.

Helpman, E. 1984b. "A simple theory of international trade with multinational corporations." *Journal of Political Economy* 92: 451-471.

Helpman, E. 1985. "Multinational corporations and trade structure." *Review of Economic Studies* 52: 443-458.

Helpman, E. y P.Krugman. 1985. *Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*. MIT Press. Cambridge. Massachusetts.

Hill, T.P. 1977. "On goods and services." *The Review of Income and Wealth* 23: 315-338.

Hindley, B. y A. Smith. 1984. "Comparative advantage and trade in services." *The World Economy* 7: 369-390.

Horstmann, I. y J. Markusen. 1992. "Endogenous market structures in international trade." *Journal of International Economics* 32: 109-129.

Hotelling, H. 1929. "Stability in competition." *Economic Journal* 39: 41-57.

Informe de Desarrollo Mundial. 1994. *Infraestructure for development*. Oxford University Press. Washington.

Johnson, H.G. 1957. "Factor endowments, international trade and factor prices. Reimpreso en Caves, R.E. y H.G. Johnson. 1968. *Readings in International Economics*. Irwin. Homewood. Ill.

Jones, R.W. 1956. "Factor proportions and the Heckscher-Ohlin theorem." *Review of Economic Studies* 24: 1-10.

Jones, R. W. 1965. "The structure of simple equilibrium models." *Journal of Political Economy* 73: 557-572.

Jones, R.W. 1971. "A three-factor model in theory, trade and history." En Bhagwati (editor). *Trade, balance of payments and growth: essays in honor of Charles Kindleberger*. Amsterdam.

Jones, R.W. 1974. "Trade with non-traded goods: the anatomy of interconnected markets." *Economica* Vol. 41: 121-138.

Jones, R.W y P.B. Kenen. 1984. *Handbook of International Economics*. Vol. I. Amsterdam.

Jones, R. y P. Neary. 1984. "The positive theory of international trade". En Jones, R.W. y P.B. Kenen. *Handbook of International Economics*. Vol I. Amsterdam.

Jones, R.W. y F. Ruane. 1990. "Appraising the options for international trade in services." *Oxford Economic Papers* 42: 672-687.

Jones, R.W. y H.Kierzkowski. 1990. "The role of services in production and international trade: a theoretical framework." En Jones, R. y A. Krueger (editores). 1990. *The political economy of international trade*. Basil Blackwell. Oxford.

Kindleberger, C.P. (editor). 1970. The international corporation. MIT Press. Cambridge. Massachussets.

Kindleberger, C.P. 1973. International economics. Irwin. Homewood. Ill.

Komiya, R. 1967. "Non-traded goods and the pure theory of international trade." International Economic Review Vol. 8, N° 2: 132-152.

Krugman, P. 1979. "A model of innovation, technology transfer and the world distribution of income." En Krugman, P. 1994. Rethinking International Trade. The MIT Press. Cambridge. Massachussets.

Krugman, P. 1980. "Scale economies, product differentiation , and the pattern of trade." En Krugman, P. 1994. Rethinking International Trade. The MIT Press. Cambridge. Massachussets.

Krugman, P. 1981. "Trade, accumulation and uneven development." En Krugman, P. 1994. Rethinking International Trade. The MIT Press. Cambridge. Massachussets.

Krugman, P. 1986. "A technological gap model of international trade." En Krugman, P. 1994. Rethinking International Trade. The MIT Press. Cambridge. Massachussets.

Krugman, P. 1987. "The narrow moving band, the dutch disease, and the competitive consequences of Mrs. Thatcher: notes on trade in the presence of dynamic scale economies." En Krugman, P. 1994. Rethinking International Trade. The MIT Press. Cambridge. Massachussets.

Krugman, P. 1994. "Introduction." En Krugman, P. 1994. Rethinking International Trade. The MIT Press. Cambridge. Massachussets.

Krugman, P. 1995. "Increasing returns, imperfect competition and the positive theory of international trade." En Grossman, G. y K. Rogoff. (editores). Handbook of International Economics. Vol.III. Amsterdam.

Krugman, P. y M. Obstfeld, M. 1994. *Economía Internacional. Teoría y Política*. McGrawHill. España.

Lancaster, K. 1957. "The Heckscher-Ohlin trade model: a geometric treatment." Reimpreso en Bhagwati, J.N. 1969. *International trade: selected readings*. Penguin. Baltimore.

Lancaster, K.J. 1966. "A new approach to consumer theory." *Journal of Political Economy* 74: 132-157.

Lancaster, K. 1975. "Socially optimal product differentiation." *American Economic Review* 65: 567-585.

Lancaster, K. 1979. *Variety, equity and efficiency*. Columbia University Press. Nueva York.

Leno Cerro, F. 1993. *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Secretaría General de Turismo/Turespaña. Dirección General de Política Turística. Serie Libros sobre Turismo N° 2. Madrid.

Lickorisch, L.J. 1994. "Papel del gobierno y del sector privado." En Lickorisch, L.J. 1994. *Desarrollo de destinos turísticos. Políticas y perspectivas*. Editorial Diana. México.

Linder, S.B. 1961. *An essay on trade and transformation*. John Wiley. Nueva York.

Markusen, J.R. 1984. "Multinationals, multiplant economies and the gains from trade." *Journal of International Economics* 16: 205-224.

Markusen, J.R. 1989. "Trade in producer services and in other specialized intermediate inputs." *American Economic Review* 79: 85-95.

Markusen, J.R. y A.J.Venables. 1996. "The theory of endowment, intraindustry and multinational trade." *NBER Working Paper Series*. Cambridge. Massachusetts

Markusen, J.R. y T.F.Rutherford. 2002. "Developing domestic entrepreneurship and growth through imported expertise." *NBER Working Paper Series*. Cambridge. Massachusetts

Martin, P.J. y C.A.Rogers. 1994. "Industrial location and public infrastructure." Discussion paper N° 909. *Centre of Economic Policy Research*. Londres.

McDougall, I.A. 1965. "Nontraded goods and the transfer problem." *Review of Economic Studies* XXXII: 67-84.

Melvin, J.R. 1985. "The regional economic consequences of tariffs and domestic transportation costs." *Canadian Journal of Economics* XVIII, N° 2: 237-257.

Melvin, J.R. 1989. "Trade in producer services: a Heckscher-Ohlin approach." *Journal of Political Economy* Vol. 97, N° 5: 1180-1196.

Melvin, J.R. y R.D. Warne. 1973. "Monopoly and the theory of international trade." *Journal of International Economics* 3: 117-134.

Moreno Jiménez, A. y S. Escolano Utrilla. 1992. *Los servicios y el territorio*. Editorial Síntesis. Madrid.

Morley, C.L. 1992. "A microeconomic theory of international tourism demand." *Annals of Tourism Research* 19: 250-267.

- Mundell, R.A. 1968. "A geometry of transport costs in international trade theory." En Mundell, R.A. 1968. *International Economics*. Macmillan. Nueva York.
- Mussa, M. 1974. "Tariffs and the distribution of income: the importance of factor specificity, substitutability, and intensity in the short and long run". *Journal of Political Economy* 82: 1191-1204.
- Neary, J.P. 1978. "Short-run capital specificity and the pure theory of international trade." *Economic Journal* 88. 488-510.
- Nicolaides, P. 1991. *Liberalizing service trade. Strategies for success*. Routledge. Londres.
- Norman, G. y J.H. Dunning. 1984. "Intra-industry foreign direct investment: its rationale and trade effects." *Weltwirtschaftliches Archiv* Vol.120: 522-540.
- Ohlin, B. 1933. Interregional and international trade. Harvard University Press. Cambridge. Massachussets.**
- Organización Mundial del Turismo. 1998. *Introducción al turismo*. Madrid.
- Pedreño Muñoz, A. (director) y V.M. Monfort Mir (coordinador). 1996. *Introducción a la economía del turismo en España*. Editorial Civitas. España.
- PORTO, N. 1999. "EL TURISMO COMO ALTERNATIVA DE CRECIMIENTO." DOCUMENTO DE TRABAJO N° 11. DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA. FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS. UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA. TRABAJO DE TESIS REALIZADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGISTER.
- PORTO, N. 2000. "UNA NUEVA ACTIVIDAD PARA EL DESARROLLO REGIONAL: EL TURISMO COMO ALTERNATIVA PARA EL CRECIMIENTO DE LAS PROVINCIAS ARGENTINAS." MAESTRÍA EN FINANZAS PÚBLICAS PROVINCIALES Y MUNICIPALES. FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS. UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA. Mimeo.
- Posner, M.V. 1961. "International trade and technical change." *Oxford Economic Papers* 13: 323-341.
- Rybczynski, T.M. 1955. "Factor endowments and relative commodity prices." Reimpreso en Caves, R.E. y H.G. Johnson (editores). 1968. Readings in International Trade. Irwin. Homewood. Ill.**
- Ricardo, D. 1963. The principles of political economy and taxation. Irwin. Homewood. Ill.**
- Rosen, H.S. 1984. *Manual de hacienda pública*. Editorial Ariel. Barcelona.
- Salvatore, D. 1995. Economía internacional. McGraw Hill. Colombia.**
- Salop, S.C. 1979. "Monopolistic competition with outside goods." Bell Journal of Economics 10: 141-156.**
- Samuelson, P.A. 1948. "International trade and the equalization of factor prices." *Economic Journal* Vol. 58: 165-184.
- Samuelson, P.A. 1949. "International factor price equalization once again." Economic Journal 59: 181-197.**
- Samuelson, P.A. 1954. "The transfer problem and transport costs. Analysis of effects of trade impediments." *Economic Journal* Junio: 264-269.
- Sanyal, K.K. y R.W. Jones. 1982. "The theory of trade in middle products." American Economic Review 72: 16-31.**
- Sapir, A. y Ch. Winter. 1995. "Services trade". En Greenaway, D. y L.A. Winters. 1995. Surveys in international trade. Blackwell Publishers. Oxford.**
- Sessa, A. 1983. *Elements of tourism economics*. CATAL. Roma.

- Sinclair y Stabler. 1995. *The economics of tourism*. Routledge. Londres.
- Smith, A. 1937. *The wealth of nations*. The Modern Library. Nueva York.
- Smith, S.L.J. 1989. *Tourism analysis: a handbook*. Longman Scientific and Technical. Inglaterra.
- Spence, M.E. 1976. "Product selection, fixed costs and monopolistic competition." *Review of Economic Studies* 43: 217-236.
- Spence, M.E. 1977. "Non-price competition." *American Economic Review: Papers and Proceedings* 67: 255-259.
- Stolper, W.F. y P.A. Samuelson. 1941. "Protection and real wages." *Review of Economic Studies* Vol. 9: 58-73.**
- Swan, P.L. 1970. "Durability of consumption goods." *American Economic Review* 60: 884-894.
- Tena López. 1990. "Turismo y transporte en Europa." *Estudios Turísticos*. Número extraordinario.
- Thomas, G. 1967. *Manpower problems in the service sector*. Paris. OCDE.
- Tirole. 1988. *The theory of industrial organization*. The MIT Press. Cambridge. Massachussets.
- Tooman, L.A. 1977. "Applications of the life-cycle model in tourism." *Annals of Tourism Research* 24, 1: 214-234.
- Vellas, F. 1995. *El turismo*. Librerías turísticas. Buenos Aires.
- Vernon, R. 1966. "International investment and international trade in the product cycle." *Quarterly Journal of Economics* 80: 190-207.
- Villanueva, J. 1991. "Las nuevas tendencias de la teoría del comercio internacional." En de la Balze, F. 1991. *La inserción argentina en el comercio internacional*. Editorial Manantiales. Buenos Aires.
- Wilson, K. 1998. "Market/industry confusión in tourism economic análisis." *Annals of Tourism Research* N° 4, Vol. 25: 803-817.
- Woodland, A.D. 1982. *International trade and resource allocation*. Publishing Company. Amsterdam.

CAPÍTULO III

LIBRE COMERCIO, IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES Y TURISMO. CARACTERIZACIÓN DEL CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES PARA DISTINTAS DEFINICIONES ECONÓMICAS DEL TURISMO * **

* Versiones preliminares de este capítulo fueron presentadas en la XXXVIII Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Política, realizada en Mendoza, Argentina (noviembre 2003); en los Seminarios internos de Doctorado (Departamento de Economía, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata) y en el Seminario de Economía del Departamento de Economía (Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata). Parte de esta investigación estuvo financiada con una Beca de Perfeccionamiento otorgada por la Universidad Nacional de La Plata.

** Agradezco los valiosos comentarios del Dr. Walter Cont. Los gráficos fueron realizados por Guillermo Theill.

III.1. INTRODUCCIÓN

El comercio internacional siempre ha ocupado un lugar destacado en la teoría y en la política económica. La demostración de las ventajas del comercio para aumentar el bienestar de los países data de la época ricardiana. En el modelo ricardiano, son las diferencias de tecnología entre los países las que originan ventaja comparativa y el resultado es que cada país exporta (importa) el bien en el que tiene ventaja (desventaja) relativa de productividad de los trabajadores. El modelo de Heckscher-Ohlin supone igual tecnología y distinta dotación de factores entre países como determinante de la ventaja comparativa: cada país exporta (importa) el bien que utiliza relativamente en forma intensiva el factor en el que dicho país posee abundancia (escasez) relativa. Un resultado que se deriva de este modelo es el teorema de igualación del precio de los factores (Samuelson, 1948, 1949) que establece que el libre comercio de bienes implica igualación del precio relativo de los bienes entre países y esto implica, a su vez, igualación del precio relativo (y absoluto) de los factores entre países. En este contexto, una pieza teórica fundamental es la demostración de Mundell (1957) de que las ganancias del comercio pueden ser obtenidas indistintamente a través del movimiento de bienes o de factores. Es decir, que el libre comercio de bienes y la libre movilidad de factores son sustitutos perfectos, en términos de bienestar y de volumen de comercio, al afectar a los precios de los factores de la misma manera. El conjunto de igualación del precio de los factores es el instrumento analítico central para analizar la proposición de Mundell (1957).

La teoría del comercio internacional, en particular las ideas de Mundell (1957), se refieren fundamentalmente al comercio de bienes. El comercio de servicios comienza a ser objeto de estudio dentro de la economía internacional recién en la década del 70, a partir de la creciente importancia de los servicios en la mayoría de las economías (tanto en términos de su participación en el ingreso nacional como en el empleo) y de su incorporación en las rondas de negociaciones del GATT. El incremento del comercio internacional de servicios ha llevado a reformular la pregunta de Mundell (1957): ¿es el comercio de servicios un sustituto perfecto de la movilidad factorial? En este capítulo se analizan tanto el comercio de bienes como el comercio de servicios como sustitutos de la movilidad factorial. En particular, se trata de encontrar una respuesta a la pregunta de Mundell (1957) para una definición económica del turismo. ¿Es el comercio de turismo un sustituto perfecto de la movilidad factorial? Ahora bien, ¿qué quiere decir comercio de turismo? Resulta interesante analizar este sector ya que no existe una definición o caracterización precisa del mismo y es así que se lo puede considerar como un bien –transable o no-, un servicio –que de acuerdo a la visión tradicional de la teoría del comercio internacional se caracteriza como no transable-, un servicio –que, bajo la visión moderna del comercio, puede ser transado bajo distintas modalidades-, un bien o servicio –de carácter final o intermedio-, etc.

La herramienta principal que se utiliza en este capítulo es el conjunto de igualación del precio de los factores. Este conjunto se define como el set de dotaciones factoriales de los países que surge de dividir la dotación factorial mundial, de modo tal que cada país pueda emplear plenamente sus recursos utilizando las mismas técnicas de producción que surgen de resolver el equilibrio de una economía mundial integrada (donde se supone que todos los bienes y todos los factores son internacionalmente móviles). Esto implica que la estructura de equilibrio de los precios de los factores es la misma para cada uno de los países y es la misma que en el equilibrio integrado y, por lo tanto, los precios de los factores se igualan entre países. La caracterización del conjunto de igualación del precio de los factores muestra las asignaciones de la dotación factorial mundial entre países que, a través del libre comercio, permiten obtener un equilibrio como el de la economía mundial integrada. A pesar de que algunos autores trabajaron previamente en el tema (Travis, 1964), Dixit y Norman (1980) y luego Helpman y Krugman (1985) son los que popularizan esta metodología. En este capítulo se presentan entonces distintos escenarios donde, bajo diferentes definiciones del turismo, el libre comercio permite replicar el equilibrio de la economía mundial integrada logrando la igualación en el precio relativo (y absoluto) de los factores. En particular, se obtiene el conjunto de igualación del precio de los factores para el turismo definido como un bien o servicio transable, un bien o servicio no transable, un bien o servicio que se produce bajo rendimientos constantes a escala, un bien o

servicio que se produce bajo rendimientos crecientes, y en el contexto del comercio de servicios intangibles dentro del marco de las empresas multinacionales.

Los aportes de este capítulo son principalmente dos. Por un lado, encontrar definiciones del comercio de turismo y explicarlo a través de las teorías del comercio internacional en base al enfoque de la economía integrada. Por otro lado, avanzar en la metodología de la obtención de los conjuntos de igualación del precio de los factores para distintos tipos de bienes o servicios; en este caso, distintas definiciones del turismo. En particular, cuando el turismo se define como un bien o servicio no transable y el resto de los bienes es transable; y cuando el turismo se define bajo distintas modalidades -como un bien o servicio no transable y como un bien o servicio que puede estar sujeto a producción por parte de empresas multinacionales.

La organización del capítulo es la siguiente. La sección III.2 describe la definición y caracterización, en términos económicos, del turismo. La sección III.3 introduce el concepto de equilibrio integrado y la caracterización teórica del conjunto de igualación del precio de los factores. La sección III.4 presenta la caracterización del conjunto de igualación del precio de los factores para las distintas definiciones del turismo encontradas. La sección III.5 presenta las conclusiones.

III.2. HACIA UNA DEFINICIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO

Esta sección tiene como objetivo obtener una definición y caracterización económica del turismo. La discusión está centrada en dos puntos principales. En primer lugar, en la relación que existe entre las definiciones de turismo, bienes transables, bienes no transables y servicios. En segundo lugar, en la relación que existe entre distintas definiciones y caracterizaciones del turismo y las modalidades del comercio de servicios.¹¹¹

La literatura relacionada con el análisis científico del turismo reconoce las dificultades que existen al momento de definir qué es el turismo.¹¹² Sin embargo, una correcta definición, conceptualización y caracterización del turismo es necesaria para su estudio y análisis científico y, en particular, para una investigación desde el punto de vista económico. Pedreño Muñoz (1996: 19) considera que “si tratáramos de extrapolar, sin más, el esquema analítico de un manual introductorio de economía a este bien económico llamado turismo, el servicio turístico, nos encontraríamos probablemente con limitaciones importantes, sesgos relevantes y aplicaciones no del todo correctas.” Además, es necesario tener en cuenta que si bien se trata de un sector al que le son aplicables los principios básicos de la economía, presenta ciertos rasgos o características que lo diferencian del resto de los sectores. El turismo –dadas sus características diferenciales- constituye uno de los ejemplos para el cual no existe un modelo simple correspondiente a otro mercado u otra industria que pueda explicarlo (Shy, 1996). A continuación, se enumeran algunas de estas características:

- i) para gran parte de la literatura, el turismo forma parte del sector servicios de la economía y tiene las características de un bien no transable (la demanda doméstica sólo puede ser satisfecha con oferta doméstica y es necesaria la proximidad física entre oferentes y demandantes);
- ii) al ser un sector generador de divisas (en el caso del turismo internacional), puede ser considerado una exportación no tradicional adquiriendo el carácter de transable cuando a la demanda doméstica se le agrega la demanda internacional;

¹¹¹ Para mayores detalles sobre la definición y caracterización económica del turismo, ver el Capítulo II.

¹¹² “Not surprisingly tourism has therefore proved difficult to define -the word “tourist” first appeared in the English language in the early 1800s, yet almost two centuries later we still cannot agree on a definition” (Cooper et.al., 1998: 8).

- iii) en algunos casos se lo caracteriza como un bien o servicio final definido como un producto turístico -teniendo en cuenta o no los bienes o servicios intermedios que intervienen en el proceso productivo;
- iv) en otros casos se lo trata como un bien o servicio intermedio que forma parte del producto turístico;¹¹³
- v) a diferencia de los bienes transables tradicionales, los bienes y servicios turísticos no son transportados hacia los usuarios sino que los consumidores son transportados hacia los bienes y servicios; como consecuencia, los costos de transporte y las facilidades de infraestructura resultan de gran importancia para el turismo, incluso mayor que para el comercio de bienes.

La mayoría de la literatura considera al turismo como un sector perteneciente a la economía de los servicios, tradicionalmente caracterizados como actividades no transables. Sin embargo, desde hace más de una década, la Organización Mundial del Comercio considera que –bajo diferentes modalidades- todas las actividades de servicios pueden ser transadas en los mercados internacionales. En particular, la clasificación de las transacciones internacionales de servicios incluye al turismo dentro de un tipo de transacción definida por el hecho de que mientras los oferentes o proveedores del servicio no se desplazan, sí lo hacen los demandantes. Se trata de un movimiento temporal de los consumidores que permite el comercio de turismo. A su vez, la evolución en el concepto de transacciones internacionales de bienes y servicios, la desregulación de algunas actividades y el carácter de exportaciones no tradicionales que adoptan en ciertos casos son algunos de los aspectos que han hecho que pueda enfocarse el análisis del turismo desde otra perspectiva dentro de las transacciones internacionales, tanto de bienes como de servicios. En este capítulo, se considera el turismo bajo diferentes modalidades: como un bien o servicio, transable o no transable, y como un bien o servicio, final o intermedio.¹¹⁴

III.2.1. BIENES NO TRANSABLES, SERVICIOS Y TURISMO

En su definición más usual, un bien no transable es aquel para el cual los costos de transporte son prohibitivamente altos y para los que la demanda doméstica solamente puede ser satisfecha con oferta doméstica. Ejemplos de bienes no transables son el cemento, los ladrillos, los vegetales frescos, los productos de panadería, etc. Se trata de bienes para los que la relación entre el precio del propio producto

¹¹³ La distinción entre el bien o servicio final turismo y los bienes o servicios intermedios que forman parte del producto turístico se basa en el hecho de que los productos ofrecidos por cada uno de los sectores que forman parte del turismo no coinciden con el producto global que los consumidores demandan. La mayoría de las actividades relacionadas con el turismo se preocupan por su propio producto individual, admitiendo que pertenecen a la actividad turística pero no que ofrecen un producto turístico. Este sí, en cambio, es el punto de vista adoptado por los demandantes –turistas (Murphy, 1985).

¹¹⁴ Quedan excluidos del análisis de este capítulo los servicios donde los oferentes se trasladan (servicios tipo 3 y 4). Dentro de este tipo de servicios se incluyen el comercio de factores (desplazamiento de trabajadores, movimiento temporal) y la inversión extranjera directa (desplazamiento de capital físico, movimiento permanente). En ambos casos, se supone que los factores de producción (trabajo o capital) se mueven internacionalmente y, junto con los factores de producción locales no transables, producen un bien o un servicio. Uno de los objetivos de este capítulo es obtener la caracterización del conjunto de igualación del precio de los factores para distintas definiciones económicas del turismo. El conjunto de igualación del precio de los factores muestra aquellos puntos donde el libre comercio (de bienes o de servicios) es sustituto perfecto de la movilidad factorial y, entonces, el análisis de la movilidad factorial pierde sentido al ser reemplazado por el movimiento de bienes o de servicios.

(p_p) con respecto al precio del transporte (p_t) resulta muy pequeña. Por lo tanto, se trata de bienes que forman parte del producto bruto interno (PBI) de las economías que no participa del comercio internacional. Es importante notar que los costos de transporte son sólo una de las causas que convierten a los bienes en no transables, ya que, por ejemplo, aranceles prohibitivos o restricciones a la importación, gustos diferentes entre los residentes de distintos países, o imperfecciones del mercado pueden ser otras razones que hacen que los bienes adquieran esta característica (Komiya, 1967).

Tradicionalmente, los servicios se han considerado un caso particular dentro del conjunto de bienes no transables. La electricidad, los cortes de pelo, el alojamiento, el alquiler de autos, etc. también pueden incluirse como parte del PBI de las economías que no es comercializado internacionalmente. Resulta difícil presentar una definición precisa de las que se consideran actividades de servicios. La mayoría de los autores mencionan sus principales características y en base a éstas, se determina el tipo de actividades que engloban. Bhagwati (1984) considera que los servicios son un “concepto nebuloso” que involucran actividades con características opuestas y diferentes, en relación por ejemplo a su productividad e intensidad de trabajo. En particular, la necesidad de proximidad física entre oferentes y demandantes para el comercio de servicios es uno de los aspectos que los ha caracterizado como no transables.

De acuerdo a la tradición ya olvidada entre los teóricos del comercio con respecto a la no transabilidad intrínseca de los servicios, el turismo puede definirse indistintamente como un bien final no transable o como un servicio final no transable. Como bien no transable, la demanda doméstica solamente puede ser satisfecha con oferta doméstica. Como servicio no transable, de acuerdo a las primeras caracterizaciones teóricas postuladas, requiere la proximidad física entre oferentes y demandantes, y de ahí su imposibilidad de ser transado en el mercado.

III.2.2. BIENES TRANSABLES, SERVICIOS Y TURISMO

Un bien transable puede definirse como aquel que es trasladado de una región a otra, de un país a otro y por el cual, en el caso de comercio entre países, se realizan pagos internacionales de divisas. El turismo se caracteriza por ser considerado una exportación no tradicional o una exportación invisible. A diferencia de los bienes industriales, el turismo se consume en el propio país receptor de la demanda turística: son los demandantes extranjeros los que se desplazan para consumir bienes y servicios disponibles en el país de destino y no es posible el desplazamiento del bien en sí mismo (Sessa, 1983; Gibson, 1993; Pedreño Muñoz, dir. y Monfort Mir, coord., 1996). El turismo está entonces sujeto a demanda doméstica y a demanda internacional, pudiendo ser considerado un bien transable como cualquier otro, teniendo en cuenta la particularidad de que se requiere el desplazamiento de los consumidores (Copeland, 1991). Sin embargo, es importante notar que esta particularidad es también la que convierte al turismo en un servicio transable (servicios tipo 2).¹¹⁵

También puede caracterizarse el comercio de turismo bajo una de las especificaciones modernas del comercio de servicios, para la que la proximidad física no es esencial: los demandantes de un país obtienen servicios producidos por oferentes localizados en otro país, permaneciendo ambos inmóviles. Se los denomina servicios separados y/o despersonalizados (Baghwati, 1984). El comercio se manifiesta al permitir a los residentes domésticos comprar los servicios en otro país sin necesidad de movilidad física de los demandantes ni de los oferentes (servicios tipo 1.1). Como ejemplos pueden citarse los servicios profesionales y financieros que circulan a través de redes de comunicación y la contratación de servicios

¹¹⁵ Para más detalles acerca de la distinción entre bienes y servicios, ver el Capítulo II. Por simplicidad, este no es un aspecto tratado en este capítulo.

turísticos a empresas extranjeras con permiso para operar en el país. Es así como los servicios profesionales, financieros y los servicios turísticos, en su carácter de finales, son el objeto de la transacción internacional de servicios. En este tipo de transacción se les otorga a las compañías extranjeras el derecho a hacer negocios (*right to do business*),¹¹⁶ permitiendo a los residentes domésticos comprar los servicios donde les resulte más conveniente. Bajo esta especificación, el comercio de servicios se asemeja al comercio de bienes dado que no se requiere movilidad física de los demandantes ni de los oferentes.

III.2.3. EMPRESAS MULTINACIONALES, COMERCIO DE FACTORES SIN MOVILIDAD FÍSICA Y TURISMO

El comercio de factores sin movilidad física es un tipo de transacción de servicios a nivel de los factores de producción a través de tecnología adecuada. Se trata de un comercio de servicios intangibles, sin necesidad de movilidad física factorial (servicios tipo 1.2). Es el tipo de comercio de servicios que caracteriza a la teoría de las corporaciones multinacionales de acuerdo a Helpman y Krugman (1985).¹¹⁷ Como ejemplos pueden citarse los bienes y servicios turísticos (hoteles, restaurantes, alquiler de autos, etc.) que se producen utilizando factores de producción locales no transables y capacidad empresarial extranjera (factor intangible transable que no requiere movilidad física). El objeto de la transacción internacional (de carácter intermedio) son los servicios internacionales de los factores de producción, en este caso, de la capacidad empresarial.

Clasificación de las transacciones internacionales de servicios

	los oferentes no se trasladan	los oferentes se trasladan
los demandantes	SERVICIOS TIPO 1	SERVICIOS TIPO 3
no se trasladan	COMERCIO TRANSFRONTERIZO	COMERCIO DE FACTORES
	1.1.COMERCIO DE BIENES	MOVIMIENTO TEMPORAL
	Ej.: ss. profesionales y financieros, ss. turísticos a través de redes de comunicación	movilidad internacional física de los factores Ej.: servicios de consultores
	1.2. COMERCIO DE FACTORES SIN MOVILIDAD	SERVICIOS TIPO 4
	Ej.: capacidad empresarial	INVERSION EXTRANJERA

¹¹⁶ Un caso distinto lo constituye la inversión extranjera directa (servicios tipo 4). Se trata de un movimiento permanente que consiste en que los oferentes de un servicio localizados en un país establecen una filial o subsidiaria en otro país con el fin de producir sus servicios. El desplazamiento en la provisión de servicios se manifiesta en forma de capital físico mediante la presencia comercial y con intervención permanente en los mercados extranjeros. En este caso, se les da a las compañías extranjeras el derecho a establecerse (*right to establish*) a través de filiales.

¹¹⁷ Helpman y Krugman (1985) y Krugman (1995) entienden por inversión directa el control de una unidad extranjera de producción por parte de capacidad empresarial doméstica.

		DIRECTA MOVIMIENTO PERMANENTE presencia comercial Ej.: bancos, seguros
los demandantes se trasladan	SERVICIOS TIPO 2 CONSUMO EN EL EXTRANJERO 2.1. COMERCIO DE BIENES MOVIMIENTO TEMPORAL Ej.: turismo (visión tradicional), educación 2.2. MIGRACIÓN MOVIMIENTO PERMANENTE	

III.3. EL EQUILIBRIO INTEGRADO Y LA CARACTERIZACIÓN DEL CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES

De acuerdo a Mundell (1957), el libre comercio de bienes es un sustituto perfecto de la movilidad factorial cuando las causas del comercio son el resultado de diferencias en las dotaciones de factores. Es decir, un equilibrio de libre comercio en donde los factores de producción son inmóviles determina el precio de los factores y el precio de los bienes que resultan idénticos a los que se obtendrían en un escenario con perfecta movilidad factorial.¹¹⁸ En esta sección se define y describe el equilibrio integrado, elemento utilizado como punto de partida para definir y describir, en forma teórica, el conjunto de igualación del precio de los factores.

Equilibrio integrado. Conjunto de igualación del precio de los factores

El primer paso para definir el conjunto de igualación del precio de los factores es introducir el concepto de equilibrio integrado, una construcción hipotética que se utiliza como punto de referencia (Dixit y Norman, 1980; Helpman y Krugman, 1985). El equilibrio integrado es un equilibrio de autarquía para el mundo entero, en el que se determina la asignación de recursos que surgiría si todos los factores (y todos los bienes) fueran internacionalmente móviles. La solución del equilibrio integrado determina los precios de los factores,

¹¹⁸ Los resultados de Samuelson (1948, 1949) y Mundell (1957) en relación a la sustitución perfecta entre comercio de bienes y movilidad de factores dependen de ciertos supuestos restrictivos. Markusen (1983), Svensson (1984), Markusen y Svensson (1985) y Wong (1986) son algunos ejemplos del análisis de la relación entre el comercio de bienes y la movilidad factorial bajo supuestos alternativos a los considerados en este capítulo y para los que no necesariamente se cumple la sustitución perfecta.

los precios de los bienes, las cantidades de los bienes y los requerimientos unitarios de los factores para la producción de cada uno de los bienes.

Una vez determinado el equilibrio de la economía integrada, la pregunta que surge es la siguiente: ¿es posible lograr la misma asignación de recursos que en el equilibrio de la economía integrada si los factores de producción, en cambio, estuvieran divididos entre países y no se permitiera la movilidad factorial? Puede demostrarse que existe un conjunto de asignación de dotaciones factoriales entre países para el cual esto es posible y que dentro de este conjunto, los precios de los factores se igualan entre los países. Es decir, si se supone que los factores de producción se dividen entre los países y que esta división no es demasiado desigual, entonces es posible a través de la especialización y del libre comercio lograr exactamente el mismo nivel de producción y de consumo global que antes de la división. En este caso, el libre comercio tiene el efecto de reproducir la economía mundial integrada y esta reproducción del equilibrio integrado que implica la igualación del precio de los factores puede describirse como el propósito del comercio internacional. Este conjunto de dotaciones factoriales es el que define el conjunto de igualación del precio de los factores que implica que cada país puede emplear plenamente sus recursos utilizando las mismas técnicas de producción que en el equilibrio integrado. Para cada distribución de dotaciones que pertenecen a este conjunto, la estructura de equilibrio de los precios de los factores es la misma para cada uno de los países y es la misma que surge de resolver el equilibrio integrado. Por lo tanto, los precios de los factores se igualan entre países.

Es importante destacar que determinar las condiciones bajo las cuales la economía integrada puede ser reproducida a través del libre comercio permite conocer aspectos acerca del patrón de comercio internacional: es necesario establecer qué transacciones son necesarias para contrarrestar el hecho de que la economía mundial esté compuesta por diferentes países. Por ejemplo, para reproducir el equilibrio integrado en un mundo con rendimientos constantes a escala, los países deben comerciar indirectamente los servicios de los factores de producción a través del comercio de bienes producidos con distintas intensidades factoriales –esto es la esencia de la teoría de las proporciones factoriales. Si, en cambio, la distribución de los recursos en el equilibrio de libre comercio lleva a una separación geográfica de las actividades de producción, es necesaria la existencia de empresas multinacionales para reproducir el equilibrio integrado (Helpman y Krugman, 1985). Así, de este modo, existen varios escenarios que pueden analizarse para delimitar las condiciones necesarias para reproducir el equilibrio de la economía integrada.¹¹⁹

III.4. CARACTERIZACIÓN DEL CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES PARA DISTINTAS DEFINICIONES ECONÓMICAS DEL TURISMO

En esta sección se describe y presenta el equilibrio integrado, y se caracteriza el conjunto de igualación del precio de los factores para distintas definiciones del bien y/o servicio económico turismo.

¹¹⁹ Si bien este capítulo no trata todos los escenarios que permiten reproducir el equilibrio de la economía integrada (por ejemplo, economías de escala nacionales, economías de escala internacionales, insumos intermedios –transables y no transables-, etc.), es importante notar que no siempre el libre comercio lleva a una reproducción de la economía integrada (por ejemplo, mercados segmentados por costos de transporte).

III.4.1. CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES PARA EL TURISMO DEFINIDO COMO UN BIEN O SERVICIO TRANSABLE PRODUCIDO BAJO RENDIMIENTOS CONSTANTES A ESCALA

Esta sección analiza el conjunto de igualación del precio de los factores para el turismo definido como un bien o servicio transable que se produce bajo rendimientos constantes a escala.¹²⁰ Bajo este supuesto, se determina cuál es el conjunto para el que el libre comercio de bienes (servicios) es un sustituto perfecto de la movilidad factorial. En este caso, el turismo se considera como un bien final transable tradicional con la particularidad de que se requiere la movilidad física de los demandantes -esto lo convierte también en un servicio final transable (servicios tipo 2), o como parte del comercio de servicios donde no se requiere la movilidad física de los oferentes ni de los demandantes (servicios tipo 1.1).¹²¹

Supuestos

Se consideran dos países (nuestro país -NP- y el resto del mundo -RM) e I bienes transables que se producen con dos factores de producción (trabajo -L- y capital -K) bajo rendimientos constantes a escala. Cada función de producción tiene asociada una función de costos unitarios

$$c_i(w) \quad i = 1, 2, \dots, I$$

donde w es el vector de precios de los insumos.

Las preferencias son homotéticas, de modo que la participación del gasto en cada bien (α_i) es función sólo del precio de los bienes

$$\alpha_i(p) \quad i = 1, 2, \dots, I$$

donde p es el vector de precios de los bienes.

Se supone competencia perfecta y que todos los bienes se producen en el equilibrio integrado.

Condiciones de equilibrio de la economía integrada

¹²⁰ Helpman y Krugman (1985, capítulo 1) analizan el conjunto de igualación del precio de los factores para dos bienes transables que se producen bajo rendimientos constantes a escala y presentan la metodología para generalizar el caso a un mayor número de bienes.

¹²¹ Ver sección III.2.

Las condiciones de equilibrio de la economía integrada son las siguientes

$$(1) \quad p_i = c_i(w) \quad i = 1, 2, \dots, I$$

$$(2) \quad \sum_{i=1}^I a_{li} X_i = V_l \quad l = L, K$$

donde a_{li} es el requerimiento unitario del factor l ($l = L, K$) por unidad de producción del bien i ($i = 1, 2, \dots, I$).

$$(3) \quad \alpha_i(p) = \frac{p_i X_i}{\sum_{j=1}^I p_j X_j}$$

La ecuación (1) establece que, bajo competencia perfecta, el precio debe ser igual al costo marginal para cada uno de los bienes. La ecuación (2) representa el equilibrio en el mercado de factores. La ecuación (3) representa el equilibrio en el mercado de bienes.

Además de las ecuaciones de equilibrio de la economía integrada, es necesario definir los vectores de empleo del equilibrio integrado

$$V(i) = [a_{Li}(w), a_{Ki}(w)] X_i$$

donde $V(i)$ es el vector de empleo del equilibrio integrado del sector i ($i = 1, 2, \dots, I$), a_{li} es el requerimiento del factor l ($l = L, K$) por unidad de producción del bien i ($i = 1, 2, \dots, I$), y X_i es el nivel de producción del equilibrio integrado del bien i .

Conjunto de igualación del precio de los factores para el turismo definido como un bien transable y otro bien transable (producidos bajo rendimientos constantes a escala)

El conjunto de igualación del precio de los factores para el caso de dos países (NP y RM), dos factores (L y K) y dos bienes transables producidos bajo rendimientos constantes a escala (X e Y, donde X caracteriza al turismo) es el set de dotaciones factoriales tal que cada país puede emplear plenamente sus recursos utilizando las técnicas de producción de la economía integrada y por lo tanto, la estructura de precios de los factores de equilibrio es la misma en cada uno de los países y la misma que en la economía integrada. Este conjunto está representado geoméricamente por el paralelogramo $OQ_1O'Q_1'$ en la Figura 1, donde O es el origen de NP y O' es el origen del RM. OQ_1 y Q_1O' representan los vectores de empleo del equilibrio

integrado de X e Y respectivamente, relativos al origen de NP. $O'Q_1'$ ($= OQ_1$) y $Q_1'O$ ($= Q_1O'$) representan los vectores de empleo del equilibrio integrado de X e Y respectivamente, relativos al origen del RM. Las pendientes de los rayos muestran la intensidad de uso relativa de los bienes; en este caso, X es el bien relativamente intensivo en capital e Y es el bien relativamente intensivo en trabajo.¹²² La longitud de los rayos determina los niveles de producción de X e Y que surgen de resolver el equilibrio de la economía integrada.

$$\text{Conj. de igualación del precio de los factores} = \left\{ \begin{array}{l} (K,L)^{NP}, (K,L)^{RM} / \exists \lambda_{ij} \geq 0, \sum_{j \in J} \lambda_{ij} = 1 \quad (j = NP, RM) \quad \forall i \in I \quad (i = X, Y) / \\ (K,L)^{NP} = \sum_{i \in I} \lambda_{ij} V(i) \\ (K,L)^{RM} = \sum_{i \in I} \lambda_{ij} V(i) \end{array} \right\}$$

donde $\lambda_{ij} = \frac{X_{ij}}{X_{iEI}}$ ($i = X, Y; j = NP, RM$) es la participación del país j en la producción del bien i (X_{ij}) en relación al nivel de producción del equilibrio integrado del bien i (X_i).¹²³

A continuación se presenta un ejemplo que demuestra que un punto dentro del conjunto de igualación del precio de los factores que divide la dotación factorial entre los países replica el equilibrio integrado. Se elige un punto E que describe una distribución de dotaciones factoriales entre NP y el RM (Figura 1). Como el punto E se encuentra por encima de la diagonal OO' , NP es relativamente abundante en capital. Para describir el equilibrio, se supone que la relación del precio de los factores del equilibrio integrado ($-w_L/w_K$) está dada por la recta BB' que pasa por el punto de dotación E y que en la intersección con la diagonal determina el punto de consumo C. A lo largo de esta recta, el valor del ingreso es constante: en particular, el valor del ingreso en el punto E (punto de dotación) es igual al valor del ingreso en el punto C (punto de consumo). Es importante notar que la recta con pendiente ($-w_L/w_K$) que pasa por el punto O' muestra el valor del ingreso mundial (tanto en el equilibrio integrado como en el equilibrio de libre comercio siempre que se de igualación en el precio de los factores) y que el segmento OO' es una medida del ingreso mundial. Se define $s = OC/OO'$ como la participación de NP en el ingreso mundial y $s' = O'C/OO'$ como la participación del RM en el ingreso mundial. Por su parte, el punto C divide la diagonal en dos segmentos, proporcionales a los niveles de producción de cada uno de los países: OC/CO' es el nivel de producción relativo de NP y $O'C/CO$ es el nivel de producción relativo del RM. Bajo el supuesto de homoteticidad de

¹²² El supuesto sobre la intensidad de uso de los factores para cada uno de los bienes es arbitrario y no afecta los resultados que se obtienen en este capítulo.

¹²³ El conjunto de igualación del precio de los factores para el caso de I bienes, N factores de producción y J países se define como

$$\text{Conj. de igualación del precio de los factores} = \left\{ (V^1, V^2, \dots, V^J) / \exists \lambda_{ij} \geq 0, \sum_{j \in J} \lambda_{ij} = 1 \quad \forall i \in I / V^j = \sum_{i \in I} \lambda_{ij} V(i) \quad \forall j \in J \right\}$$

donde $V^j = (V_1^j, V_2^j, \dots, V_N^j)$ es la dotación de los N factores de producción del país j.

las preferencias, el punto C mide el consumo de bienes, que es un consumo indirecto de los servicios de los factores productivos incorporados en la producción de aquellos bienes.

Construyendo paralelogramos entre O y E, y entre O y C, se obtiene una representación de los niveles de producción, consumo, exportaciones e importaciones de NP: OP_x es el nivel de producción de X y OP_y es el nivel de producción de Y; OC_x es el nivel de consumo de X y OC_y es el nivel de consumo de Y; y P_xC_x es el nivel de exportaciones de X y C_yP_y es el nivel de importaciones de Y. A su vez, construyendo paralelogramos entre O' y E, y entre O' y C, se obtiene una representación de los niveles de producción, consumo, exportaciones e importaciones del RM: $O'P_y'$ es el nivel de producción de Y y $O'P_x'$ es el nivel de producción de X; $O'C_y'$ es el nivel de consumo de Y y $O'C_x'$ es el nivel de consumo de X; y $P_y'C_y'$ es el nivel de exportaciones de Y y $C_x'P_x'$ es el nivel de importaciones de X.

El modelo cumple la predicción de la teoría de Heckscher-Ohlin. NP, que es relativamente abundante en capital (el punto de dotación E está por encima de la diagonal), exporta X, el bien relativamente intensivo en capital, por un monto igual a P_xC_x . A su vez, importa Y, el bien relativamente intensivo en trabajo, por un monto igual a C_yP_y .¹²⁴ También es posible determinar el contenido factorial del comercio de NP (Vanek, 1968; Helpman, 1984). El contenido factorial del comercio es un concepto que muestra que el comercio de bienes representa indirectamente el comercio de los servicios de los factores productivos incorporados en la producción de dichos bienes. Está representado por el vector EC, que es la diferencia entre el vector de dotación OE -que representa el contenido factorial de la producción agregada de NP- y el vector de consumo OC -que representa el contenido factorial del consumo agregado de NP.^{125 126}

Finalmente, a modo de ejemplo, se elige un punto de dotación E' (fuera del conjunto de igualación del precio de los factores) que no permite replicar el equilibrio integrado (Figura 1). Para que los países puedan emplear plenamente los recursos utilizando las técnicas de producción del equilibrio integrado, NP debería producir una cantidad de X ($O-E'$) mayor que la que se produce en el equilibrio integrado ($OQ_1 = O'Q_1'$) y nada de Y. El RM debería producir una cantidad negativa de X ($O'-1$) y el nivel de Y que se produce en el equilibrio integrado ($Q_1O' = Q_1'O$).

Generalización

El conjunto de igualación del precio de los factores para el caso de dos países (NP y RM), dos factores (L y K) y tres bienes transables producidos bajo rendimientos constantes a escala (X, Y y Z, donde X caracteriza al turismo) está representado geométricamente por el hexágono $OQ_1Q_2O'Q_1'Q_2'$ en la Figura 2. OQ_1 , Q_1Q_2 y Q_2O' representan los vectores de empleo del equilibrio integrado de X, Y y Z, respectivamente, relativos al origen de NP. $O'Q_1'$, $Q_1'Q_2'$ y $Q_2'O$ representan los vectores de empleo del equilibrio integrado de X, Y y Z respectivamente, relativos al origen del RM. Del mismo modo, el conjunto de igualación del precio de los factores para el caso de dos países (NP y RM), dos factores (L y K) y cuatro bienes transables producidos bajo rendimientos constantes a escala (X, Y, Z y U, donde X caracteriza al turismo) está representado por el octógono $OQ_1Q_2Q_3O'Q_1'Q_2'Q_3'$ en la Figura 3.

Es posible demostrar que un punto dentro del conjunto de igualación del precio de los factores (para el caso de tres o cuatro bienes transables) que divide la dotación factorial entre los países replica el equilibrio

¹²⁴ El RM, que es relativamente abundante en trabajo, exporta Y, el bien relativamente intensivo en trabajo, por un monto igual a $P_y'C_y'$. A su vez, importa X, el bien relativamente intensivo en capital, por un monto igual a $C_x'P_x'$.

¹²⁵ A su vez, OP_x es el contenido factorial de la producción de X de NP, OP_y es el contenido factorial de la producción de Y de NP, OC_x es el contenido factorial del consumo de X de NP, y OC_y es el contenido factorial del consumo de Y de NP.

¹²⁶ Del mismo modo, puede calcularse el contenido factorial del comercio del RM que también está representado por el vector EC. En este caso, surge de la diferencia entre el vector de dotación O'E (contenido factorial de la producción agregada del RM) y O'C (contenido factorial del consumo agregado del RM).

integrado. A diferencia del caso donde el número de bienes iguala al número de factores, cuando el número de bienes es mayor que el número de factores no es posible determinar únicamente el patrón de comercio porque no es posible determinar únicamente el patrón de producción. Sin embargo, sí es posible determinar únicamente el contenido factorial del comercio. El modelo cumple entonces la predicción de la teoría de Heckscher-Ohlin-Vanek. NP, relativamente abundante en capital, es un exportador neto de los servicios del capital y un importador neto de los servicios del trabajo.¹²⁷

Conclusiones

Bajo los supuestos anteriormente mencionados para obtener el conjunto de igualación del precio de los factores, el turismo se define como un bien transable, idéntico a cualquier otra clase de bienes de este tipo. La diferencia fundamental radica en tener en cuenta que a la demanda doméstica se le suma la demanda internacional, que se desplaza físicamente al lugar de consumo y lo convierte en una exportación de carácter no tradicional. Este desplazamiento de los consumidores también hace del turismo un servicio transable (servicios tipo 2). A su vez, estos conjuntos caracterizan el comercio de turismo que lo incluye dentro de las transacciones internacionales de servicios donde la proximidad física entre oferentes y demandantes no es necesaria, ninguno se moviliza para obtener el servicio y se lo asimila al comercio de bienes transables tradicionales. Se trata de un tipo de comercio de servicios de características particulares (como por ejemplo, sistemas de reservas electrónicas de servicios turísticos). Para estas especificaciones del turismo, los conjuntos de igualación del precio de los factores descriptos muestran aquellos puntos donde el libre comercio de bienes o de servicios es un sustituto perfecto de la movilidad física factorial.

III.4.2. CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES PARA EL TURISMO DEFINIDO COMO UN BIEN O SERVICIO NO TRANSABLE PRODUCIDO BAJO RENDIMIENTOS CONSTANTES A ESCALA¹²⁸

La sección II.3.1 describe el conjunto de igualación del precio de los factores para bienes o servicios transables. Sin embargo, bajo el análisis de las diferentes conceptualizaciones del turismo, la caracterización de este conjunto considerando tanto bienes (servicios) transables como bienes (servicios) no transables es de gran relevancia. Interesa determinar entonces cuál es el conjunto para el cual el libre comercio de bienes (servicios) es un sustituto perfecto de la movilidad factorial cuando existen bienes (servicios) de carácter no transable. Bajo la visión tradicional de la teoría del comercio internacional, el turismo es considerado un bien de carácter no transable (un servicio) lo que implica que la demanda doméstica sólo puede ser satisfecha con oferta doméstica, y se requiere la proximidad física entre oferentes y demandantes.

Condiciones de equilibrio de la economía integrada

¹²⁷ El RM, relativamente abundante en trabajo, es un exportador neto de los servicios del trabajo y un importador neto de los servicios del capital.

¹²⁸ Helpman y Krugman (1985, capítulos 1 y 10) describen el conjunto de igualación del precio de los factores para un bien no transable y dos bienes transables que se producen bajo rendimientos constantes a escala. En esta sección, se describen las particularidades a tener en cuenta para la obtención del conjunto, así como para su generalización.

Se consideran dos países (nuestro país –NP- y el resto del mundo –RM) y tres bienes (X, Y y Z) que se producen con dos factores de producción (trabajo –L- y capital –K) bajo rendimientos constantes a escala. Se mantienen el resto de los supuestos de la sección anterior. Cuando existen bienes no transables en la economía, es necesario sumar una condición adicional a las condiciones de equilibrio de la economía integrada: dadas preferencias homotéticas, la autosuficiencia en la provisión de los bienes no transables en cada uno de los países implica que es necesario dedicarles recursos en proporción a la sumatoria de los vectores de empleo del equilibrio integrado de los sectores que pertenecen al conjunto de los bienes no transables ($\sum_{i \in I_{NT}} V(i)$, i que pertenecen al conjunto de los bienes no transables). El factor de proporcionalidad es la participación de cada país en el gasto mundial.¹²⁹

$$\text{Conj. de igualdad del precio de los factores} = \left\{ \begin{array}{l} (K,L)^{NP}, (K,L)^{RM} / \exists \lambda_{ij} \geq 0, \sum_{j \in J} \lambda_{ij} = 1 (j = NP, RM) \forall i \in I (i = X, Y, Z) / \\ (K,L)^{NP} = \sum_{i \in I} \lambda_{ij} V(i) \\ (K,L)^{RM} = \sum_{i \in I} \lambda_{ij} V(i) \end{array} \right\}$$

donde $\lambda_{ij} = \frac{wV^j}{wV_{mundial}}$ ($i \in I_{NT}; j = NP, RM$) es la participación del ingreso del país j (wV^j , donde w es el vector de precios de los factores –del equilibrio integrado y del equilibrio de libre comercio con igualación del precio de los factores- y V^j es el vector de dotaciones factoriales del país j) en relación al ingreso mundial ($wV_{mundial}$, donde w es el mismo vector de precios de los factores y $V_{mundial}$ es el vector de dotación factorial mundial).

En este caso, la reproducción del equilibrio integrado implica que cada país debe ser capaz de emplear plenamente sus recursos utilizando las técnicas de producción del equilibrio integrado, pero que también cada país debe ser capaz de satisfacer con oferta doméstica su demanda de bienes no transables (Helpman y Krugman, 1985).

Conjunto de igualación del precio de los factores para el turismo definido como un bien no transable y dos bienes transables (producidos bajo rendimientos constantes a escala)

En esta sección se obtiene geoméricamente el conjunto de igualación del precio de los factores para el caso de dos países (NP y RM), dos factores (L y K) y tres bienes producidos bajo rendimientos constantes a escala (X, Y y Z). X, el bien más intensivo en capital, es de carácter no transable y representa al turismo. Y y Z son bienes transables. En la Figura 4a, OQ_1 ($= O'Q_1'$), Q_1Q_2 ($= Q_1'Q_2'$) y Q_2O' ($= Q_2'O$) describen los vectores de empleo del equilibrio integrado de X, Y y Z, respectivamente. Si todos los bienes fueran transables, el

¹²⁹ Como se supone comercio balanceado, la participación de un país en el gasto mundial es igual a su participación en el ingreso mundial.

conjunto de igualación del precio de los factores sería el hexágono $OQ_1Q_2O'Q_1'Q_2'$. Bajo el supuesto de que uno de los bienes es no transable, se modifica la forma del conjunto de igualación del precio de los factores. En particular, cuando se consideran bienes no transables este conjunto es más pequeño que el que se obtiene cuando todos los bienes son transables ya que se imponen mayores restricciones en cuanto a la participación de cada país en la producción de cada bien en relación al nivel de producción del equilibrio integrado de dicho bien (λ_{ij}). El tamaño del conjunto de igualación del precio de los factores en presencia de bienes no transables depende de la relación que existe entre el número de bienes transables y el número de factores de producción.

Metodología para la obtención del conjunto de igualación del precio de los factores

A continuación se describe detalladamente la forma de obtener el conjunto de igualación del precio de los factores cuando se consideran un bien no transable y dos bienes transables, todos producidos bajo rendimientos constantes a escala.

En primer lugar, se obtienen puntos que pertenecen al conjunto de igualación del precio de los factores para un tamaño relativo de los países dado. Dadas las preferencias homotéticas, este último se determina por un punto de consumo C, elegido sobre la diagonal. Este punto C establece el nivel de consumo de los bienes X, Y y Z. En particular, se determina el consumo del bien no transable (y por lo tanto, su producción), que debe asignarse entre los países en proporción a su participación en el ingreso mundial. Esto implica que el vector de empleo del bien no transable X ($OQ_1 = O'Q_1'$) tiene que asignarse entre los países en proporción al segmento OC/OO' para NP y $O'C/OO'$ para el RM. Esta asignación de recursos puede ser obtenida trazando una recta que pase por el punto C y que sea paralela a la suma de los vectores de empleo del equilibrio integrado de los bienes transables Y y Z. Esta recta se denomina AB y por propiedades de la geometría,

$$OA/OQ_1 = OC/OO'$$

$$O'B/O'Q_1' = O'C/OO'$$

Entonces, OA es la asignación de recursos a la producción del bien no transable en NP y O'B en el RM. Los puntos A y B se convierten en los orígenes para la asignación del resto de los recursos a la producción de los bienes transables. La idea del conjunto de igualación del precio de los factores es que aquellos recursos que no participan en la producción de los bienes no transables se puedan emplear plenamente en cada uno de los países usando las técnicas de producción del equilibrio integrado. Esto significa que el punto que divide la dotación factorial entre NP y el RM (al que se denominará punto de dotación E) tendría que caer dentro de un paralelogramo como AQ_3BQ_3' cuyos lados representan los vectores de empleo del equilibrio integrado de los bienes transables Y y Z a partir de los puntos A y B.

Es importante tener en cuenta que a través del punto de consumo C pasa una recta BB' a lo largo de la cual el valor del ingreso es constante y cuya pendiente representa la relación del precio de los factores del equilibrio integrado ($-w_L/w_K$). El punto de dotación E no sólo tiene que estar dentro del paralelogramo AQ_3BQ_3' (para que los países puedan emplear plenamente sus recursos utilizando las técnicas de producción del equilibrio integrado) sino que, además, tiene que estar sobre la recta BB' (a lo largo de la cual el valor del ingreso es constante; en particular, el valor del ingreso en el punto de consumo C es igual al valor del ingreso en el punto de dotación E). Por lo tanto, sólo la parte de la recta BB' que está dentro del paralelogramo forma parte del conjunto de igualación del precio de los factores.¹³⁰

¹³⁰ Debe destacarse que el paralelogramo AQ_3BQ_3' fue construido para un punto de consumo C sobre la diagonal que representa un tamaño relativo de los países dado.

Para la construcción del conjunto de igualación del precio de los factores, se supone que el punto de consumo C sobre la diagonal elegido inicialmente determina el primer vértice o punto de quiebre superior de dicho conjunto. Partiendo de este supuesto y del paralelogramo AQ_3BQ_3' , es posible verificar que este vértice es aquel donde el extremo superior de la recta BB' dentro del conjunto de igualación del precio de los factores (es decir, dentro del paralelogramo) coincide con el primer vértice superior del paralelogramo correspondiente a los vectores de empleo del equilibrio integrado de los bienes transables Y y Z (en particular, en este caso, el punto Q_3). Notar entonces que la relación del precio de los factores del equilibrio integrado ($-w_L/w_K$) se supone dada por la pendiente de la recta que une el punto Q_3 con el punto de consumo C sobre la diagonal. Una vez determinado el primer vértice superior del conjunto de igualación del precio de los factores, se obtiene el primer tramo del conjunto, OQ_3 , que es la unión del origen de NP (O) con este vértice o punto de quiebre.¹³¹

Luego, es necesario obtener el segundo tramo del conjunto de igualación del precio de los factores. Como se trata de un caso de dos países (NP y RM), dos factores (L y K), dos bienes transables (Y y Z) y un bien no transable (X), el conjunto de igualación del precio de los factores es un paralelogramo. Dado que el primer tramo del conjunto es OQ_3 , el segundo tramo es Q_3O' , la unión del vértice o punto de quiebre superior Q_3 con el origen del RM (O'). Un método para comprobar la forma del conjunto de igualación del precio de los factores consiste en determinar puntos de consumo sobre la diagonal distintos de C y estudiar la asignación factorial de equilibrio. Se trata de obtener puntos que pertenezcan al conjunto de igualación del precio de los factores para diferentes tamaños relativos de los países. Por ejemplo, se supone un punto de consumo sobre la diagonal a la derecha de C como C' . A partir de este punto, es necesario asignar la producción del bien no transable entre los países en proporción a su participación en el ingreso mundial, trazando una recta que pase por el punto C' y que sea paralela a la suma de los vectores de empleo del equilibrio integrado de los bienes transables Y y Z. Esta recta se denomina DE y por propiedades de la geometría,

$$OD/OQ_1 = OC/OO'$$

$$O'E/O'Q_1' = O'C/OO'$$

Entonces, OD es la asignación de recursos a la producción del bien no transable en NP y O'E en el RM. Los puntos D y E se convierten en los orígenes para la asignación del resto de los recursos a la producción de los bienes transables. El punto de dotación E tendría que caer dentro de un paralelogramo como DQ_4EQ_4' , cuyos lados representan los vectores de empleo del equilibrio integrado de los bienes transables Y y Z a partir de los puntos D y E, y además, estar sobre la recta BB' cuya pendiente muestra la relación del precio de los factores del equilibrio integrado ($-w_L/w_K$) obtenida anteriormente. Notar que sólo la parte de la recta BB' que está dentro del paralelogramo forma parte del conjunto de igualación del precio de los factores. Es decir, que el punto donde la recta BB' corta a uno de los vectores de empleo del paralelogramo DQ_4EQ_4' determina un punto límite del conjunto de igualación del precio de los factores. Puntos por encima no permiten reproducir el equilibrio integrado porque no es posible que cada uno de los países emplee plenamente sus recursos para producir los bienes transables Y y Z, utilizando las técnicas de producción del equilibrio integrado.

Repitiendo este procedimiento para todos y cada uno de los puntos de consumo sobre la diagonal a la derecha de C, se obtienen todos y cada uno de los puntos límites del conjunto de igualación del precio de los

¹³¹ Por construcción del paralelogramo correspondiente a los vectores de empleo de los bienes transables Y y Z, el vértice superior del conjunto de igualación del precio de los factores se determina donde una recta paralela al vector de empleo del bien no transable X ($OQ_1 = O'Q_1'$) que pasa por el punto Q_2 corta al primer tramo del conjunto OQ_3 .

factores (a la derecha de C) para diferentes tamaños relativos de los países (representados por puntos de consumo sobre la diagonal). La unión de todos estos puntos determina el segundo tramo del conjunto Q_3O' .¹³² Como el conjunto de igualación del precio de los factores es simétrico a ambos lados de la diagonal, en este caso el conjunto está representado por el paralelogramo $OQ_3O'Q_5'$.

A continuación se presenta un ejemplo que demuestra que un punto dentro del conjunto de igualación del precio de los factores que divide la dotación factorial entre los países permite replicar el equilibrio integrado. Se elige un punto de dotación E que describe una división de la dotación factorial entre NP y el RM (Figura 4b). La relación del precio de los factores del equilibrio integrado ($-w_L/w_K$) está dada por la pendiente de la recta BB' que pasa por el punto de dotación E y que en la intersección con la diagonal determina un punto de consumo C. A partir de este punto, se determina el nivel de consumo y de producción del bien no transable, tanto en NP (OA) como en el RM (O'B) y se obtiene el paralelogramo correspondiente a los vectores de empleo del equilibrio integrado de los bienes transables Y y Z (AQ_3BQ_3'). Luego, construyendo paralelogramos entre A y E, y entre A y C, se obtienen los niveles de producción, consumo, exportaciones e importaciones de los bienes transables en NP: AP_Y es el nivel de producción de Y y AP_Z es el nivel de producción de Z; AC_Y es el nivel de consumo de Y y AC_Z es el nivel de consumo de Z; y P_YC_Y es el nivel de exportaciones de Y y C_ZP_Z es el nivel de importaciones de Z. A su vez, construyendo paralelogramos entre B y E, y entre B y C, se obtienen los niveles de producción, consumo, exportaciones e importaciones de los bienes transables en el RM: BP_Z' es el nivel de producción de Z y BP_Y' es el nivel de producción de Y; BC_Z' es el nivel de consumo de Z y BC_Y' es el nivel de consumo de Y; y $P_Z'C_Z'$ es el nivel de exportaciones de Z y $C_Y'P_Y'$ es el nivel de importaciones de Y.

En el modelo, cada país es autosuficiente en la provisión del bien no transable y para los bienes transables, se cumple la predicción de la teoría de Heckscher-Ohlin. NP, que es relativamente abundante en capital (el punto de dotación E se encuentra encima de la diagonal) exporta Y, el bien relativamente intensivo en capital entre los bienes transables e importa Z, el bien relativamente intensivo en trabajo entre los bienes transables.^{133 134} En este caso, a pesar de que el número de bienes (transables y no transables) es mayor que el número de factores, como el número de bienes transables iguala al número de factores, es posible determinar tanto el patrón de producción como el de comercio. El vector EC representa el contenido factorial del comercio y el modelo cumple con la predicción de la teoría de Heckscher-Ohlin-Vanek, tanto en NP como en el RM.

Finalmente, se presenta un ejemplo que demuestra que un punto fuera del conjunto de igualación del precio de los factores que divide la dotación factorial entre los países no permite replicar el equilibrio integrado. Se elige un punto de dotación E' que describe una división de la dotación factorial entre NP y el RM (Figura 4b). A partir del punto de consumo C sobre la diagonal, se determina el nivel de consumo y de producción del bien no transable (OA en NP y O'B en el RM) y se obtiene el paralelogramo correspondiente a los vectores de empleo del equilibrio integrado de los bienes transables Y y Z (AQ_3BQ_3'). Sin embargo, para que los países puedan emplear plenamente sus recursos utilizando las técnicas de producción del equilibrio integrado, NP debería producir cantidades negativas de Z (A-1) y una cantidad de Y (1-E') mayor que la que

¹³² Este procedimiento puede realizarse para todos y cada uno de los puntos de consumo sobre la diagonal, a la izquierda de C, para verificar que el primer tramo del conjunto de igualación del precio de los factores es OQ_3 . Por ejemplo, a partir del punto C' se asignan los recursos necesarios para la producción del bien no transable en NP (OF) y en el RM (O'G) y se obtiene el paralelogramo FQ_5GQ_5' correspondiente a los vectores de empleo del equilibrio integrado de los bienes transables Y y Z. El punto de dotación E tendría que estar dentro de este paralelogramo y sobre la recta BB' . El punto límite del conjunto es el punto donde la recta BB' corta a uno de los vectores de empleo del paralelogramo FQ_5GQ_5' . Así se obtienen todos y cada uno de los puntos límites del conjunto para diferentes tamaños relativos de los países, a la izquierda de C, cuya unión determina el primer tramo del conjunto OQ_3 .

¹³³ El RM, relativamente abundante en trabajo, exporta Z, el bien relativamente intensivo en trabajo entre los bienes transables e importa Y, el bien relativamente intensivo en capital entre los bienes transables.

¹³⁴ Notar que el bien X, el bien más relativamente intensivo en capital, es el bien no transable.

se produce en el equilibrio integrado ($Q_1Q_2 = Q_1'Q_2'$). A su vez, el RM debería producir cantidades negativas de Y (B-2) y una cantidad de Z (2-E') mayor que la que se produce en el equilibrio integrado ($Q_2O' = Q_2'O$).

Generalización

En esta sección se obtiene geoméricamente el conjunto de igualación del precio de los factores para el caso de dos países (NP y RM), dos factores (L y K) y cuatro bienes producidos bajo rendimientos constantes a escala (X, Y, Z y U). X, el bien más intensivo en capital, es de carácter no transable y representa al turismo. Y, Z y U son bienes transables. En la Figura 5, $OQ_1 (= O'Q_1')$, $Q_1Q_2 (= Q_1'Q_2')$, $Q_2Q_3 (= Q_2'Q_3')$ y $Q_3O' (= Q_3'O)$ describen los vectores de empleo del equilibrio integrado de X, Y, Z y U, respectivamente. Si todos los bienes fueran transables, el conjunto de igualación del precio de los factores sería el octógono $OQ_1Q_2Q_3O'Q_1'Q_2'Q_3'$. Como en el caso anterior, bajo el supuesto de que uno de los bienes es no transable, se modifica la forma del conjunto de igualación del precio de los factores. En particular, cuando se consideran bienes no transables, este conjunto es más pequeño que el que se obtiene cuando todos los bienes son transables. El procedimiento para obtener este conjunto es similar al descrito anteriormente con la diferencia de que ahora, dado que el conjunto es un hexágono, es necesario determinar dos vértices o puntos de quiebre superiores.¹³⁵

En primer lugar, se obtienen puntos que pertenecen al conjunto de igualación del precio de los factores para un tamaño relativo de los países dado. Se parte de un punto de consumo C sobre la diagonal que determina el nivel de consumo de los bienes; en particular, el consumo del bien no transable (y, por lo tanto, su producción), que debe asignarse entre los países en proporción a su participación en el ingreso mundial. OA es la asignación de recursos a la producción del bien no transable en NP y O'B en el RM y a partir de los puntos A y B se traza un hexágono como $AQ_4Q_5BQ_4'Q_5'$ cuyos lados representan los vectores de empleo del equilibrio integrado de los bienes transables Y, Z y U. El punto de dotación E tendría que estar dentro de este hexágono y sobre la recta BB' cuya pendiente muestra la relación del precio de los factores del equilibrio integrado ($-w_L/w_K$). Para la construcción del conjunto se supone que el punto de consumo C sobre la diagonal elegido inicialmente determina el primer vértice o punto de quiebre superior de dicho conjunto.¹³⁶ Una vez determinado este vértice, se obtiene el primer tramo del conjunto de igualación del precio de los factores, OQ_4 , que es la unión del origen de NP (O) con este vértice o punto de quiebre.

Luego, para obtener el segundo tramo del conjunto, se parte de un punto de consumo sobre la diagonal a la derecha de C, tal como C'. A partir de este punto, es necesario asignar la producción del bien no transable entre los países en proporción a su participación en el ingreso mundial (OD en NP y O'E en el RM) y a partir de los puntos D y E se traza el hexágono $DQ_6Q_7EQ_6'Q_7'$, cuyos lados representan los vectores de empleo del equilibrio integrado de los bienes transables Y, Z y U. El punto de dotación E tendría que estar dentro de este hexágono y, además, sobre la recta BB', siendo el punto donde esta recta corta a uno de los vectores de empleo del equilibrio integrado del hexágono un punto límite del conjunto de igualación del precio de los factores. Repitiendo este procedimiento para todos y cada uno de los puntos de consumo sobre la diagonal, a la derecha de C, hasta el punto que determina el segundo vértice superior, se obtienen todos y cada uno de los puntos límites del conjunto de igualación del precio de los factores correspondientes al segundo tramo del

¹³⁵ El conjunto de igualación del precio de los factores es un hexágono debido a que se trata de un caso de dos países (NP y RM), dos factores (L y K), tres bienes transables (Y, Z y U) y un bien no transable (X).

¹³⁶ El primer vértice o punto de quiebre superior del conjunto de igualación del precio de los factores es aquel donde el extremo superior de la recta BB' dentro del conjunto (es decir, dentro del hexágono) coincide con el primer vértice superior del hexágono correspondiente a los vectores de empleo del equilibrio integrado de los bienes transables Y, Z y U.

conjunto.¹³⁷ La unión de todos estos puntos determina entonces el segundo tramo del conjunto de igualación del precio de los factores, Q_4Q_9 .¹³⁸ Finalmente, el tercer tramo del conjunto de igualación del precio de los factores es Q_9O' , que es la unión del segundo vértice del conjunto Q_9 con el origen del RM (O'). Como el conjunto de igualación del precio de los factores es simétrico con respecto a ambos lados de la diagonal, en este caso el conjunto está representado por el hexágono $OQ_4Q_9O'Q_{10}'Q_7'$.

Al igual que en el caso anterior, es posible obtener puntos dentro del conjunto de igualación del precio de los factores que permiten reproducir el equilibrio de la economía mundial integrada. Como el número de bienes (transables y no transables) es mayor que el número de factores y el número de bienes transables también es mayor que el número de factores, el patrón de producción y el patrón de comercio no están únicamente determinados. Por supuesto, puede determinarse únicamente el contenido factorial del comercio. También es posible demostrar que puntos fuera del conjunto no permiten reproducir el equilibrio de la economía mundial integrada.

CONCLUSIONES

En esta sección, el turismo se caracteriza como un bien no transable de acuerdo a la definición que considera que cada país tiene que ser autosuficiente en la producción para satisfacer su propia demanda del bien. Entonces, la demanda doméstica sólo puede ser satisfecha con oferta doméstica. Esta caracterización también se aplica al turismo como un servicio, bajo la concepción tradicional de la teoría del comercio internacional que lo considera una actividad no transable. En estos casos, el conjunto de igualación del precio de los factores muestra aquellos puntos de dotación para los que el libre comercio puede replicar el equilibrio de la economía mundial integrada y sustituir la movilidad física factorial en una economía caracterizada por la existencia de bienes (servicios) transables y no transables. Bajo estos supuestos, las condiciones necesarias para que el libre comercio permita reproducir al equilibrio de la economía integrada son más restrictivas que cuando el turismo se define como un bien o servicio transable. Por lo tanto, en este caso, el conjunto de igualación del precio de los factores es más pequeño lo que implica menor probabilidad de ocurrencia de igualación del precio de los factores entre países.

III.4.3. CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES PARA

¹³⁷ El segundo vértice o punto de quiebre superior del conjunto de igualación del precio de los factores es aquel donde el extremo superior de la recta BB' dentro del conjunto (es decir, dentro del hexágono) coincide con el segundo vértice superior del hexágono correspondiente a los vectores de empleo del equilibrio integrado de los bienes transables Y , Z y U (en particular, en este caso, el punto Q_9). Por construcción del hexágono correspondiente a los vectores de empleo de los bienes transables Y , Z y U , el segundo vértice superior del conjunto se determina donde una recta paralela al vector de empleo del bien no transable X ($OQ_1 = O'Q_1'$) que pasa por el punto Q_3 corta al segundo tramo del conjunto de igualación del precio de los factores Q_4Q_9 .

¹³⁸ Este procedimiento puede realizarse para todos y cada uno de los puntos de consumo sobre la diagonal, a la izquierda de C , para verificar que el primer tramo del conjunto de igualación del precio de los factores es OQ_4 .

¹³⁹ Una forma de comprobar que el segundo vértice del conjunto de igualación del precio de los factores es el que se obtuvo anteriormente, consiste en elegir el punto de consumo sobre la diagonal que se corresponde con este vértice. Este punto es el que surge de la intersección de la diagonal con la recta BB' que pasa por el punto Q_9 . A partir de este punto (C''), se determina el nivel de consumo y de producción del bien no transable en NP y en el RM (OF y $O'G$, respectivamente) y se obtiene el hexágono $FQ_8Q_9GQ_8'Q_9'$ cuyos lados representan los vectores de empleo del equilibrio integrado de los bienes transables Y , Z y U .

EL TURISMO DEFINIDO COMO UN BIEN O SERVICIO DIFERENCIADO PRODUCIDO POR EMPRESAS MULTINACIONALES ¹⁴⁰

Esta sección presenta la caracterización del conjunto de igualación del precio de los factores para definiciones específicas del turismo bajo distintos escenarios dentro de la teoría de las corporaciones multinacionales. En particular, se analiza el comercio de servicios intangibles (más específicamente, el comercio de factores sin necesidad de que exista movilidad física factorial) en el marco de lo que se denomina comercio intrafirma dentro de empresas multinacionales de acuerdo a Helpman y Krugman (1985). El comercio intrafirma consiste en el comercio, dentro de una misma empresa multinacional, de servicios o productos invisibles tales como los servicios de la capacidad empresarial.¹⁴¹

El modelo básico para el caso de empresas multinacionales. Equilibrio de la economía integrada

Se utiliza un modelo de dos países (nuestro país –NP- y el resto del mundo –RM), dos factores (trabajo –L- y capital –K) y dos bienes (X e Y). Y se produce bajo rendimientos constantes a escala y los factores de producción utilizados (trabajo y capital) tienen que pertenecer al mismo país. X consiste en numerosas variedades de un producto diferenciado que se produce con trabajo, capital y capacidad empresarial bajo competencia monopolística. X tiene dos partes en el proceso productivo para cada una de sus variedades: una parte del proceso es la producción en sí misma (elaboración del bien en planta) y otra parte involucra servicios intangibles como los de la capacidad empresarial. La capacidad empresarial se produce con trabajo y capital, se trata de un producto diferenciado provisto internamente por las empresas y que no puede ser comercializado en los mercados internacionales en los términos usuales. El comercio de la capacidad empresarial es entre filiales de una misma empresa multinacional. Se trata de comercio intrafirma de servicios invisibles –insumos tales como management, marketing, investigación y desarrollo específico de los productos, etc.- que son altamente especializados, que pueden estar localizados en un país y servir líneas de producción en otros países. En esta sección, la teoría se refiere a firmas que producen un único bien, que maximizan beneficios y eligen localizar sus líneas de producción en base a minimización de costos. Es así como las empresas multinacionales surgen como respuesta a la tendencia de las remuneraciones de los

¹⁴⁰ Helpman y Krugman (1985, capítulo 12) describen el conjunto de igualación del precio de los factores para bienes transables diferenciados sujetos a producción por parte de empresas multinacionales. En esta sección, se analiza el conjunto de igualación del precio de los factores para el turismo definido como un bien (servicio) diferenciado transable sujeto a producción por parte de empresas multinacionales y dos casos adicionales. Por un lado, el caso donde se define al turismo como un bien (servicio) diferenciado no transable sujeto a producción por parte de empresas multinacionales. Por otro lado, el caso donde se define al turismo como un bien (servicio) diferenciado transable sujeto a producción por parte de empresas multinacionales y, al mismo tiempo, también se lo caracteriza como un bien (servicio) no transable producido bajo rendimientos constantes a escala.

¹⁴¹ La estructura, conducta y performance de las empresas multinacionales son temas que han sido ampliamente investigados en la teoría económica. En particular, Dunning (1981, en Ethier, 1986) establece tres condiciones bajo las cuales las empresas multinacionales están presentes en las economías: i) la firma debe tener ciertas ventajas de propiedad que pueden tomar la forma de conocimientos técnicos especializados (insumos como management, marketing, investigación y desarrollo, etc.); ii) deben existir ciertas ventajas locacionales para producir en un mercado extranjero (disponibilidad de trabajo relativamente barato, acceso a ciertos insumos, etc.); iii) la firma tiene como objetivo explotar las ventajas de propiedad y locacionales internamente, es decir, a través del mercado interno. Este esquema es conocido como el paradigma OLI (*OLI paradigm: ownership, locational, internally*). Algunos aspectos adicionales relacionados con empresas multinacionales pueden consultarse en el Capítulo II.

factores a diferir entre países, de modo tal que las corporaciones deciden dividir sus procesos productivos y establecer plantas en distintos países.¹⁴²

La función de costos unitarios para Y (numerario) es

$$c_Y(w_L, w_K) = 1$$

donde w_l ($l = L, K$) son los precios de los factores.

La función de costos totales para X es

$$C(w_L, w_K, x) = \min_h [C^P(w_L, w_K, h, x) + C^H(w_L, w_K, h)]$$

donde $C^P(w_L, w_K, h, x)$ es el costo requerido para producir x unidades de una variedad del producto diferenciado en una sola planta cuando h unidades de H (capacidad empresarial) han sido adaptadas para su uso; y donde $C^H(w_L, w_K, h)$ son los costos mínimos requeridos para producir h en la variedad deseada. Es importante notar que la minimización de costos define el nivel óptimo de h (capacidad empresarial) que se produce, que es aquel que compensa los mayores costos C^H con los menores costos C^P

$$C_h^H(w_L, w_K, h) = -C_h^P(w_L, w_K, h, x)$$

Las condiciones de equilibrio de la economía integrada son las siguientes

$$(1) \quad 1 = c_Y(w_L, w_K)$$

$$(2) \quad p = c(w_L, w_K, x)$$

$$(3) \quad R(p, n_{\text{mundial}}) = \theta(w_L, w_K, x)$$

$$(4) \quad a_{LY}(w_L, w_K)Y_{\text{mundial}} + a_{LX}(w_L, w_K, x)X_{\text{mundial}} = L_{\text{mundial}}$$

¹⁴² Otras razones, tales como la existencia de costos de transporte o ventajas impositivas que justifican la existencia de empresas multinacionales, no son consideradas en este capítulo.

$$(5) \quad a_{KY}(w_L, w_K)Y_{\text{mundial}} + a_{KX}(w_L, w_K, x)X_{\text{mundial}} = K_{\text{mundial}}$$

$$(6) \quad \alpha_Y(p, n_{\text{mundial}}) = \frac{Y_{\text{mundial}}}{(Y_{\text{mundial}} + pX_{\text{mundial}})}$$

$$(7) \quad X_{\text{mundial}} = n_{\text{mundial}}x$$

donde p el precio de cada variedad del producto diferenciado; $c(w_L, w_K, x)$ es el costo medio $= \frac{C(w_L, w_K, x)}{x}$; $R(p, n_{\text{mundial}})$ es una medida del grado de poder de monopolio; n_{mundial} es el número de variedades disponibles para los consumidores; y $\theta(w_L, w_K, x)$ es una medida del grado de economías de escala en la producción de X .

La ecuación (1) es la condición de cero beneficio del bien Y que se produce bajo rendimientos constantes a escala y que es el numeraire (por lo tanto $p_Y = 1$). Las ecuaciones (2) y (3) representan las condiciones de equilibrio del producto diferenciado X . Las ecuaciones (4) y (5) representan las condiciones de equilibrio en el mercado de factores (restricciones de recursos). La ecuación (6) presenta la condición de equilibrio en el mercado de bienes. Finalmente, la ecuación (7) muestra el nivel de producción agregado de X .

III.4.3.1. CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES PARA EL TURISMO DEFINIDO COMO UN BIEN O SERVICIO DIFERENCIADO TRANSABLE (SEPARABLE O NO GEOGRÁFICAMENTE) Y UN BIEN TRANSABLE PRODUCIDO BAJO RENDIMIENTOS CONSTANTES A ESCALA

Para el análisis del rol de las corporaciones multinacionales, es importante distinguir los casos en donde es o no posible separar geográficamente la producción de los bienes. Cuando no se permite la existencia de empresas multinacionales, no es posible separar geográficamente la producción -por ejemplo, por cuestiones tecnológicas, la gerencia tiene que establecer sus oficinas en la planta de producción (Porto, 2003). Cuando se permite la existencia de empresas multinacionales, es posible separar geográficamente la producción -por ejemplo, un gerente de un país puede coordinar la actividad de planta en otro país (Porto, 2003).

Conjunto de igualación del precio de los factores para el turismo definido como un bien o servicio diferenciado transable no separable geográficamente y un bien transable producido bajo rendimientos constantes a escala

En esta sección se obtiene geoméricamente el conjunto de igualación del precio de los factores para el caso de dos países (NP y RM), dos factores (L y K) y dos bienes (X e Y). X es un producto diferenciado no separable geográficamente, transable y que representa una forma de turismo. Y es un bien transable que se produce bajo rendimientos constantes a escala. En la Figura 6, $OQ_1 (= O'Q_1')$ representa el vector de empleo

de capacidad empresarial (H), $Q_1Q_2 (= Q_1'Q_2')$ el vector de empleo en planta para la elaboración de X (P), $OQ_2 (= O'Q_2')$ el vector de empleo de X (que incluye la producción de capacidad empresarial y la elaboración en planta) y $Q_2O' (= Q_2'O)$ el vector de empleo de Y. Si se tratara de tres bienes transables independientes (H, X e Y), el conjunto de igualación del precio de los factores sería el hexágono $OQ_1Q_2O'Q_1'Q_2'$. Si, como en este caso, no es posible separar geográficamente la producción de X (es decir, no se permite la existencia de empresas multinacionales), su producción requiere usar las técnicas de producción del equilibrio integrado dadas por el vector $OQ_2 (= O'Q_2')$ y entonces el conjunto de igualación del precio de los factores es el paralelogramo $OQ_2O'Q_2'$. Para equilibrios dentro de este conjunto, como se da la igualación del precio de los factores, se supone que las firmas no tienen incentivos a abrir filiales o subsidiarias en otros países para localizar sus líneas de producción, emplean todos los factores de producción en su propio país y, por lo tanto, no existe racionalidad para la existencia de empresas multinacionales.

A continuación se presenta un ejemplo que demuestra que un punto dentro del conjunto de igualación del precio de los factores que divide la dotación factorial entre los países replica el equilibrio integrado (Figura 6). Se elige un punto de dotación E que, como se encuentra por encima de la diagonal OO' , determina que NP es relativamente abundante en capital. La relación del precio de los factores del equilibrio integrado ($-w_L/w_K$) está dada por la pendiente de la recta BB' .

Construyendo paralelogramos entre O y E, y entre O y C, se obtienen los niveles de producción, consumo, exportaciones e importaciones de NP: OP_x es el nivel de producción de X y OP_y es el nivel de producción de Y; OC_x es el nivel de consumo X y OC_y es el nivel de consumo de Y; P_xC_x es el nivel de exportaciones de X y C_yP_y es el nivel de importaciones de Y. A su vez, construyendo paralelogramos entre O' y E, y entre O' y C, se obtienen los niveles de producción, consumo, exportaciones e importaciones del RM: $O'P_y'$ es el nivel de producción de Y y $O'P_x'$ es el nivel de producción de X; $O'C_y'$ es el nivel de consumo de Y y $O'C_x'$ es el nivel de consumo X; y $P_y'C_y'$ es el nivel de exportaciones de Y; $C_x'P_x'$ es el nivel de importaciones de X.

En esta asignación, NP produce algunas variedades del producto diferenciado X ($n = \frac{X}{x}$) y el RM produce otras ($n' = \frac{X'}{x}$), donde

$$n + n' = n_{\text{mundial}} = \frac{X_{\text{mundial}}}{x} \quad 143$$

En este modelo, hay dos fuentes de comercio. Por un lado, comercio intraindustrial para aprovechar las economías de escala en la producción (comercio de variedades de un mismo bien) y, por otro lado, comercio interindustrial que refleja el resultado standard de la teoría de la abundancia factorial (comercio de bienes entre industrias). NP, que es relativamente abundante en capital, es un exportador *neto* de X, que es el bien relativamente intensivo en capital, y es un importador de Y. El RM, que es relativamente abundante en trabajo, es un exportador de Y y un importador *neto* de X.¹⁴⁴ Para entender estos conceptos, es necesario aclarar el significado de la palabra *neto* en los flujos de comercio. NP produce n variedades del bien X y la

¹⁴³ En este modelo, no sólo los precios de los factores se igualan entre países sino que también se igualan los niveles de producción por firma (x) en el sector de productos diferenciados X.

¹⁴⁴ En este contexto, también es posible determinar el contenido factorial del comercio de NP y del RM. El contenido factorial está representado por el vector EC: para NP, es la diferencia entre el vector de dotación OE y el vector de consumo OC; para el RM, es la diferencia entre el vector de dotación $O'E$ y el vector de consumo $O'C$.

demanda de X de NP (D_X) consiste en una proporción s (participación de NP en el ingreso mundial) de n variedades que se producen en NP y n' variedades que se producen en el RM (y que NP importa)

$$D_X = s(nx + n'x)$$

Del mismo modo, los residentes del RM consumen una proporción $s' = (1 - s)$ de la producción de cada variedad (de NP y del RM) y por lo tanto, la demanda de X del RM (D_X')

$$D_X' = s'(nx + n'x)$$

Por lo tanto, NP importa $sn'x$ de X y exporta $s'nx$ siendo las exportaciones netas ($P_x C_x$ en la Figura 6) iguales a $(s'nx - sn'x)$

Finalmente, es posible demostrar que un punto de dotación E' fuera del conjunto de igualación del precio de los factores no permite replicar el equilibrio de la economía mundial integrada.

Conjunto de igualación del precio de los factores para el turismo definido como un bien o servicio diferenciado transable separable geográficamente y un bien transable producido bajo rendimientos constantes a escala

En esta sección se obtiene geoméricamente el conjunto de igualación del precio de los factores bajo el supuesto de que X es un producto diferenciado separable geográficamente, transable y que representa una forma de turismo. Como se supone que la provisión de la capacidad empresarial (H) puede separarse de la elaboración en planta de X (P), el vector $OQ_2 (= O'Q_2')$ puede descomponerse en los vectores $OQ_1 (= O'Q_1')$ -empleo en capacidad empresarial- y $Q_1Q_2 (= Q_1'Q_2')$ -empleo en planta para la elaboración de X. La diferente naturaleza de las actividades de las empresas multinacionales permite reformular las restricciones de recursos (4) y (5) de forma tal de demostrar la existencia de tres bienes: H, X e Y

$$(4') \quad a_{LY}(w_L, w_K)Y_{mundial} + a_{LP}(w_L, w_K, h, x)X_{mundial} + a_{LH}(w_L, w_K, h)H_{mundial} = L_{mundial}$$

$$(5') \quad a_{KY}(w_L, w_K)Y_{mundial} + a_{KP}(w_L, w_K, h, x)X_{mundial} + a_{KH}(w_L, w_K, h)H_{mundial} = K_{mundial}$$

donde $H_{mundial} = (n_{mundial}h)$

Si se tratara de tres bienes transables independientes (H, X e Y), el conjunto de igualación del precio de los factores sería el hexágono $OQ_1Q_2O'Q_1'Q_2'$. Si no es posible separar geográficamente la producción de X (es decir, no se permite la existencia de empresas multinacionales) y su producción requiere usar las técnicas de producción del equilibrio integrado dadas por el vector OQ_2 , entonces el conjunto de igualación del precio de los factores es el paralelogramo $OQ_2O'Q_2'$. Cuando el punto de dotación E cae fuera del paralelogramo $OQ_2O'Q_2'$, en las áreas OQ_1Q_2 y/o $O'Q_1'Q_2'$, hay igualación en el precio de los factores si se permite la existencia de empresas multinacionales. Cuando el punto de dotación E cae fuera del hexágono $OQ_1Q_2O'Q_1'Q_2'$, se trata de puntos donde pueden existir corporaciones multinacionales pero donde no se da la igualación en el precio de los factores (Figura 6).

Se presenta un ejemplo de un punto de dotación E' que divide la dotación factorial entre países e implica igualación en el precio de los factores y existencia de empresas multinacionales (Figura 6). Los niveles de producción son

$$H_{\text{utilizada por NP en NP}} = O-4$$

$$H_{\text{utilizada por NP en subsidiarias de Empresas Multinacionales de NP localizadas en RM}} = 4-1$$

$$H_{\text{producida en NP}} = O-1 = (H_{\text{utilizada por NP en NP}} = O-4) + (H_{\text{utilizada por NP en subsidiarias de Empresas Multinacionales de NP localizadas en RM}} = 4-1)$$

$$H_{\text{producida y utilizada por RM en RM}} = Q_23 = Q_11$$

$$P_{\text{localizada en NP}} = 1-E'$$

$$P_{\text{localizada en RM y utilizada por subsidiarias de Empresas Multinacionales de NP localizadas en RM}} = 2-E'$$

$$P_{\text{localizada en RM y utilizada por RM}} = 2-3$$

$$P_{\text{localizada en RM}} = E'-3 = (P_{\text{localizada en RM y utilizada por subsidiarias de Empresas Multinacionales de NP localizadas en RM}} = 2-E') + (P_{\text{localizada en RM y utilizada por RM}} = 2-3)$$

$$X_{\text{producido por NP en NP}} = O-5$$

$$X_{\text{producido por NP en Empresas Multinacionales de NP localizadas en RM}} = 5-2$$

$$X_{\text{producido por NP}} = O-2 = (X_{\text{producido por NP en NP}} = O-5) + (X_{\text{producido por NP en Empresas Multinacionales de NP localizadas en RM}} = 5-2)$$

$$X_{\text{producido por RM}} = Q_2-2$$

$$X_{EI} = O-2 + Q_2-2 = OQ_2 = O'Q_2'$$

$$Y_{NP} = 0$$

$$Y_{RM} = O'Q_2 = OQ_2'$$

$$Y_{EI} = O'Q_2 = OQ_2'$$

GENERALIZACIÓN

En la Figura 7 se obtiene geoméricamente el conjunto de igualación del precio de los factores para dos países (NP y RM), dos factores (L y K) y tres bienes (X, Y y Z). X es un producto diferenciado transable, que puede ser geográficamente separable o no y que representa una forma de turismo. Y y Z son bienes transables producidos bajo rendimientos constantes a escala. $OQ_1 (= O'Q_1')$ representa el vector de empleo de capacidad empresarial (H), $Q_1Q_2 (= Q_1'Q_2')$ el vector de empleo en planta para la elaboración de X (P), $OQ_2 (= O'Q_2')$ el vector de empleo en la producción de X (que incluye la producción de capacidad empresarial y la elaboración en planta), $Q_2Q_3 (= Q_2'Q_3')$ y $Q_3O' (= Q_3'O)$ son los vectores de empleo de Y y Z, respectivamente. Si se tratara de cuatro bienes transables independientes (H, X, Y y Z), el conjunto de igualación del precio de los factores sería el octógono $OQ_1Q_2Q_3O'Q_1'Q_2'Q_3'$. Si no fuera posible separar geográficamente la producción de X (su producción requiere usar las técnicas de producción del equilibrio integrado dadas por el vector $OQ_2 = O'Q_2'$), el conjunto de igualación del precio de los factores sería el hexágono $OQ_2Q_3O'Q_2'Q_3'$. Si la producción de la capacidad empresarial (H) puede separarse de la elaboración en planta de X (P), el vector $OQ_2 (= O'Q_2')$, puede descomponerse en los vectores $OQ_1 (= O'Q_1')$ -empleo en capacidad empresarial- y $Q_1Q_2 (= Q_1'Q_2')$ -empleo en planta para la elaboración de X- y cuando el punto de dotación E cae fuera del hexágono $OQ_2Q_3O'Q_2'Q_3'$, en las áreas sombreadas OQ_1Q_2 y/o $O'Q_1'Q_2'$, hay igualación en el precio de los factores si existen empresas multinacionales. Cuando el punto de dotación E cae fuera del octógono $OQ_1Q_2Q_3O'Q_1'Q_2'Q_3'$, se trata de puntos donde pueden existir corporaciones multinacionales pero donde no se da la igualación en el precio de los factores.

CONCLUSIONES

En esta sección, el turismo se define como un bien (servicio) diferenciado ¹⁴⁵ transable –que producen las empresas multinacionales-para el cual es necesario considerar, además, el comercio de servicios intangibles. Como bien o servicio final transable tiene la particularidad que requiere el desplazamiento de los consumidores (servicios tipo 2), o se manifiesta bajo la modalidad de comercio de servicios sin necesidad de movilidad física de los demandantes ni de los oferentes (servicios tipo 1.1). Como parte del comercio de servicios intangibles como el de la capacidad empresarial (management, investigación y desarrollo, etc.), se trata de una transacción de servicios intermedios que contribuye a la producción del bien o servicio turístico, ya sea aportando tecnología para proveer bienes o servicios diferenciado (reciclaje o puesta en valor de lugares turísticos con tecnología adquirida en otros países) o para el comercio de servicios turísticos propiamente dichos.

Cuando se define al turismo como un bien o servicio diferenciado transable, el conjunto de igualación del precio de los factores es más grande cuando se permite la existencia de corporaciones multinacionales –es decir, cuando se permite que la producción sea separable geográficamente- que cuando no se permite su existencia (ya sea por cuestiones tecnológicas o restricciones al comercio). Por lo tanto, la probabilidad de encontrar sustitución entre comercio de bienes o de servicios por movilidad de factores es mayor cuando existen empresas multinacionales.

¹⁴⁵ La caracterización del turismo como bien o servicio diferenciado puede consultarse en el Capítulo II.

III.4.3.2. CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES PARA EL TURISMO DEFINIDO COMO UN BIEN O SERVICIO DIFERENCIADO NO TRANSABLE (SEPARABLE O NO GEOGRÁFICAMENTE) Y DOS BIENES TRANSABLES PRODUCIDOS BAJO RENDIMIENTOS CONSTANTES A ESCALA

La sección III.4.3.1 presenta el conjunto de igualación del precio de los factores en un contexto de empresas multinacionales que pueden producir bienes o servicios diferenciados transables. En esta sección se supone que el bien o servicio diferenciado X, que puede ser geográficamente separable o no, es de carácter no transable.

Conjunto de igualación del precio de los factores para el turismo definido como un bien diferenciado no transable no separable geográficamente y dos bienes transables producidos bajo rendimientos constantes a escala

En esta sección se obtiene geoméricamente el conjunto de igualación del precio de los factores para dos países (NP y RM), dos factores (L y K) y tres bienes (X, Y y Z). X es un producto diferenciado no separable geográficamente, no transable y que representa una forma de turismo. Y y Z son bienes transables producidos bajo rendimientos constantes a escala. En la Figura 7, $OQ_1 (= O'Q_1')$ representa el vector de empleo de capacidad empresarial (H), $Q_1Q_2 (= Q_1'Q_2')$ el vector de empleo en planta para la elaboración de X (P), $OQ_2 (= O'Q_2')$ representa el vector de empleo de X (que incluye la producción de capacidad empresarial y la elaboración en planta), $Q_2Q_3 (= Q_2'Q_3')$ y $Q_3O' (= Q_3'O)$ son los vectores de empleo de Y y Z, respectivamente. Si se tratara de cuatro bienes transables independientes (H, X, Y y Z), el conjunto de igualación del precio de los factores sería el octógono $OQ_1Q_2Q_3O'Q_1'Q_2'Q_3'$. Si, como en este caso, no es posible separar geográficamente la producción de X (su producción requiere usar las técnicas de producción del equilibrio integrado dadas por el vector OQ_2) y se tratara de un bien transable, el conjunto de igualación del precio de los factores sería el hexágono $OQ_2Q_3O'Q_2'Q_3'$. En este apartado, X es de carácter no transable y, por lo tanto, la obtención del conjunto de igualación del precio de los factores presenta algunas particularidades. Además, como se trata de un producto diferenciado, es necesario hacer algunos supuestos adicionales con el objetivo de lograr que los recursos asignados a la industria de bienes no transables en cada país sea proporcional a su ingreso. En particular, se supone participación en el gasto constante y funciones de producción homotéticas (Helpman y Krugman, 1985).

En primer lugar, se obtienen puntos que pertenecen al conjunto de igualación del precio de los factores para un tamaño relativo de los países dado. Se parte de un punto de consumo C sobre la diagonal que establece el nivel de consumo de los bienes, se determina el consumo y la producción del bien no transable (OA en NP y O'B en el RM), y se determina la asignación del resto de los recursos a la producción de los bienes transables trazando el paralelogramo AQ_4BQ_4' cuyos lados representan los vectores de empleo del equilibrio integrado de los bienes transables. Para la construcción del conjunto, se supone que el punto de consumo C elegido inicialmente determina el primer vértice o punto de quiebre superior de dicho conjunto que permite obtener el primer tramo del conjunto (OQ_4). Como se trata de un caso de dos países (NP y RM), dos factores (L y K), dos bienes transables (Y y Z) y un bien no transable no separable geográficamente (X), el conjunto de igualación del precio de los factores es un paralelogramo. Dado el primer tramo del conjunto, el segundo

tramo es Q_4O' .¹⁴⁶ Como el conjunto de igualación del precio de los factores es simétrico a ambos lados de la diagonal, en este caso el conjunto está representado por el paralelogramo $OQ_4O'Q_5'$.

A continuación se presenta un ejemplo que demuestra que un punto de dotación E dentro del conjunto de igualación del precio de los factores que divide la dotación factorial entre los países permite reproducir el equilibrio integrado (Figura 7). A partir del punto de consumo C se determina el nivel de consumo y de producción del bien no transable, tanto en NP (O-A) como en el RM (O'-B) y se obtiene el paralelogramo correspondiente a los vectores de empleo del equilibrio integrado de los bienes transables Y y Z (AQ_4BQ_4'), siendo sus niveles de producción

$$Y_{NP} = A-1$$

$$Z_{NP} = 1-E$$

$$Y_{RM} = 2-B$$

$$Z_{RM} = E-2$$

$$Y_{EI} = (A-1 + 2-B) = Q_2Q_3 = Q_2'Q_3'$$

$$Z_{EI} = (1-E + E-2) = Q_3O' = Q_3'O$$

En este caso, a pesar de que el número de bienes supera al número de factores, como el número de bienes transables es igual al número de factores, están definidos tanto el patrón de producción como el patrón de comercio. Cada país es autosuficiente en la provisión del bien no transable X, el comercio interindustrial está determinado por las diferencias entre países en relación a sus dotaciones factoriales relativas y puede determinarse el contenido factorial del comercio. En relación al bien no transable, como se trata de un bien diferenciado y a pesar del caso especial considerado, si bien la igualación en el precio de los factores implica que cada país asigna sus recursos a la industria de bienes no transables en proporción a su participación en el ingreso mundial y la asignación de factores que resulta de cada país es la misma que la que surge en el equilibrio integrado, la diversidad y la escala de producción de los productos diferenciados será menor que en la economía integrada.

Conjunto de igualación del precio de los factores para el turismo definido como un bien o servicio diferenciado no transable separable geográficamente y dos bienes transables producidos bajo rendimientos constantes a escala

El conjunto de igualación del precio de los factores para dos países (NP y RM), dos factores (L y K) y tres bienes (X, Y y Z; donde X es un producto diferenciado separable geográficamente no transable y que representa una forma de turismo, e Y y Z son bienes transables producidos bajo rendimientos constantes a escala) es el mismo cuando el bien diferenciado no transable es separable geográficamente que cuando no lo es (Figura 7). Dado que se trata de un bien no transable, por más que existan posibilidades de utilizar plantas de producción localizadas en otros países, esto resultaría imposible dada la naturaleza propia del bien (demanda doméstica igual a oferta doméstica).

¹⁴⁶ Un método para comprobar la forma del conjunto de igualación del precio de los factores consiste en determinar puntos de consumo sobre la diagonal distintos de C (que representan diferentes tamaños relativos de los países) y estudiar la asignación factorial de equilibrio. Realizando este procedimiento para todos y cada uno de los puntos de consumo sobre la diagonal a la derecha (a la izquierda) de C, se obtienen todos y cada uno de los puntos límites del conjunto. La unión de todos estos puntos determina el segundo tramo Q_4O' (el primer tramo OQ_4) del conjunto de igualación del precio de los factores.

CONCLUSIONES

Dado que el conjunto de igualación del precio de los factores es el mismo cuando el bien no transable X es separable geográficamente que cuando no lo es, es posible concluir que, bajo este contexto, no existe rol o no tiene sentido que existan las empresas multinacionales. Como se trata de un bien no transable, para el que la demanda doméstica tiene que igualarse con la oferta doméstica, no es relevante si el bien es separable geográficamente o no dada la imposibilidad de utilizar plantas de producción localizadas en otros países. Ahora bien, X es un producto diferenciado no transable y esto genera algunas particularidades en relación a las implicancias del conjunto de igualación del precio de los factores. A pesar de que existe la igualación en el precio de los factores, este hecho no tiene la interpretación usual. Dado que los países relativamente más grandes tienden a producir más bienes diferenciados a una escala mayor (y, por lo tanto, a menor precio) que los países más pequeños, aunque se igualen los precios de los factores entre países, no se igualan los retornos reales de estos factores entre países. Esto genera entonces incentivos a la movilidad factorial hacia los países de mayor tamaño (Helpman y Krugman, 1985).

III.4.3.3. CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES PARA EL TURISMO DEFINIDO COMO UN BIEN O SERVICIO DIFERENCIADO TRANSABLE (SEPARABLE O NO GEOGRÁFICAMENTE) Y EL TURISMO COMO UN BIEN O SERVICIO NO TRANSABLE PRODUCIDO BAJO RENDIMIENTOS CONSTANTES A ESCALA

No sólo es importante considerar la transabilidad o no del bien o servicio final sujeto a producción por parte de empresas multinacionales (separable o no geográficamente), sino que también puede resultar de utilidad caracterizar como no transable a otro de los bienes o servicios finales. En esta sección se considera el caso de un bien o servicio final diferenciado transable que puede estar sujeto a producción por parte de empresas multinacionales, y donde otro de los bienes o servicios finales es no transable. En esta especificación, el turismo puede caracterizarse bajo definiciones alternativas. Por un lado, el turismo se define como un bien o servicio diferenciado transable que puede ser producido –o no– por empresas multinacionales para las que, además, se da el comercio de servicios intangibles como la capacidad empresarial. Por otro lado y al mismo tiempo, el turismo se define como un bien o servicio no transable que requiere que la demanda doméstica sea satisfecha sólo con oferta doméstica así como la proximidad física entre oferentes y demandantes.

Conjunto de igualación del precio de los factores para el turismo definido como un bien diferenciado transable no separable geográficamente y el turismo definido como un bien no transable producido bajo rendimientos constantes a escala

En esta sección se obtiene geoméricamente el conjunto de igualación del precio de los factores para dos países (NP y RM), dos factores (L y K) y tres bienes (X, Y y Z). X es un producto diferenciado transable no separable geográficamente y que representa una forma de turismo. Y es un bien transable producido bajo rendimientos constantes a escala.,Z es un bien no transable producido bajo rendimientos constantes a escala que representa otra forma de turismo. En la Figura 8, $OQ_1 (= O'Q_1')$ representa el vector de empleo en capacidad empresarial (H), $Q_1Q_2 (= Q_1'Q_2')$ el vector de empleo en planta para la elaboración de X (P), OQ_2

(= $O'Q_2'$) representa el vector de empleo de X (que incluye la producción de capacidad empresarial y la elaboración en planta), Q_2Q_3 (= $Q_2'Q_3'$) es el vector de empleo del otro bien transable Y y Q_3O' (= $Q_3'O$) es el vector de empleo del bien no transable Z, que es el bien relativamente más intensivo en trabajo.

En primer lugar, se obtienen puntos que pertenecen al conjunto de igualación del precio de los factores para un tamaño relativo de los países dado. Se parte de un punto de consumo C sobre la diagonal y se determina el nivel de consumo de los bienes. En particular, se determina el consumo y la producción del bien no transable que, ahora, es un bien distinto al que pueden producir las multinacionales (OA en NP y O'B en el RM). Luego, se determina la asignación del resto de los recursos a la producción de los bienes transables trazando el paralelogramo AQ_4BQ_4' cuyos lados representan los vectores de empleo del equilibrio integrado de los bienes transables X e Y. Para la construcción del conjunto, se supone que el punto de consumo C elegido inicialmente determina el primer vértice o punto de quiebre superior de dicho conjunto que permite obtener el primer tramo del conjunto OQ_4 . Como se trata de un caso de dos países (NP y RM), dos factores (L y K), dos bienes transables (X e Y) y un bien no transable (Z), el conjunto de igualación del precio de los factores es un paralelogramo. Dado que el primer tramo del conjunto es OQ_4 , el segundo tramo es Q_4O' . Como el conjunto de igualación del precio de los factores es simétrico con respecto a ambos lados de la diagonal, en este caso el conjunto está representado por el hexágono $OQ_4O'Q_7$.

A continuación se presenta un ejemplo de un punto de dotación E que pertenece al conjunto de igualación del precio de los factores y que permite replicar el equilibrio integrado (Figura 10).¹⁴⁷ A partir de un punto de consumo C sobre la diagonal, se determina el nivel de consumo y de producción del bien no transable Z, tanto en NP (O-2) como en el RM ($O'-5$). A su vez, los niveles de producción de los otros bienes son

$$X_{NP} = 2-3$$

$$Y_{NP} = 3-E$$

$$X_{RM} = 4-5$$

$$Y_{RM} = E-4$$

$$X_{EI} = 2-3 + 4-5 = OQ_2 = O'Q_2' \quad Y_{EI} = 3-E + E-4 = Q_2Q_3 = Q_2'Q_3'$$

Conjunto de igualación del precio de los factores para el turismo definido como un bien diferenciado transable separable geográficamente y el turismo definido como un bien no transable producido bajo rendimientos constantes a escala

En esta sección se obtiene geoméricamente el conjunto de igualación del precio de los factores para dos países (NP y RM), dos factores (L y K) y tres bienes (X, Y y Z). X es un producto diferenciado separable geográficamente y transable que representa una forma de turismo. Y es un bien transable que se produce bajo rendimientos constantes a escala. Z es un bien no transable que se produce bajo rendimientos constantes a escala y representa otra forma de turismo (Figura 9).

En primer lugar, se obtienen puntos que pertenecen al conjunto de igualación del precio de los factores para un tamaño relativo de los países dado. Se parte de un punto de consumo C sobre la diagonal y se determina el nivel de consumo de los bienes. En particular, se determina el consumo y la producción del bien no

¹⁴⁷ Los conjuntos $ObO'e$ y $OabO'de$ (Figura 10) son los conjuntos $OQ_4O'Q_7$ de la Figura 8 y $OQ_4Q_9O'Q_{10}Q_{11}$ de la Figura 9.

transable que, ahora, es un bien distinto al que producen las empresas multinacionales (OA en NP y O'B en el RM). Luego, se determina la asignación del resto de los recursos a la producción de los bienes transables, trazando el hexágono $AQ_4Q_5BQ_4'Q_5'$ cuyos lados representan los vectores de empleo del equilibrio integrado de la capacidad empresarial (H), la elaboración en planta del bien (P) –que forman el vector de empleo del equilibrio integrado del bien diferenciado transable X- y del bien transable (Y). Para la construcción del conjunto, se supone que el punto de consumo C elegido inicialmente determina el primer vértice o punto de quiebre superior de dicho conjunto que permite obtener el primer tramo del conjunto OQ_4 . Como se trata de un caso de dos países (NP y RM), dos factores (L y K), un bien transable diferenciado separable geográficamente (X), un bien transable que se produce bajo rendimientos constantes a escala (Y) y un bien no transable que se produce bajo rendimientos constantes a escala (Z), el conjunto de igualación del precio de los factores es un hexágono. Determinando puntos de consumo C sobre la diagonal a la derecha de C (que representan diferentes tamaños relativos de los países) y estudiando la asignación factorial de equilibrio, se obtiene el segundo tramo del conjunto. Luego, es necesario obtener el segundo vértice o punto de quiebre superior del conjunto (Q_9) que cumple las mismas condiciones que se dan para el primer vértice. Finalmente, el tercer tramo del conjunto de igualación del precio de los factores es Q_9O' . Como el conjunto de igualación del precio de los factores es simétrico con respecto a ambos lados de la diagonal, en este caso el conjunto está representado por el hexágono $OQ_4Q_9O'Q_{10}Q_{11}$.

A continuación se presenta un ejemplo de un punto de dotación E' que pertenece al conjunto de igualación del precio de los factores y que permite replicar el equilibrio integrado (Figura 10).¹⁴⁸ A partir del punto de consumo C, se determina el nivel de consumo y de producción del bien no transable Z, tanto en NP (O-2) como en el RM (O'-5). A su vez, los otros niveles de producción son:

$$H_{\text{utilizada por NP en NP}} = O-13$$

$$H_{\text{utilizada por NP en subsidiarias de Empresas Multinacionales de NP localizadas en RM}} = 13-7$$

$$H_{\text{producida en NP}} = O-7 = 2-6 = (H_{\text{utilizada por NP en NP}} = O-13) + (H_{\text{utilizada por NP en subsidiarias de Empresas Multinacionales de NP localizadas en RM}} = 13-7)$$

$$H_{\text{producida y utilizada por RM en RM}} = Q_1-7 = Q_2-15 = 11-12$$

$$P_{\text{localizada en NP}} = 7-8 = 13-14 = 6-E'$$

$$P_{\text{localizada en RM y utilizada por subsidiarias de Empresas Multinacionales de NP localizadas en RM}} = 8-9 = E'-10$$

$$P_{\text{localizada en RM y utilizada por RM}} = 10-11 = 9-15$$

$$P_{\text{localizada en RM}} = E'-11 = (P_{\text{localizada en RM y utilizada por subsidiarias de Empresas Multinacionales de NP localizadas en RM}} = E'-10) + (P_{\text{localizada en RM y utilizada por RM}} = 10-11)$$

$$X_{\text{producido por NP en NP}} = O-14$$

$$X_{\text{producido por NP en Empresas Multinacionales de NP localizadas en RM}} = 14-9$$

$$X_{\text{producido por NP}} = O-9 = (X_{\text{producido por NP en NP}} = O-14) + (X_{\text{producido por NP en Empresas Multinacionales de NP localizadas en RM}} = 14-9)$$

¹⁴⁸ Los conjuntos $ObO'e$ y $OabO'de$ (Figura 10) son los conjuntos $OQ_4O'Q_7$ de la Figura 8 y $OQ_4Q_9O'Q_{10}Q_{11}$ de la Figura 9, respectivamente.

$$X_{\text{producido por RM}} = Q_2^{-9}$$

$$X_{\text{EI}} = 0^{-9} + Q_2^{-9} = 0Q_2' = 0'Q_2'$$

$$Y_{\text{NP}} = 0$$

$$Y_{\text{RM}} = 5-12 = Q_2 Q_3 = Q_2 'Q_3'$$

$$Y_{\text{EI}} = Q_2 Q_3 = Q_2 'Q_3'$$

CONCLUSIONES

En esta sección, el turismo es analizado considerando una especificación que tiene en cuenta distintas modalidades bajo las que se lo puede definir: como bien o servicio no transable (Z), como parte de empresas multinacionales que producen bienes o servicios diferenciados transables (X), como parte del comercio de servicios intangibles a través de tecnología adecuada (H). Los conjuntos de igualación del precio de los factores que se obtienen considerando una economía donde existen bienes o servicios no transables y donde se permite (o no) la existencia de empresas multinacionales que producen bienes transables tienen la misma lógica que los obtenidos para economías cuya totalidad de los bienes se caracterizan como transables. El conjunto de igualación del precio de los factores es más pequeño que si todos los bienes o servicios fueran transables y, por lo tanto, la probabilidad de ocurrencia de igualación del precio de los factores es menor. A su vez, este conjunto más pequeño es más grande (y, por lo tanto, la probabilidad de que se igualen los precios de los factores entre países es mayor) cuando se permite la existencia de empresas multinacionales y es posible separar geográficamente la producción.

III.5. CONCLUSIONES

Dentro de los resultados teóricos más importantes en la teoría del comercio internacional, Samuelson (1948, 1949) demostró que el libre comercio de bienes lleva a una igualación del precio relativo (y absoluto) de los factores de producción entre países. Posteriormente, Mundell (1957) demostró que cuando las causas del comercio surgen por diferencias entre las dotaciones factoriales de los países, el libre comercio de bienes es un sustituto perfecto de la movilidad física factorial. Partiendo de la proposición de Mundell (1957), el objetivo de este capítulo es caracterizar el conjunto de igualación del precio de los factores (Dixit y Norman, 1980; Helpman y Krugman, 1985) para un caso de un bien y/o servicio económico, de características particulares o dificultades en su definición, como es el turismo. Se trata de obtener los conjuntos de igualación del precio de los factores reformulando la proposición de Mundell (1957) de acuerdo a distintas definiciones del turismo.

Los principales aportes de este capítulo consisten en presentar distintas definiciones económicas del turismo, explicar el comercio de turismo en términos de las teorías del comercio internacional en base al enfoque de la economía integrada, y caracterizar el conjunto de igualación del precio de los factores, presentando algunos nuevos escenarios. En particular, se analiza el turismo definido como un bien o servicio transable, un bien o servicio no transable, un bien o servicio que se produce bajo rendimientos constantes a escala, un bien

o servicio que se produce bajo rendimientos crecientes, y en distintos escenarios dentro de la teoría de las empresas multinacionales con comercio de servicios intangibles.

Algunas de las principales conclusiones de este capítulo son las siguientes. Si el turismo se define como un bien o servicio transable, el conjunto de igualación del precio de los factores no difiere del que se obtiene para cualquier conjunto de bienes transables en general. Si el turismo se define como un bien o servicio no transable, el conjunto de igualación del precio de los factores es más pequeño que el del caso anterior (definido como bien o servicio transable). Si el turismo se define como un bien o servicio (transable o no transable) que puede ser o no producido por empresas multinacionales, se obtienen las siguientes conclusiones: i) si se trata de un bien final no transable, el conjunto de igualación del precio de los factores es igual existan o no las empresas multinacionales; y ii) si se trata de un bien final transable, el conjunto de igualación del precio de los factores es más grande cuando existen las empresas multinacionales. Finalmente, si el turismo se define, por un lado, como un bien o servicio no transable y, por otro lado, como un bien o servicio transable (que puede ser o no producido por empresas multinacionales), se obtienen las siguientes conclusiones: i) el conjunto de igualación del precio de los factores es más pequeño que si todos los bienes o servicios fueran transables; y ii) este conjunto más pequeño es más grande cuando existen las empresas multinacionales.

ANEXO III.1

CARACTERIZACIÓN DEL CONJUNTO DE IGUALACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES PARA DISTINTAS DEFINICIONES

Cuadro resumen de la caracterización del conjunto de igualación del precio de los factores

Características del bien	Conjunto FPE	Aclaraciones
1. Bien final no transable	Figura 4	- la demanda doméstica sólo puede ser satisfecha con oferta
Rendimientos constantes	Figura 5	doméstica
2. Servicio final no transable	Figura 4	- los servicios, en su caracterización tradicional, son no transables
Rendimientos constantes	Figura 5	(proximidad física entre oferentes y demandantes)
3. Bien final transable	Figura 1	- la demanda es demanda doméstica e internacional,
Rendimientos constantes	Figura 2	con la particularidad de que es necesario el desplazamiento de
	Figura 3	los consumidores
4. Servicio final transable	Figura 1	- se comportan como bienes transables; comercio de servicios
(servicios tipo 1.1)	Figura 2	sin necesidad de movilidad de demandantes ni de demandantes
Rendimientos constantes	Figura 3	
5. Bien o servicio final transable	Figura 6	- la demanda es demanda doméstica e internacional,
Empresas multinacionales	Figura 7	con la particularidad de que es necesario el desplazamiento de
Rendimientos crecientes		los consumidores
		- se comportan como bienes transables; comercio de servicios
		sin necesidad de movilidad de demandantes ni de oferentes
		- diferenciación de productos
Servicio intermedio transable		- diferenciación de productos

(servicios tipo 1.2)		- las empresas multinacionales comercian servicios intangibles (comercio de factores sin movilidad física)
6. Bien o servicio final no transable Empresas multinacionales Rendimientos crecientes Servicio intermedio transable (servicios tipo 1.2)	Figura 7	- la demanda doméstica sólo puede ser satisfecha con oferta doméstica - los servicios, en su caracterización tradicional, son no transables (proximidad física entre oferentes y demandantes) - diferenciación de productos - diferenciación de productos - las empresas multinacionales comercian servicios intangibles (comercio de factores sin movilidad física); no tienen rol
7. (i) Bien o servicio final no transable Rendimientos constantes (ii) Bien o servicio final transable Empresas multinacionales Rendimientos crecientes	Figura 8 Figura 9 Figura 10	- la demanda doméstica sólo puede ser satisfecha con oferta doméstica - los servicios, en su caracterización tradicional, son no transables (proximidad física entre oferentes y demandantes) - la demanda es demanda doméstica e internacional, con la particularidad de que es necesario el desplazamiento de los consumidores - se comportan como bienes transables; comercio de servicios sin necesidad de movilidad de demandantes ni de oferentes - diferenciación de productos

Servicio intermedio transable (servicios tipo 1.2)	- diferenciación de productos - las empresas multinacionales comercian servicios intangibles (comercio de factores sin movilidad física)
---	--

REFERENCIAS

- Bhagwati, J. 1984. "Splintering and disembodiment of services and developing nations." *The World Economy* 7 N° 2: 133-143.
- Cooper, Ch., J. Fletcher, D. Gilbert, y S. Wanhill. 1998. *Tourism. Principles and Practice*. Longman. Londres.
- Copeland, B. 1991. "Tourism, welfare and de-industrialization in a small open economy." *Economica* 58: 515-529.
- Dixit, A.K. y V. Norman. 1980. *Theory of international trade. A dual, general equilibrium approach*. Cambridge University Press. Inglaterra.
- Ethier, W.J. 1986. "The multinational firm." *Quarterly Journal of Economics* 101: 805-834.
- Gibson, L.J. 1993. "The potential for tourism development in nonmetropolitan areas" en Barkley, D.L. (editor). 1993. *Economic Adaptation: Alternatives for nonmetropolitan areas*. Westview Press. Boulder. Colorado.
- Helpman, E. 1984. "The factor content of foreign trade." *Economic Journal* 94: 84-94.
- Helpman, E. y P. Krugman. 1985. *Market structure and foreign trade*. The MIT Press. Cambridge. Massachusetts.
- Komiya, R. 1967. "Non-traded goods and the pure theory of international trade." *International Economic Review* Vol. 8, N° 2: 132-152.
- Krugman, P. 1995. "Increasing returns, imperfect competition and the positive theory of international trade." En Grossman, G. y K. Rogoff. (editores). 1995. *Handbook of International Economics*. Elsevier Science.
- Markusen, J.R. 1983. "Factor movements and commodity trade as complements." *Journal of International Economics* 14: 341-356.
- Markusen, J.R. y L.E.O. Svensson. 1985. "Trade in goods and factors with international differences in technology." *International Economic Review* 26: 175-192.
- Mundell, R.A. 1957. "International trade and factor mobility." *American Economic Review* 47: 321-335.
- Murphy, P.E. 1985. *Tourism: a community approach*. Methuen. Nueva York.
- Pedreño Muñoz, A. 1996. "Relaciones intersectoriales de las actividades turísticas." En Velarde, J., J.L.García Delgado y A. Pedreño (compiladores). 1996. *El sector terciario de la economía española. I Jornadas de Alicante sobre economía española*. Economistas Libros. España.

- Pedreño Muñoz, A. (director) y V.M. Monfort Mir (coordinador). 1996. *Introducción a la economía del turismo en España*. Editorial Civitas. España.
- Porto, G. 2003. Modelos de comercio internacional. Mimeo.
- Samuelson, P.A. 1948. "International trade and the equalization of factor prices." *Economic Journal* Vol. 58: 165-184.
- Samuelson, P.A. 1949. "International factor price equalization once again." *Economic Journal* 59: 181-197.
- Sessa, A. 1983. *Elements of tourism economics*. CATAL. Roma.
- Sessa, A. 1996. "Tourism production, tourism products: real situation, methodological approach, global trends." En *Globalisation and tourism*. Publication of AIEST. 46th Congress. Rotorua: 183-232.
- Shy, O. 1996. *Industrial Organization*. Theory and applications. The MIT Press. Cambridge. Massachusetts.
- Svensson, L.E.O. 1984. "Factor trade and goods trade." *Journal of International Economics* 16: 365-378.
- Travis, W.P. 1964. *The theory of trade and protection*. Harvard University Press. Cambridge. Massachusetts.
- Vanek, J. 1968. "The factor proportions theory: the N-factor case." *Kyklos* 24: 749-756.
- Wong, K.Y. 1985. "Are international trade and factor mobility substitutes?" *Journal of International Economics* 21: 25-44.

CAPÍTULO IV

UN MODELO SIMPLE DE EQUILIBRIO GENERAL DE COMERCIO INTERNACIONAL CON BIENES TURÍSTICOS. UN ANÁLISIS TEÓRICO DE CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO * **

* Versiones preliminares de este capítulo fueron presentadas en las 36^o Jornadas de Finanzas Publicas, Universidad Nacional de Córdoba (septiembre 2003); en los Seminarios internos de Doctorado (Departamento de Economía, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata) y en el Seminario de Economía del Departamento de Economía (Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata). Parte de esta investigación estuvo financiada con una Beca de Perfeccionamiento otorgada por la Universidad Nacional de La Plata.

** Agradezco los valiosos comentarios del Dr. Walter Cont.

IV.1. INTRODUCCIÓN

Este capítulo estudia los principales efectos económicos de cambios en la estructura del sector turístico bajo un modelo simple de equilibrio general de comercio internacional. Se trata de modelar la respuesta de algunas variables económicas de importancia ante cambios en la estructura del sector turístico como consecuencia de la implementación de ciertas políticas públicas o acciones del sector privado. Se utiliza un modelo de equilibrio general donde se caracteriza al turismo como un bien no transable, que se convierte en transable con el desplazamiento físico de los demandantes extranjeros. El sector turismo comprende entonces bienes finales como hoteles, restaurantes, servicios varios, entre otros -actividades tradicionalmente caracterizadas como no transables. Sin embargo, actualmente, la nueva visión del comercio internacional – que considera a todos los servicios como transables- las ha incluido dentro de un tipo de transacción donde es necesario el desplazamiento físico de los consumidores para su comercio. Esto ha transformado a actividades no transables en actividades transables.

Un aspecto a tener en cuenta es que el turismo es un sector de difícil caracterización debido a las peculiaridades que posee. Es así como se lo puede interpretar como un sector que produce bienes o servicios no transables; como un sector que produce bienes o servicios transables; como un sector que produce insumos, bienes o servicios intermedios que son empleados por una industria de bienes finales (transables o no transables); etc. En este contexto, el estudio de los efectos económicos de cambios en la estructura del sector puede resultar difícil debido a que no es posible construir un modelo general que abarque todas las dimensiones en las que el sector turismo se puede manifestar. Una posibilidad, que es la utilizada en este capítulo, es desagregar las características del sector y trabajar con un enfoque parcial del tema. En este caso, su carácter de no transable desde el punto de vista tradicional, que se convierte en transable con el desplazamiento físico de los demandantes pero cuyo precio se determina endógenamente en el modelo.

La estructura del modelo es la siguiente. Se supone que, de acuerdo a una serie de atributos que presentan los países, los consumidores locales y del resto del mundo deciden dónde pasar sus vacaciones. Desde el punto de vista de la economía, la decisión relevante se refiere a las condiciones bajo las cuales los individuos deciden consumir turismo en nuestro país o en el resto del mundo. Una vez que se ha decidido el lugar de descanso, los consumidores deciden cuánto consumir de los bienes turísticos no transables, producidos en cada uno de los países. Estos bienes representan, por ejemplo, el sector hoteles, restaurantes, alquiler de autos y otros servicios que son prestados en relación directa con las actividades del turismo (alojamiento, alimentación, transporte, etc.). En resumen, los atributos de un país -definidos ampliamente para incluir las dotaciones de atracciones turísticas (históricas, naturales, culturales, etc.), la infraestructura (costos de transporte, accesibilidad a las atracciones, etc.), la información sobre las características del país, la estabilidad política y social, y la seguridad- determinan la cantidad de turistas que el país recibe. Luego, los precios de equilibrio determinan la cantidad de bienes turísticos no transables que dichos turistas demandan. Ambas variables definen, en última instancia, el nivel de utilidad de los agentes económicos del país y del resto del mundo.

Sintetizando, este capítulo indaga los efectos de cambios en la estructura del sector turismo sobre los precios de los bienes turísticos locales no transables y la utilidad de los individuos de nuestro país y la de los extranjeros. En algunos casos, estos cambios estarán generados por factores totalmente exógenos; en otros casos, estos cambios estarán o podrán ser generados por las políticas de los gobiernos, así como por los emprendimientos del sector privado. En primer lugar, se analizan los efectos de aumentos en el stock relativo de atracciones turísticas, así como las mejoras en la información y/o seguridad de un país, que se traducen en un aumento de la demanda de los bienes turísticos locales no transables. En segundo lugar, se analizan los efectos de políticas impositivas de comercio exterior y políticas impositivas internas (eliminación o reducción de impuestos internos sobre el sector o mejoras en la infraestructura). Finalmente, se analizan también los efectos de un aumento en el stock relativo de la dotación efectiva de atracciones turísticas –medido en términos de un aumento en la demanda de bienes turísticos locales no transables de residentes locales y del resto del mundo- cuando el turismo es un sector que está siendo gravado internamente. En todos los casos, la idea es obtener una serie de resultados teóricos que permitan guiar, eventualmente, el diseño de políticas orientadas a fomentar y desarrollar el turismo.

IV.2. UN MODELO SIMPLE DE EQUILIBRIO GENERAL DE COMERCIO INTERNACIONAL CON BIENES TURÍSTICOS

Uno de los aspectos más controvertidos en la literatura especializada ha sido el de definir y caracterizar al turismo. Sus particularidades, sus aspectos diferenciales en relación a ciertos sectores, y sus similitudes con respecto a otros hacen necesario un enfoque distinto al utilizado generalmente en economía (Lanquar, 1991; Huéscar, 1993; Pedreño Muñoz, 1996).¹⁴⁹ Bajo este contexto, incluir al turismo dentro de un modelo de equilibrio general no es una tarea sencilla; modelar el sector turístico –dadas sus peculiaridades y la posibilidad de utilizar diferentes enfoques para su análisis- es siempre difícil. En este capítulo se desarrolla entonces un modelo simple de equilibrio general que incluye algunos aspectos particulares del sector, aunque no todos. Se trata al turismo como un sector productor de bienes o servicios no transables, demandados tanto por consumidores locales como por consumidores del resto del mundo que eligen este destino turístico. El desplazamiento físico de los demandantes transforma estos bienes o servicios en transables.^{150 151}

El modelo básico es una extensión del modelo de equilibrio general de comercio internacional, como el desarrollado en Dixit y Norman (1980) o Woodland (1982). Un modelo similar que abarca algunos de los

149 Algunos de estos aspectos son tratados en los Capítulos I y II.

150 A lo largo de este capítulo se hará referencia al turismo como no transable. Sin embargo, es necesario tener en cuenta, como fue mencionado en el texto, su carácter de no transable de acuerdo a la visión tradicional, el desplazamiento físico de los demandantes, y la endogeneidad en la determinación de su precio.

151 Para más detalles sobre las modalidades bajo las que se manifiesta el comercio de servicios, ver el Capítulo II.

aspectos incluidos en este capítulo puede encontrarse en Copeland (1991) que trata también al turismo como un sector que produce bienes o servicios finales no transables que pueden ser consumidos por los residentes locales o los turistas del resto del mundo. Un problema con este modelo es que no permite que los consumidores de nuestro país consuman turismo provisto por el resto del mundo y tampoco que los cambios locales afecten la utilidad del consumidor representativo del resto del mundo. Las contribuciones principales de este capítulo son entonces la posibilidad de que los residentes locales consuman turismo local o internacional y el hecho de que ciertas acciones de política económica o emprendimientos del sector privado de países pequeños afecten el bienestar de otros países. Estos son los aspectos novedosos del presente capítulo y sus implicancias se estudian a continuación.

El modelo de equilibrio general de comercio debe incluir una serie de bienes transables simultáneamente con los bienes no transables. Se supone que existen dos bienes transables: un importable (X) y un exportable (Y).¹⁵² Un supuesto simplificador de importancia es que se trata de un país pequeño, cuyas acciones no pueden afectar el precio internacional de estos bienes. Así, los productores y los consumidores locales toman el precio de estos bienes como dados en los mercados internacionales, pudiendo comprar y vender todo lo que deseen a dichos precios. Sin embargo, se deja abierta la posibilidad de que el país decida seguir una política económica activa.¹⁵³ En el caso de un país pequeño, es un resultado conocido de la literatura que sus políticas comerciales no modifican el bienestar del resto del mundo. En este capítulo se demuestra que cuando se introduce el turismo, esta premisa no es necesariamente cierta.

Con respecto al sector de bienes no transables, se supone que existen dos bienes turísticos: uno provisto localmente y otro provisto internacionalmente, teniendo en cuenta que los individuos deben desplazarse al país que provee el bien en cuestión para poder consumirlo. Se trata entonces de modelar el sector turístico en los aspectos relacionados con la provisión de bienes tales como hoteles, restaurantes, servicios de guías turísticos, entradas a las atracciones, etc.

En general, las decisiones referidas al turismo involucran aspectos relacionados con una serie de industrias, mercados, destinos, organizaciones, actividades, etc. que participan activamente en el acto de hacer turismo. Una de estas actividades fundamentales es el transporte internacional. Otros aspectos de importancia son los destinos alternativos, o las actividades relacionadas con el consumo de bienes y servicios turísticos en sí mismos. Una vez que un individuo ha tomado la decisión de viajar y ha decidido qué destino visitar, la decisión relevante se refiere a la cantidad de bienes a consumir en dicho país. Por simplicidad, en esta versión del modelo, se supone que la decisión de viajar al exterior (turismo internacional) y a qué país viajar (destino turístico elegido) ya ha sido tomada y sólo se analizan las decisiones que tienen que ver con la cantidad de bienes no transables (locales o internacionales) a consumir.¹⁵⁴

152 El modelo puede extenderse fácilmente al caso de un mayor número de bienes transables.

153 Por ejemplo, en el caso de un país pequeño como la Argentina, las políticas que se implementan actualmente en el contexto del MERCOSUR.

154 Por supuesto, el análisis puede extenderse sin mayores dificultades al turismo interno.

Desde el punto de vista del país local, se describen a continuación las ecuaciones más relevantes del modelo de equilibrio general. La primera tiene que ver con la igualdad ingreso-gasto de los consumidores. Se supone que existe un consumidor representativo que consume los dos bienes transables y los dos bienes no transables.^{155 156}

La igualdad ingreso-gasto de nuestro país en el presente contexto está dada por

$$(1) \quad e(p_x, p_y, p_{NT1}, p_{NT2}^*, u) = r(p_x, p_y, p_{NT1}, v)$$

donde $e(\cdot)$ representa la función de gasto de los individuos y $r(\cdot)$ representa el nivel de producto bruto interno (PBI). La función de gasto del consumidor depende de los precios de los bienes que el agente consume y de la utilidad requerida u . p_x es el precio de los bienes exportables, p_y es el precio de los bienes importables, p_{NT1} es el precio de los bienes turísticos no transables internos y p_{NT2}^* es el precio de los bienes turísticos no transables externos. Por su parte, la función de PBI depende de los precios de los bienes que se producen localmente (transables, X e Y , y no transables internos, q_{NT1}) y de las dotaciones factoriales v .

De acuerdo a (1), el individuo representativo consume una cantidad de bienes que puede financiar con su ingreso. El consumidor gasta de acuerdo a los precios y las cantidades consumidas, lo que define $e(\cdot)$; y recibe ingreso de acuerdo a las dotaciones factoriales y sus precios, lo que define $r(\cdot)$. Como se trabaja con un consumidor representativo, la igualdad ingreso-gasto para el individuo se corresponde con la igualdad ingreso-gasto del país.

155 Es importante aclarar que el supuesto de consumidor representativo no es esencial para el desarrollo del modelo. Una alternativa sería plantear un modelo con consumidores heterogéneos en donde cada uno eligiera distintos países para visitar y distintas cantidades de los bienes no transables para consumir. Si bien estos elementos son interesantes, introducen una serie de complicaciones teóricas que son dejadas de lado en esta versión del modelo. Por ejemplo, un modelo que tenga en cuenta estos elementos debería explicitar la decisión del lugar de turismo, lo que requeriría introducir bienes diferenciados en el modelo. Una posibilidad sería adoptar un modelo de preferencia por la variedad (Spence, 1976; Dixit y Stiglitz, 1977; Helpman y Krugman, 1985) o un modelo de variedad ideal (Lancaster, 1966; Helpman y Krugman, 1985); otra posibilidad sería adoptar un modelo de diferenciación de productos según lugar de producción (Armington, 1969). Algunos aspectos referidos a la demanda de bienes diferenciados se presentan en el Capítulo II.

156 Puede postularse la presencia de un consumidor representativo o de una serie de consumidores caracterizados por las mismas preferencias y las mismas dotaciones factoriales. Para la agregación de preferencias, ver MasCollé, Whinston y Greene (1995, capítulo 4). Para un detalle de las condiciones bajo las que el análisis de un consumidor representativo es equivalente al análisis de muchos consumidores, ver Woodland (1982).

Las siguientes ecuaciones describen la igualdad entre la oferta y la demanda para los distintos bienes. Para los bienes transables, las ecuaciones son

$$(2) \quad c_x(p_x, p_y, p_{NT1}, p_{NT2}^*, u) = r_x(p_x, p_y, p_{NT1}, v) + m_x$$

$$(3) \quad c_y(p_x, p_y, p_{NT1}, p_{NT2}^*, u) = r_y(p_x, p_y, p_{NT1}, v) + m_y$$

donde c_x representa la demanda del bien exportable y c_y la demanda del bien importable, funciones que dependen de los precios de los bienes y de la utilidad. Las funciones de oferta son r_x y r_y , que se obtienen como las derivadas de la función de PBI con respecto a los precios p_x y p_y , respectivamente, a través del Lema de Hotelling. $m_x < 0$ representa las exportaciones del bien x y $m_y > 0$ representa las importaciones del bien y .

Una de las particularidades de este modelo es que los precios internacionales de los bienes exportables e importables están dados en los mercados internacionales. Este supuesto tiene, de acuerdo a las ecuaciones (2) y (3), las siguientes implicancias. Primero, dados los precios de todos los bienes, la utilidad requerida y las dotaciones factoriales, las funciones $c(\cdot)$ y $r(\cdot)$ determinan las cantidades que se consumen y se producen internamente, definiéndose entonces $m(\cdot)$ como residuo. En particular, cuando cambia algún parámetro, los precios internacionales no se modifican (incluidos los precios de los bienes no transables internacionales), aunque si se modifica el precio interno de los no transables locales. Esto genera cambios en $c(\cdot)$ y $r(\cdot)$, con el equilibrio de oferta y demanda alcanzándose a través de cambios en las cantidades exportadas e importadas de los bienes transables.

Las siguientes dos ecuaciones del modelo se refieren al equilibrio de oferta y demanda de los bienes no transables internos e internacionales, asociados al turismo

$$(4) \quad c_{NT1}(p_x, p_y, p_{NT1}, p_{NT2}^*, u, \alpha) + c_{NT1}^*(p_x, p_y, p_{NT1}, p_{NT2}^*, u^*, \alpha) = q_{NT1}(p_x, p_y, p_{NT1}, v)$$

$$(5) \quad c_{NT2}(p_x, p_y, p_{NT1}, p_{NT2}^*, u) + c_{NT2}^*(p_x, p_y, p_{NT1}, p_{NT2}^*, u^*) = q_{NT2}^*$$

La ecuación (4) muestra que la cantidad demandada total de los bienes turísticos locales no transables debe igualarse con la cantidad total producida de dichos bienes, q_{NT1} . Se debe destacar que como se trata de bienes no transables asociados al turismo, la demanda total de estos bienes se compone de dos partes, una que representa la función de demanda de los consumidores locales, c_{NT1} , y otra que representa la función de demanda de los consumidores internacionales, c_{NT1}^* . Por el Lema de Shephard, estas funciones se obtienen como las derivadas de las funciones de gastos con respecto a los precios pertinentes y dependen, entonces, de los mismos argumentos. Además, las funciones de demanda dependen también de un parámetro α , que representa variables exógenas que afectan a los gastos de los consumidores –locales e internacionales– en bienes turísticos. Se puede pensar en α como un parámetro que representa el nivel de atracciones turísticas relativas del país, el nivel de información internacional acerca de las características del país, o el nivel de seguridad que el país otorga a sus visitantes.

La ecuación (5) representa la igualdad entre la demanda total de bienes no transables internacionales (que suma la demanda de los residentes locales, c_{NT2} , y la demanda de los consumidores del resto del mundo, c_{NT2}^*) con la cantidad ofrecida q_{NT2}^* . Es necesario aclarar que esta cantidad, que es en sí misma una función, no incluye sus argumentos porque como se analiza un país pequeño, sus acciones o los cambios que allí ocurran no generan cambios en los otros países. En particular, ni los precios de los bienes transables (p_x, p_y) ni los precios de los bienes no transables internacionales (p_{NT2}^*) se modifican con las políticas o acciones locales, de manera que las funciones de oferta no responden a estos cambios.

Finalmente, la última ecuación que tiene un rol en el modelo de equilibrio general es la igualdad ingreso-gasto del resto del mundo, en donde se supone que también existe un consumidor representativo

$$(6) \quad e^*(p_x, p_y, p_{NT1}, p_{NT2}^*, u^*) = r(p_x, p_y, p_{NT2}^*, v^*)$$

En general, ecuaciones de este tipo se incluyen para analizar el equilibrio general internacional de dos países grandes y dado que nuestro país es pequeño, no habría cambios locales que afecten la utilidad del consumidor representativo del resto del mundo. Sin embargo, en este modelo, la ecuación es de crucial importancia porque la demanda de los consumidores del resto del mundo afecta el equilibrio en nuestro país a través de la función c_{NT1}^* en la ecuación (4). Por ejemplo, si se modifica α , se producen cambios en los precios que enfrentan los consumidores y en la utilidad de los consumidores, tanto locales como internacionales. Estos cambios en la demanda internacional de bienes turísticos locales no transables pueden

afectar sensiblemente el equilibrio de las variables endógenas locales. Por lo tanto, la solución del modelo ante cambios en las variables exógenas requiere incluir la igualdad ingreso-gasto del resto del mundo. Una implicancia novedosa es entonces que algunas políticas de nuestro país, especialmente en relación al turismo, pueden afectar el bienestar en el resto del mundo.

Como en el caso anterior, la ecuación (6) exige que el consumidor del resto del mundo no gaste en bienes de consumo una cantidad mayor que la que recibe por ingresos factoriales. Es importante destacar que el modelo permite que la función de gasto del extranjero sea diferente de la función de gasto local, no siendo este el caso para la función de PBI. En particular, se supone que la función de PBI local y la internacional dependen de la misma tecnología. La posibilidad de emplear las mismas tecnologías en ambos países permite que en el equilibrio del comercio internacional se genere igualdad en el precio de los factores, un elemento típico de los modelos de comercio internacional.¹⁵⁷

IV.3. EFECTOS ECONÓMICOS DE CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO: POLÍTICAS PÚBLICAS Y EMPRENDIMIENTOS DEL SECTOR PRIVADO

A partir del modelo presentado como marco de referencia, se realizan una serie de ejercicios de estática comparativa que representan diferentes políticas públicas o acciones del sector privado, que modifican la estructura del sector turístico.

Es importante destacar que los ejercicios de estática comparativa sólo pueden referirse a las variables que se incluyen explícitamente en el sistema de ecuaciones (1)-(6). En particular, estas variables comprenden el nivel de utilidad del consumidor representativo en cada uno de los países en cuestión (u , u^*) y el nivel de precios de los bienes turísticos locales no transables (p_{NT1}). El supuesto de que el país es pequeño en los mercados internacionales implica, por un lado, que los precios de las importaciones y de las exportaciones están dados, y, por otro lado, que los precios de los bienes turísticos no transables del resto del mundo también están dados. Es así como, de las seis ecuaciones que caracterizan al sistema, sólo se utilizan tres para desarrollar los ejercicios de estática comparativa. Las ecuaciones (2) y (3) -que determinan las cantidades exportadas e importadas para precios dados- y la ecuación (5) -que representa la igualdad entre la oferta y la demanda total de bienes turísticos no transables del resto del mundo para precios dados- son excluidas del análisis. En otras palabras, cuando cambien los parámetros de la economía local, las cantidades demandas y ofrecidas de los distintos bienes por los consumidores y por los productores internos reaccionarán. Dado que se trata de un país pequeño, tal cambio no afectará ni los precios de equilibrio ni las variables endógenas del

¹⁵⁷ Para más detalles sobre la igualdad del precio de los factores entre países y la descripción de la obtención del conjunto de igualdad del precio de los factores para distintas definiciones económicas del turismo, ver el Capítulo III.

resto del mundo. Así, el análisis que sigue emplea (1), (4) y (6) para resolver para la respuesta de la utilidad de nuestro país, la utilidad del resto del mundo y el nivel de precios de los bienes turísticos locales no transables.

Una aclaración importante se refiere a los alcances de los ejercicios de estática comparativa y hasta qué punto pueden extenderse para analizar el impacto sobre otras variables. Por ejemplo, puede interesar estudiar el efecto sobre los precios de los factores, sobre los niveles de empleo en las distintas industrias (exportables, importables y turismo) y sobre la distribución del ingreso. Estas preguntas, en particular, encontrarían respuesta al modelar el mercado de factores -ecuaciones que caractericen la igualdad entre la oferta y la demanda de trabajo y capital- y resolviendo para el cambio en estas variables. Al mismo tiempo, es posible describir las ecuaciones de demanda de factores en cada industria para observar modificaciones en el empleo en los distintos sectores ante cambios en las variables exógenas. Sin embargo, en el modelo que se desarrolla en este capítulo, no es necesario especificar el mercado de factores explícitamente. Una vez determinados los precios de equilibrio de los bienes y dadas ciertas dotaciones factoriales y las funciones de PBI, los precios de equilibrio de los factores pueden resolverse evaluando la derivada de la función de PBI con respecto al factor en cuestión. Una de las propiedades de la función de PBI es que su derivada con respecto a la dotación de un factor, por ejemplo el trabajo, es igual al precio de equilibrio de ese factor, por ejemplo el salario. Luego, cuando cambian los parámetros del modelo, es posible recalcular el precio de los factores simplemente reevaluando la derivada correspondiente, a los nuevos precios. Notar que en esta versión del modelo, si se suponen dos factores y dos bienes transables con idénticas tecnologías, se dará igualación en el precio de los factores, y los precios de los factores estarán plenamente determinados por los precios de los bienes transables (que, a su vez, se determinan en los mercados internacionales). De este modo, cambios en los parámetros del modelo que no afecten a los precios de los bienes transables no generarán modificaciones en los precios de los factores. Por su parte, los niveles de empleo en cada sector pueden hallarse a través de las funciones de producción de cada uno de ellos. Sin embargo, es necesario aclarar que tal análisis está comprendido en el modelo representado por las ecuaciones (1)–(6).

¿Cuáles son entonces las políticas del sector público o los emprendimientos del sector privado que resultan interesantes analizar en cuanto a sus efectos sobre los cambios en la estructura del sector turístico? Por supuesto, existen muchos ejercicios que podrían ser de utilidad. Este capítulo se concentra en aquellos que se relacionan cercanamente con temas de la economía del turismo. En particular, se analizan: i) aumentos en la demanda de turismo, resultado de aumentos en las dotaciones relativas de atracciones turísticas del país, provisión de información sobre las características del país, y/o mejoras en la seguridad que el país ofrece (ya sea interna, contra el terrorismo internacional, o referidas a la estabilidad política y social); ii) cambios en la política comercial en la forma de impuestos a las importaciones o a las exportaciones; iii) cambios en la política impositiva interna sobre los bienes turísticos locales no transables que, al mismo tiempo, pueden interpretarse como cambios en la infraestructura relacionada con el sector turismo (por ejemplo, rutas, transporte, comunicaciones, o accesibilidad a las atracciones).

IV.3.1. DOTACIONES, INFORMACIÓN Y SEGURIDAD

Un punto de importancia se refiere al rol de las atracciones turísticas de los países sobre las variables de interés. ¿Cómo repercutiría en el bienestar de la población un aumento en las atracciones turísticas de un país? ¿Cuál sería el efecto sobre el bienestar del resto del mundo? Una manera de reflejar estos aumentos en las atracciones del destino turístico es postular que la demanda de bienes turísticos locales no transables depende de un parámetro α que representa el descubrimiento de nuevos recursos turísticos, la puesta en valor de otros, etc. Entonces, cuando aumenta α en nuestro país, para una cantidad de turistas dados, la demanda total de bienes turísticos locales no transables (hoteles, restaurantes, museos, servicios varios, etc.) es mayor. Notar que α debe interpretarse como el stock de atracciones relativas de nuestro país en relación al resto del mundo. Así, un aumento en las dotaciones turísticas del resto del mundo tiene efectos similares a los de una reducción en la dotación de atracciones locales. La idea es que si aumentan las atracciones en el resto del mundo, los consumidores sustituirán el turismo local por el turismo del resto del mundo.¹⁵⁸

En este contexto, puede resultar interesante tener una visión más amplia de lo que α representa. Es posible pensar que la dotación del país está dada, pero que el sector público puede aumentar la dotación efectiva de atracciones turísticas brindando información al mundo sobre las características del país o asegurando un mayor nivel de seguridad, estabilidad política o social.¹⁵⁹ Así, una mayor información sobre el país o un mayor nivel de seguridad que el país otorga atraerá un mayor número de turistas -con repercusiones positivas sobre la demanda de bienes turísticos locales no transables. A pesar de que todas estas interpretaciones son conceptualmente distintas, es posible analizarlas con la misma estructura matemática. De este modo, α debe interpretarse de esta manera amplia en el siguiente análisis.

Como fue mencionado anteriormente, se trabaja con las ecuaciones (1), (4) y (6) del modelo de equilibrio general. Luego de diferenciar totalmente este sistema de ecuaciones con respecto al parámetro α , el modelo se resuelve para el cambio en el nivel de bienestar nacional, en el nivel de utilidad del resto del mundo y en el nivel de precios de los bienes turísticos locales no transables. El resto de los precios se suponen dados en los mercados internacionales, de modo que no reaccionan ante cambios en las dotaciones de atracciones relativas, en la información sobre las características del país o en la seguridad y estabilidad provista por el gobierno.

158 En principio, sería posible modelar ambos efectos separadamente incluyendo un parámetro α , relacionado con las atracciones locales, y un parámetro α^* , relacionado con las atracciones del resto del mundo. Matemáticamente los efectos son idénticos de modo que, por simplicidad, la interpretación del texto es preferible.

159 También el sector privado puede ser el responsable de un aumento en la dotación efectiva de atracciones turísticas.

Derivando (1), (4) y (6) con respecto a α , se obtiene

$$(7) \quad \frac{\partial e}{\partial p_{NT1}} \frac{dp_{NT1}}{d\alpha} + \frac{\partial e}{\partial u} \frac{du}{d\alpha} = \frac{\partial r}{\partial p_{NT1}} \frac{dp_{NT1}}{d\alpha}$$

$$(8) \quad \frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}} \frac{dp_{NT1}}{d\alpha} + \frac{\partial c_{NT1}}{\partial u} \frac{du}{d\alpha} + \frac{\partial c_{NT1}}{\partial \alpha} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}} \frac{dp_{NT1}}{d\alpha} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial u^*} \frac{du^*}{d\alpha} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial \alpha} = \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}} \frac{dp_{NT1}}{d\alpha}$$

$$(9) \quad \frac{\partial e^*}{\partial p_{NT1}} \frac{dp_{NT1}}{d\alpha} + \frac{\partial e^*}{\partial u^*} \frac{du^*}{d\alpha} = 0$$

Teniendo en cuenta que la derivada de la función de gasto con respecto a uno de los precios representa, por el lema de Shephard, la demanda de dichos bienes; que la derivada de la función de PBI con respecto a uno de los precios representa, por el lema de Hotelling, la función de oferta de dichos bienes; y denotando $\partial e / \partial u = e_u$ y $\partial e^* / \partial u^* = e_{u^*}^*$, el modelo, en notación matricial, es

$$(10) \quad \begin{pmatrix} e_u & c_{NT1} - q_{NT1} & 0 \\ \frac{\partial c_{NT1}}{\partial u} & \frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}} - \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}} & \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial u^*} \\ 0 & c_{NT1}^* & e_{u^*}^* \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \frac{du}{d\alpha} \\ \frac{dp_{NT1}}{d\alpha} \\ \frac{du^*}{d\alpha} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 0 \\ -\left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial \alpha} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial \alpha} \right) \\ 0 \end{pmatrix}$$

El primer paso es establecer el signo del determinante del sistema para luego resolver para el cambio en el bienestar local, el bienestar del resto del mundo y el precio de los bienes turísticos locales no transables cuando varía α . El determinante es

$$(11) \quad \Delta = e_u \left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}} - \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}} \right) e_{u^*} - e_u c_{NT1}^* \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial u^*} - e_{u^*} (c_{NT1} - q_{NT1}) \frac{\partial c_{NT1}}{\partial u}$$

Dado que la función de gastos (tanto de nuestro país como del resto del mundo) es creciente en el nivel de utilidad requerido, que la demanda compensada de bienes turísticos locales no transables (de residentes locales y del resto del mundo) es una función decreciente del precio, y que la función de oferta de los bienes turísticos locales no transables es una función creciente del precio de estos bienes, el primer término del determinante es negativo. A su vez, la función de demanda es creciente en la utilidad requerida, de modo que el segundo término del determinantes es también negativo. En cambio, dado que $(c_{NT1} - q_{NT1}) < 0$ por (4), el tercer término del determinante es positivo. De este modo, el signo del determinante sería, a priori, indeterminado. Sin embargo, como se demuestra a continuación, este no es el caso. En primer lugar, notar que

$$(12) \quad \frac{\partial c_{NT1}}{\partial u} = \frac{\partial c_{NT1}}{\partial M} \frac{\partial M}{\partial u} = \frac{\partial c_{NT1}}{\partial M} e_u$$

donde M es el ingreso monetario del consumidor (igual al gasto e). Similarmente, siendo M* el ingreso monetario del resto del mundo, se tiene que

$$(13) \quad \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial u^*} = \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial M^*} e_{u^*}$$

Luego, el determinante puede escribirse como sigue

$$(14) \quad \Delta = e_u \left[\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}} - c_{NT1} \frac{\partial c_{NT1}}{\partial M} \right] e_{u^*} - e_u \left[\frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}} + q_{NT1} \frac{\partial c_{NT1}}{\partial M} \right] e_{u^*} + e_u \left[\frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}} - c_{NT1}^* \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial M^*} \right] e_{u^*}$$

El signo del determinante se obtiene después de observar que $\left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}} - c_{NT1} \frac{\partial c_{NT1}}{\partial M} \right) < 0$ siempre que los bienes turísticos locales no transables sean normales. Similarmente $\left(\frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}} - c_{NT1}^* \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial M^*} \right) < 0$ siempre que los bienes turísticos locales no transables sean bienes normales para el resto del mundo. Bajo estos supuestos, se tiene que el signo del determinante es negativo.

El cambio en la utilidad del consumidor representativo local está dado por

$$(15) \quad \frac{du}{d\alpha} = \frac{1}{\Delta} \left\{ e_{u^*} \left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial \alpha} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial \alpha} \right) (c_{NT1} - q_{NT1}) \right\}$$

Para definir entonces el cambio en la utilidad del consumidor representativo local cuando cambia α , se debe definir el signo del corchete en (15). En primer lugar, notar que el gasto es una función creciente del nivel de utilidad, tanto en nuestro país como en el resto del mundo. Luego, observar que $(c_{NT1} - q_{NT1}) < 0$, dado que la demanda de los bienes turísticos locales no transables por el resto del mundo debe ser satisfecha con producción local. Finalmente, aumentos en las atracciones relativas del país (aumentos en α) generan aumentos en la demanda de bienes turísticos, por los residentes locales y extranjeros, de manera que $\frac{\partial c_{NT1}}{\partial \alpha} > 0$ y $\frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial \alpha} > 0$. De esta manera, el numerador en (15) es negativo, lo que junto con un determinante negativo permite concluir que

$$\frac{du}{d\alpha} > 0$$

Un aumento en las atracciones relativas del país -ya sea por el descubrimiento de nuevos atractivos turísticos, porque se reciclan o mejoran lugares turísticos ya existentes, se fomenta la información sobre las características del sector en el país, o mejoran las condiciones de estabilidad y/o seguridad del país- genera un aumento en el bienestar local.

Es importante destacar que este ejercicio de estática comparativa es imperfecto en el sentido de que el cambio en las atracciones se supone que no genera costos para el país. En cierto sentido, este supuesto puede resultar inapropiado porque la efectiva expansión del stock de atracciones turísticas necesita la realización de algunas inversiones, ya sea públicas o privadas. En el modelo, tal análisis puede fácilmente ser incluido a través de una transferencia de suma fija (*lump-sum*) que el individuo debe hacer si es que se desea aumentar α . Las conclusiones del modelo se modificarían sólo por la incorporación de otros términos en los resultados de estática comparativa que midan los costos de tales políticas. Probablemente, para niveles bajos de α , dedicar recursos para su aumento efectivo será beneficioso, mientras que para valores altos de α , esto no será tan evidente. El ejercicio de estática comparativa está diseñado entonces para el caso en que las atracciones efectivas del país son relativamente escasas.¹⁶⁰

La solución para el cambio en el precio de los bienes turísticos locales no transables es

$$(16) \quad \frac{dp_{NT1}}{d\alpha} = \frac{1}{\Delta} \left\{ -e_u \left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial \alpha} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial \alpha} \right) e_{u^*} \right\} > 0$$

Los precios de los bienes turísticos locales aumentan como consecuencia del aumento en la dotación de atracciones.

Finalmente, resolviendo para el cambio en la utilidad del resto del mundo, se tiene que

$$(17) \quad \frac{du^*}{d\alpha} = \frac{1}{\Delta} \left\{ e_u c_{NT1}^* \left(\frac{dc_{NT1}}{d\alpha} + \frac{dc_{NT1}^*}{d\alpha} \right) \right\} < 0$$

La utilidad del resto del mundo se reduce con el aumento en las dotaciones turísticas locales.

¹⁶⁰ Este supuesto pareciera ser razonable en el contexto de un país como la Argentina. Notar que el stock de atracciones efectivas es el que se supone escaso. Esto significa que, por ejemplo —a pesar de ser Argentina un país con importantes y variados recursos turísticos— muchos de éstos son atracciones potenciales. Al mismo tiempo, la falta de información sobre las características del país, o los niveles de inseguridad social o política también determinan un stock de atracciones efectivas escaso.

¿Qué implicancias tienen estos resultados? Cuando aumenta el atractivo relativo del país como destino turístico, tanto para los consumidores locales como para los consumidores internacionales, se genera un aumento en la demanda de bienes turísticos locales no transables (como hoteles, restaurantes, servicios varios, etc.). Bajo condiciones económicas normales, el aumento en la demanda de estos bienes se traduce en un aumento en el precio de equilibrio de los bienes turísticos locales no transables (ecuación (16)).

El aumento en el precio de estos bienes reduce el bienestar tanto de los residentes locales que consumen turismo local como de los visitantes del resto del mundo que consumen dichos bienes. De esta manera, se explica cómo se reduce la utilidad de los consumidores del resto del mundo. El resto del mundo resulta perjudicado con los aumentos en α debido al aumento en el precio p_{NTI} que ocurre como consecuencia de la expansión del sector (ecuación (17)). Los residentes locales, sin embargo, gozan de ganancias de bienestar (ecuación (15)). Por un lado, se observa el mismo efecto que para los consumidores internacionales: el mayor precio de los bienes turísticos locales no transables reduce el bienestar nacional. Sin embargo, se produce al mismo tiempo un mayor gasto de los visitantes del resto del mundo, lo que tiene el efecto de desplazar hacia afuera la recta presupuestaria de nuestro país. Evidentemente, este efecto ingreso para el país genera ganancias de bienestar que compensan a las pérdidas que ocurren como consecuencia del mayor precio interno del turismo.

Finalmente, es importante destacar también los efectos opuestos que tendría una reducción en α . Este cambio generaría un aumento en la utilidad del resto del mundo y una reducción en el precio del turismo local y en el bienestar de los consumidores nacionales. En un mundo en donde todos los países están fomentando sus atracciones turísticas, estos efectos deben ser estudiados con cautela. En particular, las mejoras en las atracciones turísticas de algunos países y la aparición de novedosos centros turísticos internacionales (como África o el Sudeste Asiático) pueden ser perjudiciales para algunos países, a medida que los agentes sustituyen turismo interno por turismo externo. Si se verificara tal tendencia, el modelo sugeriría la importancia de indagar sobre los posibles efectos compensadores de algunas políticas públicas.

IV.3.2. POLÍTICAS IMPOSITIVAS DE COMERCIO EXTERIOR

Un aspecto interesante es enmarcar al turismo dentro de los modelos standard de la teoría del comercio internacional. Este objetivo está fundamentado en la noción de que en el sector turístico interactúan los turistas locales con los del resto del mundo, de modo que inevitablemente el sector involucra relaciones

comerciales internacionales. En este contexto, explorar los efectos sobre el sector de algunas políticas de comercio exterior puede resultar interesante.¹⁶¹

Además de la relevancia desde el punto de vista práctico o de la política económica, el ejercicio también presenta implicancias teóricas de interés. Estas se refieren al hecho de que una economía pequeña no puede afectar los precios de equilibrio internacionales y por lo tanto sus políticas comerciales no afectarán, entre otras cosas, a la utilidad de los residentes del resto del mundo. Esto no es cierto en el contexto de un modelo con bienes turísticos locales no transables. Esta sección demuestra como la fijación de impuestos a las importaciones por parte de un país pequeño, una política totalmente inofensiva para el resto del mundo en el modelo tradicional, deja de serlo en el presente modelo.

El análisis de las políticas comerciales requiere ciertas modificaciones en la estructura del modelo empleado. En particular, se debe especificar la relación entre los impuestos al comercio exterior y los precios internos que enfrentan los consumidores y los productores locales. Asimismo, se debe especificar el uso que el gobierno hace de la recaudación que dichos impuestos generan. En general, el gobierno utiliza los recursos públicos para la provisión de bienes y servicios públicos que entran en la función de utilidad del individuo. Luego, los cambios en la recaudación del gobierno tendrán un impacto sobre la utilidad del individuo. Sin embargo, este análisis resultaría demasiado complejo en este contexto, de modo que se supone, para simplificar, que el gobierno otorga transferencias al individuo en la forma de dinero. Así, cuando se reducen los impuestos al comercio exterior, el gobierno ajusta el nivel de transferencias al público hasta alcanzar el balance del presupuesto. Entonces, suponiendo que el país es pequeño tal que sus acciones no afectan significativamente la oferta y la demanda mundiales, se tienen las siguientes tres ecuaciones que caracterizan al equilibrio de la economía. La primera se refiere a la igualdad ingreso-gasto del consumidor representativo de nuestro país

$$(18) \quad e(p_x^*, p_y^*(1 + \tau_y), p_{NT1}, p_{NT2}, u) = r(p_x^*, p_y^*(1 + \tau_y), p_{NT1}, v) + \tau_y p_y^* m_y$$

Las funciones $e(\cdot)$ y $r(\cdot)$ se definen como antes. Notar que p_x^* y p_y^* representan ahora los precios, internacionalmente dados, de los bienes exportables e importables. Como consecuencia de los impuestos a las importaciones τ_y el precio interno de las importaciones ya no es igual al precio internacional sino que $p_y = p_y^*(1 + \tau_y)$. Este es el precio que enfrentan los consumidores y también el que reciben los productores, de manera que es este precio el que ingresa en las funciones de gasto y de PBI. Como fue mencionado anteriormente, la fijación de impuestos al comercio exterior genera una recaudación impositiva $\tau_y p_y^* m_y$ que

¹⁶¹ El tema es de particular interés práctico para la economía argentina por la reciente introducción del MERCOSUR.

se transfiere, en forma de suma fija (*lump-sum*), al agente representativo. De esta manera, esta recaudación forma parte, junto con el valor del PBI, del ingreso disponible para el consumidor en (18).

La segunda ecuación del modelo es la igualdad entre la oferta y la demanda de los bienes turísticos locales no transables

$$(19) \quad c_{NT1}(p_x^*, p_y^*(1 + \tau_y), p_{NT1}, p_{NT2}, u) + c_{NT1}(p_x^*, p_y^*, p_{NT1}, p_{NT2}, u^*) = q_{NT1}(p_x^*, p_y^*(1 + \tau_y), p_{NT1}, v)$$

que tiene la misma interpretación que (4), excepto por la redefinición de los precios internos de las importaciones. Finalmente, la última ecuación relevante del modelo se refiere a la igualdad ingreso-gasto para el consumidor representativo del resto del mundo, que está dada por

$$(20) \quad e^*(p_x^*, p_y^*, p_{NT1}, p_{NT2}, u^*) = r(p_x^*, p_y^*, p_{NT2}, v^*)$$

Derivando (18) con respecto al impuesto a las importaciones, se obtiene

$$(21) \quad \frac{\partial e}{\partial p_y} p_y^* + \frac{\partial e}{\partial p_{NT1}} \frac{dp_{NT1}}{d\tau_y} + \frac{\partial e}{\partial u} \frac{du}{d\tau_y} = \frac{\partial r}{\partial p_y} p_y^* + \frac{\partial r}{\partial p_{NT1}} \frac{dp_{NT1}}{d\tau_y} + p_y^* m_y + \tau_y p_y^* \frac{\partial m_y}{\partial \tau_y}$$

Teniendo en cuenta entonces que la demanda interna de importables es igual a la producción interna más las importaciones, y usando el lema de Hotelling junto con el lema de Shephard, se tiene que

$$(22) \quad e_u \frac{du}{d\tau_y} + (c_{NT1} - q_{NT1}) \frac{dp_{NT1}}{d\tau_y} = \tau_y p_y^* \frac{\partial m_y}{\partial \tau_y}$$

Derivando (19) y (20) con respecto al impuesto a las importaciones, se tiene

$$(23) \quad \frac{\partial c_{NT1}}{\partial u} \frac{du}{d\tau_y} + \left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}} - \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}} \right) \frac{dp_{NT1}}{d\tau_y} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial u^*} \frac{du^*}{d\tau_y} = p_y^* \left(\frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_y} - \frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_y} \right)$$

$$(24) \quad \frac{\partial e^*}{\partial p_{NT1}} \frac{dp_{NT1}}{d\tau_y} + \frac{\partial e^*}{\partial u^*} \frac{du^*}{d\tau_y} = 0$$

En notación matricial, el sistema de derivadas primeras de las condiciones de equilibrio es

$$(25) \quad \begin{pmatrix} e_u & c_{NT1} - q_{NT1} & 0 \\ \frac{\partial c_{NT1}}{\partial u} & \frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}} - \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}} & \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial u^*} \\ 0 & c_{NT1}^* & e_{u^*} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \frac{du}{d\tau_y} \\ \frac{dp_{NT1}}{d\tau_y} \\ \frac{du^*}{d\tau_y} \end{pmatrix} = p_y^* \begin{pmatrix} \tau_y p_y^* \frac{\partial m_y}{\partial \tau_y} \\ \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_y} - \frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_y} \\ 0 \end{pmatrix}$$

El determinante del sistema es, como en el caso anterior,

$$(26) \quad \Delta = \left\{ e_u \left[\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}} - c_{NT1} \frac{\partial c_{NT1}}{\partial M} \right] e_{u^*} - e_u \left[\frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}} + q_{NT1} \frac{\partial c_{NT1}}{\partial M} \right] e_{u^*} + e_u \left[\frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}} - c_{NT1}^* \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial M^*} \right] e_{u^*} \right\} < 0$$

A continuación se resuelve para el cambio en las variables endógenas. El efecto sobre el bienestar nacional está dado por

(27)

$$\frac{du}{d\tau_y} = \frac{1}{\Delta} \left\{ \tau_y p_y^* \frac{\partial m_y}{\partial \tau_y} \left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}} - \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}} \right) e_{u^*}^* - \tau_y p_y^* \frac{\partial m_y}{\partial \tau_y} c_{NT1}^* \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial u^*} - p_y^* \left(\frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_y} - \frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_y} \right) (c_{NT1} - q_{NT1}) e_{u^*}^* \right\}$$

Siendo M^* el ingreso monetario del resto del mundo, se argumentó anteriormente que $\frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial u^*} = \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial M^*} e_{u^*}^*$, de modo que es posible describir la solución como sigue

$$(28) \quad \frac{du}{d\tau_y} = \frac{1}{\Delta} \left\{ \begin{array}{l} \tau_y p_y^* \frac{\partial m_y}{\partial \tau_y} \left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}} - \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}} \right) e_{u^*}^* + \tau_y p_y^* \frac{\partial m_y}{\partial \tau_y} \left(\frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}} - c_{NT1}^* \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial M^*} \right) e_{u^*}^* \\ - p_y^* \left(\frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_y} - \frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_y} \right) (c_{NT1} - q_{NT1}) e_{u^*}^* \end{array} \right\}$$

El signo de esta expresión es indeterminado si no se hacen precisiones sobre las relaciones de sustituibilidad o complementariedad entre bienes (en este caso, entre el turismo y las importaciones), tanto en la producción como en el consumo.

Los dos primeros términos del corchete son positivos, siempre que la demanda de importaciones reaccione negativamente ante aumentos en el precio de las mismas y que los bienes turísticos locales no transables sean bienes normales para el resto del mundo. Bajo estos supuestos y dejando de lado el tercer término,¹⁶² es posible concluir que la derivada pertinente (teniendo en cuenta el signo negativo del determinante) es negativa, de modo que una reducción en los impuestos al comercio exterior genera una ganancia de bienestar para nuestro país.

¹⁶² El tercer término del corchete es igual a cero si los bienes (el turismo y las importaciones) no están relacionados.

En el contexto del modelo, existe un nuevo factor a considerar que tiene que ver con la reacción en el precio de los bienes turísticos locales no transables cuando cambian los precios de las importaciones. En equilibrio general, una reducción en los impuestos al comercio exterior genera una reducción en los precios de las importaciones que enfrentan los consumidores y los productores locales. Estos cambios generan entonces desplazamientos en las funciones de oferta y de demanda de los bienes turísticos locales no transables, con efectos finales sobre el precio de equilibrio. Son estos cambios en los precios de equilibrio de los bienes turísticos locales no transables los que generan cambios adicionales en el bienestar nacional.

En la ecuación (28), una parte del efecto de los impuestos a las importaciones sobre el precio de equilibrio de los bienes turísticos locales no transables está dado por el tercer término del corchete. Por ejemplo, si las relaciones de complementariedad y de sustituibilidad en la producción y en el consumo son tales que

$\left(\frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_y} - \frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_y} \right) > 0$, entonces se tienen mayores ganancias de bienestar ante reducciones en los impuestos

al comercio exterior. Un caso en que esta expresión es positiva ocurre cuando la función de oferta reacciona positivamente al precio p_y y la función de demanda, en cambio, reacciona negativamente ante cambios en p_y (es decir, el turismo y las importaciones son complementos). En este caso, una reducción en el impuesto a las importaciones reduce el precio interno de las importaciones; esto desplaza hacia arriba y hacia la izquierda la función de oferta de los bienes turísticos locales no transables (siempre que $\frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_y} > 0$);

simultáneamente, la función de demanda de los bienes turísticos locales no transables se desplaza hacia arriba y hacia la derecha (siempre que $\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_y} < 0$). Como consecuencia, se generan tendencias al incremento

en los precios de los bienes turísticos locales no transables. El tercer término del corchete (junto con el determinante) es negativo de modo que reducciones en los impuestos a las importaciones tendrían efectos de bienestar positivos adicionales.¹⁶³

Como conclusión, el análisis muestra que cuando cambian los impuestos al comercio exterior se generan dos tipos de efectos sobre el bienestar. Por un lado, se observan las típicas ganancias de libre comercio para una economía pequeña. Estas aparecen porque las reducciones en los precios de las importaciones generan ganancias de consumo que superan a las pérdidas de producción y de recaudación. Este es un resultado standard en la literatura. En este modelo, otro efecto ocurre siempre que los precios del turismo se modifiquen cuando cambian los impuestos al comercio exterior. En particular, aumentos inducidos en los

¹⁶³ Si el turismo y las importaciones son bienes sustitutos, $\left(\frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_y} - \frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_y} \right) < 0$ y se generan tendencias a la disminución

de los precios de los bienes turísticos locales no transables. El tercer término del corchete (junto con el determinante) es ahora positivo, de modo que el efecto sobre el bienestar local es negativo ante reducciones en los impuestos a las importaciones. En este caso, el efecto final sobre el bienestar de acuerdo a la ecuación (28) queda indeterminado.

precios de los bienes turísticos locales no transables generan ganancias de bienestar, mientras que lo contrario ocurre con reducciones en dichos precios.

¿Cuál es el efecto sobre los precios internos de los bienes turísticos locales no transables? Resolviendo para el cambio en p_{NT1} , se tiene que

$$(29) \quad \frac{dp_{NT1}}{d\tau_y} = \frac{1}{\Delta} \left\{ e_u p_y^* \left(\frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_y} - \frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_y} \right) e_{u^*} - \frac{\partial c_{NT1}}{\partial u} \tau_y p_y^* \frac{\partial m_y}{\partial \tau_y} e_{u^*} \right\}$$

El cambio en el precio de los bienes turísticos locales no transables es indeterminado si no se establecen los supuestos adecuados. El primer término incorpora los efectos complementariedad y sustituibilidad entre el turismo y las importaciones. En particular, si los bienes son complementarios, entonces el primer término del corchete es positivo, lo que junto con un determinante negativo genera un efecto negativo sobre el precio de equilibrio. Esto es, reducciones en los impuestos al comercio exterior generarían, en este caso, aumentos en los precios de equilibrio de los bienes turísticos locales no transables. Por el contrario, sustituibilidad entre el turismo y las importaciones implica que el primer término del corchete es negativo y junto con un determinante negativo, tiene un efecto positivo sobre los precios de equilibrio. El segundo término del corchete está relacionado con el efecto ingreso que se genera por los cambios en las transferencias del gobierno y es positivo: una reducción en los impuestos genera reducciones en la recaudación, menor ingreso disponible para los residentes locales, menor demanda por turismo y menor precio de equilibrio. Este último término, junto con el determinante negativo, tiene efectos negativos sobre el precio de equilibrio. La solución en (29) demuestra que el efecto final sobre el precio de los bienes turísticos locales no transables es negativo si los bienes son complementarios y depende de cual de los dos efectos mencionados domine en el caso de bienes sustitutos.¹⁶⁴

La última solución muestra cómo varía la utilidad de los residentes del resto del mundo ante disminuciones en los impuestos a las importaciones por parte de un país pequeño. Es importante destacar que en el caso del modelo tradicional de comercio, las acciones de política comercial de un país pequeño no afectan a los agentes del resto de mundo: el país no puede afectar los precios de equilibrio en los mercados internacionales y, por lo tanto, tampoco a los individuos en el resto del mundo. En el presente modelo con un sector turístico, esto no se verifica. Allí radica, en parte, la importancia de este capítulo como novedad teórica. En particular, la solución para la utilidad del agente representativo en el resto del mundo es

¹⁶⁴ Si los bienes (el turismo y las importaciones) no están relacionados, el primer término del corchete desaparece y el efecto de una variación en los impuestos al comercio exterior sobre el precio de los bienes turísticos locales no transables es negativo.

$$(30) \quad \frac{du^*}{d\tau_y} = \frac{1}{\Delta} \left\{ \frac{\partial c_{NT1}}{\partial u} \tau_y p_y^* \frac{\partial m_y}{\partial \tau_y} c_{NT1}^* - e_u p_y^* c_{NT1}^* \left(\frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_y} - \frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_y} \right) \right\}$$

Si se supone que el bien turismo no está relacionado, en términos de las funciones de demanda y de oferta, con el bien importable (de manera que el segundo término del corchete desaparece), entonces se tiene que

$\frac{du^*}{d\tau_y} > 0$. Esto indica entonces que la reducción en los impuestos a las importaciones produciría una

reducción en la utilidad del resto del mundo. La razón es que al reducirse los impuestos a las importaciones se reduce la recaudación del gobierno, lo que genera un efecto ingreso negativo sobre la demanda local de turismo internacional. Como consecuencia, los residentes del resto del mundo reciben menores ingresos por parte de los turistas locales con la evidente pérdida de bienestar. Se establece así una de las principales diferencias con los modelos tradicionales de comercio.

Existe naturalmente otro efecto sobre la utilidad de los extranjeros que tiene que ver con la reacción de los precios de los bienes turísticos locales no transables cuando cambia el precio de las importaciones. Como fue

mencionado, si $\left(\frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_y} - \frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_y} \right) > 0$ -los bienes son complementarios-, entonces se generan presiones por

aumentos en el precio de los bienes turísticos locales no transables ante reducciones en los impuestos a las importaciones. En el caso bajo consideración, esto implica $\frac{du^*}{d\tau_y} > 0$. Es decir, una reducción en los

impuestos a las importaciones, a través del aumento que generaría en los precios de los bienes turísticos locales no transables, generaría efectos perjudiciales adicionales sobre el bienestar del resto del mundo.¹⁶⁵

Se debe aclarar que en la interpretación de (28), (29) y (30), las fuerzas que presionan para generar cambios en los precios de equilibrio, en el bienestar local y en el bienestar extranjero son dos. Por un lado, se tiene un efecto ingreso que altera la demanda de turismo local. Por otro lado, se tiene un efecto complementariedad y sustituibilidad en la producción y en el consumo entre el turismo y las importaciones. En particular, si bien en la ecuación (29) se diferencian estos dos efectos, la distinción no es tan clara en las otras dos soluciones.¹⁶⁶

¹⁶⁵ Si los bienes (el turismo y las importaciones) son sustitutos, el signo de la expresión (30) es indefinido.

¹⁶⁶ Si bien este tema no es de gran relevancia para el resultado final, es importante tenerlo en cuenta en las interpretaciones de los efectos.

Para finalizar esta sección, se debe destacar que los efectos de las políticas comerciales sobre el bienestar nacional e internacional son novedosos desde el punto de vista teórico. El análisis entonces hace evidente ciertos argumentos que es posible desarrollar para enfatizar la importancia del sector turístico en el mundo dado que se presentan nuevos canales a través de los que se manifiestan las relaciones comerciales entre los países.

IV.3.3. POLÍTICAS IMPOSITIVAS INTERNAS E INFRAESTRUCTURA

Otro de los ejercicios de estática comparada que resulta interesante analizar se refiere a los efectos de políticas públicas internas sobre las variables endógenas del modelo. Si bien es posible pensar en muchas maneras en que el gobierno¹⁶⁷ puede afectar al sector turístico, y vía este efecto al bienestar nacional e internacional, en esta sección se estudian los efectos de dos políticas específicas. Una se refiere a la reducción o eliminación de algunos impuestos internos que afectan al sector turístico; en particular, es posible pensar que el gobierno puede decidir reducir el impuesto al valor agregado sobre algunos bienes que estén relacionados con el turismo. La otra política se refiere a las mejoras en la infraestructura (reducción en los costos de provisión de infraestructura) relacionada con el turismo, como por ejemplo rutas que unen atracciones turísticas, infraestructura relacionada con la accesibilidad a ciudades, las comunicaciones, etc.

Las ecuaciones que caracterizan al sistema, con estas modificaciones, tienen la misma interpretación que en las especificaciones anteriores y son las siguientes

$$(31) \quad e(p_x, p_y, p_{NT1}^P(1 + \rho_{NT1}), p_{NT2}^*, u) = r(p_x, p_y, p_{NT1}^P, v) + p_{NT1}^P \rho_{NT1} q_{NT1}$$

$$(32) \quad c_{NT1}(p_x, p_y, p_{NT1}^P(1 + \rho_{NT1}), p_{NT2}^*, u) + c_{NT1}^*(p_x, p_y, p_{NT1}^P(1 + \rho_{NT1}), p_{NT2}^*, u^*) \\ = q_{NT1}(p_x, p_y, p_{NT1}^P, v)$$

¹⁶⁷ Las políticas que se analizan en esta sección podrían ser llevadas a cabo, en general, por el nivel nacional o provincial de gobierno.

$$(33) \quad e^*(p_x, p_y, p_{NT1}^P(1 + \rho_{NT1}), p_{NT2}^*, u^*) = r(p_x, p_y, p_{NT2}^*, v^*)$$

Para analizar los efectos de reducciones en los impuestos sobre los bienes turísticos locales no transables o de mejoras en la infraestructura turística (reducción en los costos de provisión de infraestructura), es conveniente desarrollar una formulación matemática que los unifique. Se define ρ_{NT1} como los impuestos directos sobre las ventas o como los costos de infraestructura en la provisión del bien turismo. Así, dado un nivel de precios que enfrenta el productor p_{NT1}^P , el precio final que enfrentan los consumidores (locales e internacionales) es $p_{NT1}^C = (1 + \rho_{NT1})p_{NT1}^P$.

En esta formulación el gobierno puede modificar los impuestos que se aplican al sector turístico o mejorar la infraestructura asociada con el sector, afectando consecuentemente el precio final que pagan los consumidores (locales y del resto del mundo). En general, la modelización de los efectos de los impuestos y de la infraestructura debería considerarse separadamente dado que existen elementos peculiares a cada una de estas políticas que los diferencian. Por ejemplo, la infraestructura puede perfectamente tener cierta naturaleza de bien público, de modo que los costos de proveerla no sean proporcionales a la cantidad producida del bien. Sin embargo, es posible llevar a cabo un análisis satisfactorio en el contexto del modelo bajo la interpretación propuesta.¹⁶⁸ Los ejercicios de estática comparativa se realizarán modificando el parámetro ρ_{NT1} e interpretando reducciones en ρ_{NT1} como reducciones en las tasas impositivas o mejoras en la infraestructura (reducción en los costos de provisión de infraestructura).¹⁶⁹

En equilibrio general, los cambios en las políticas del gobierno deben analizarse tanto desde la perspectiva de los gastos como desde la perspectiva de los ingresos. En concreto, reducciones impositivas o mejoras en la infraestructura (que, como fue mencionado, se interpretan como una reducción en ρ_{NT1}) tienen un costo para el gobierno y para la sociedad, que debe ser incluido en el análisis. Es necesario tener en cuenta las repercusiones sobre las cuentas fiscales de las reducciones impositivas o los costos públicos asociados a las mejoras en la infraestructura. En este modelo, estos aspectos se han considerado suponiendo, como en el caso anterior de impuestos al comercio exterior, que el gobierno otorga transferencias de suma fija (*lump-sum*) a los consumidores, cualquiera sea el resultado final del presupuesto. Si es positivo, por ejemplo por la fijación de impuestos, entonces el gobierno devuelve el dinero en forma de suma fija (*lump-sum*) a los consumidores. Si es negativo, porque se ha mejorado la infraestructura, entonces la transferencia es negativa indicando entonces un impuesto de suma fija (*lump-sum*). Siendo ρ_{NT1} la tasa de impuestos o los costos de

¹⁶⁸ Las peculiaridades de cada política podrían ser analizadas más detalladamente en cada caso en particular si esto fuera necesario.

¹⁶⁹ Las reducciones en el parámetro ρ_{NT1} también pueden ser interpretadas como reducciones en los costos de transporte.

provisión de infraestructura por unidad de producto de los bienes turísticos locales no transables, la transferencia pública total se le suma al consumidor representativo en la ecuación (31).

La segunda ecuación del modelo, (32), se refiere a la igualdad entre la cantidad demandada del bien turístico local no transable -tanto por los consumidores locales como por los extranjeros- con la cantidad ofrecida localmente. La tercer ecuación, (33), identifica a la igualdad ingreso-gasto del consumidor representativo del resto del mundo. Estas dos ecuaciones se evalúan, según corresponda, a los precios que enfrentan el productor y el consumidor.

El ejercicio de estática comparativa consiste entonces en diferenciar el modelo con respecto al parámetro ρ_{NT1} . En forma matricial, el sistema de derivadas puede escribirse como sigue

$$(34) \quad \begin{pmatrix} e_u & \left[(c_{NT1} - q_{NT1})(1 + \rho_{NT1}) - p_{NT1}^P \rho_{NT1} \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}^P} \right] & 0 \\ \frac{\partial c_{NT1}}{\partial u} & \left[\left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}^C} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}^C} \right) (1 + \rho_{NT1}) - \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}^P} \right] & \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial u^*} \\ 0 & c_{NT1}^* (1 + \rho_{NT1}) & e_{u^*} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \frac{du}{d\rho_{NT1}} \\ \frac{dp_{NT1}^P}{d\rho_{NT1}} \\ \frac{du^*}{d\rho_{NT1}} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} p_{NT1}^P (q_{NT1} - c_{NT1}) \\ - \left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}^C} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}^C} \right) p_{NT1}^P \\ - c_{NT1}^* p_{NT1}^P \end{pmatrix}$$

Como el sistema es distinto al de las secciones anteriores, el determinante y su signo deben recalcularse

$$(35) \quad \bar{\Delta} = e_u \left[\left(\left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}^C} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}^C} \right) (1 + \rho_{NT1}) - \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}^P} \right) e_{u^*} - c_{NT1}^* (1 + \rho_{NT1}) \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial u^*} \right] - \frac{\partial c_{NT1}}{\partial u} \left[(c_{NT1} - q_{NT1})(1 + \rho_{NT1}) - p_{NT1}^P \rho_{NT1} \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}^P} \right] e_{u^*}$$

Si se tiene en cuenta, como antes, que $\frac{\partial c_{NT1}}{\partial u} = \frac{\partial c_{NT1}}{\partial M} e_u$ y que $\frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial u^*} = \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial M^*} e_{u^*}$, el determinante puede escribirse como sigue

$$(36) \quad \bar{\Delta} = e_u \left[\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}^C} (1 + \rho_{NT1}) - c_{NT1} \frac{\partial c_{NT1}}{\partial M} (1 + \rho_{NT1}) \right] e_{u^*} + e_u \left[\frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}^C} (1 + \rho_{NT1}) - c_{NT1}^* \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial M^*} (1 + \rho_{NT1}) \right] e_{u^*} - e_u e_{u^*} \left[1 - p_{NT1}^P \rho_{NT1} \frac{\partial c_{NT1}}{\partial M} \right] \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}^P} + e_u e_{u^*} \frac{\partial c_{NT1}}{\partial M} q_{NT1} (1 + \rho_{NT1})$$

El signo del determinante es indeterminado. Los dos primeros términos son negativos, el tercero puede ser positivo o negativo y el cuarto es positivo. Con respecto al signo del tercer término, puede concluirse que para bajos niveles de impuestos o altos niveles de infraestructura (ρ_{NT1} tendiendo a cero), el segundo término dentro del corchete tenderá a ser menor que 1, lo que facilita que el tercer término sea negativo y, por lo tanto, que el determinante también sea negativo. A medida que la tasa ρ_{NT1} aumenta, el tercer término pasa a ser positivo con lo cual, los dos últimos términos de la ecuación (36) pasarían a ser positivos. Sin embargo, se supone que dominan los dos primeros términos de modo que el determinante también es negativo para tasas impositivas altas o bajos niveles de infraestructura.

La solución para el cambio en el bienestar local cuando cambian los impuestos o los costos de infraestructura en el sector de bienes turísticos locales no transables está dada por

$$(37) \quad \frac{du}{dp_{NT1}} = \frac{1}{\bar{\Delta}} \left\{ \begin{aligned} & p_{NT1}^P (q_{NT1} - c_{NT1}) \left\{ \left[\left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}^C} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}^C} \right) (1 + \rho_{NT1}) - \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}^P} \right] e_{u^*} - c_{NT1}^* (1 + \rho_{NT1}) \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial u^*} \right\} \\ & + \left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}^C} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}^C} \right) p_{NT1}^P \left\{ \left[(c_{NT1} - q_{NT1}) (1 + \rho_{NT1}) - p_{NT1}^P \rho_{NT1} \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}^P} \right] e_{u^*} \right\} - \\ & - c_{NT1}^* p_{NT1}^P \left\{ \left[(c_{NT1} - q_{NT1}) (1 + \rho_{NT1}) - p_{NT1}^P \rho_{NT1} \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}^P} \right] \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial u^*} \right\} \end{aligned} \right\}$$

Esta expresión puede escribirse como

$$(38) \quad \frac{du}{dp_{NT1}} = \frac{1}{\bar{\Delta}} \left\{ p_{NT1}^P e_{u^*} \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}^P} \left[-c_{NT1}^* - p_{NT1}^P \rho_{NT1} \left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}^C} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}^C} - c_{NT1}^* \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial M^*} \right) \right] \right\}$$

En este contexto es posible encontrar la tasa impositiva para la que la solución en (38) se iguala a cero y, por lo tanto, el bienestar es máximo

$$(39) \quad \hat{\rho} = \frac{-c_{NT1}^*}{p_{NT1}^P \left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}^C} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}^C} - c_{NT1}^* \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial M^*} \right)}$$

Luego, para valores bajos del impuesto o altos niveles de infraestructura turística (ρ_{NT1} tendiendo a cero), el numerador tiende a ser negativo y, junto con el supuesto del signo negativo del determinante, $\frac{du}{d\rho_{NT1}} > 0$. De

este modo, aumentos en los impuestos al sector turismo o reducciones en la infraestructura relacionada con el sector serán beneficiosos desde el punto de vista del bienestar: la fijación de impuestos (o la no provisión de infraestructura) tiene un efecto sobre las cuentas públicas (en términos de mayor recaudación o menor gasto) que permite que el gobierno otorgue mayores niveles de transferencias de suma fija (*lump-sum*) a los agentes económicos. Es entonces el caso que, partiendo de una situación en donde el sector turismo no está fuertemente gravado, un aumento en las tasas impositivas es beneficioso desde el punto de vista del bienestar nacional.

Por el contrario, si la tasa impositiva es alta o los niveles de infraestructura son bajos, es más probable que el numerador de la ecuación (38) sea positivo y, junto con el supuesto del signo negativo del determinante, $\frac{du}{d\rho_{NT1}} < 0$. En este caso, aumentos en los impuestos o reducciones en la infraestructura generarán reducciones en el bienestar nacional.

La respuesta de los precios que enfrentan los productores de los bienes turísticos locales no transables cuando cambia el impuesto que se aplica sobre el sector viene dada por

$$(40) \quad \frac{dp_{NT1}^P}{d\rho_{NT1}} = \frac{1}{\Delta} \left\{ -e_u e_{u^*} p_{NT1}^P \left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}^C} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}^C} \right) + c_{NT1}^* p_{NT1}^P e_u e_{u^*} \left(\frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial M^*} - \frac{\partial c_{NT1}}{\partial M} \right) \right\}$$

Bajo el supuesto de que $\left(\frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial M^*} - \frac{\partial c_{NT1}}{\partial M} \right) > 0$, el numerador de esta expresión es positivo y junto con el supuesto del signo negativo del determinante implica que $\frac{dp_{NT1}^P}{d\rho_{NT1}} < 0$. De esta manera, aumentos en la tasa impositiva o reducciones en la infraestructura generan reducciones en los precios que enfrentan los productores de los bienes turísticos locales no transables. Por supuesto, reducciones en la tasa impositiva o aumentos en la infraestructura generan aumentos en dichos precios.

Al mismo tiempo puede observarse el efecto de una variación en ρ_{NT1} sobre los precios que enfrentan los consumidores de los bienes turísticos locales no transables. Como fue mencionado anteriormente, dado el nivel de precios que enfrenta el productor p_{NT1}^P , el precio final que enfrentan los consumidores (locales e internacionales) es $p_{NT1}^C = (1 + \rho_{NT1})p_{NT1}^P$ y, por lo tanto,

$$(41) \quad \frac{dp_{NT1}^C}{d\rho_{NT1}} = (1 + \rho_{NT1}) \frac{dp_{NT1}^P}{d\rho_{NT1}} + p_{NT1}^P$$

Notar que $dp_{NT1}^C > 0$ si $\left[(1 + \rho_{NT1}) dp_{NT1}^P + p_{NT1}^P d\rho_{NT1} \right] > 0$, lo que implica que $p_{NT1}^P d\rho_{NT1} > -(1 + \rho_{NT1}) dp_{NT1}^P$, que puede expresarse como

$$\frac{d\rho_{NT1}}{(1 + \rho_{NT1})} > - \frac{dp_{NT1}^P}{p_{NT1}^P}$$

Es así como la variación en ρ_{NT1} genera un efecto positivo sobre el precio que enfrentan los consumidores si la variación porcentual en la alícuota impositiva $\left[\frac{d\rho_{NT1}}{(1 + \rho_{NT1})} \right]$ es mayor que la variación porcentual en el precio que enfrentan los productores $\left[- \frac{dp_{NT1}^P}{p_{NT1}^P} \right]$.

Finalmente, se resuelve para el cambio en el bienestar del resto del mundo

(42)

$$\frac{du^*}{d\rho_{NT1}} = \frac{1}{\Delta} \left\{ e_u \left\{ \left[\left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}^C} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}^C} \right) (1 + \rho_{NT1}) - \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}} \right] (-c_{NT1}^* p_{NT1}^P) + c_{NT1}^* (1 + \rho_{NT1}) \left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}^C} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}^C} \right) p_{NT1}^P \right\} - \left[-\frac{\partial c_{NT1}}{\partial u} \left\{ (c_{NT1} - q_{NT1}) (1 + \rho_{NT1}) - p_{NT1}^P p_{NT1} \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}^P} \right\} (-c_{NT1}^* p_{NT1}^P) - c_{NT1}^* (1 + \rho_{NT1}) p_{NT1}^P (q_{NT1} - c_{NT1}) \right] \right\}$$

Esta expresión puede escribirse como

$$(43) \quad \frac{du^*}{d\rho_{NT1}} = \frac{1}{\Delta} \left\{ e_u \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}^P} c_{NT1}^* p_{NT1}^P \left[1 - \frac{\partial c_{NT1}}{\partial M} p_{NT1}^P p_{NT1} \right] \right\}$$

Al igual que para el cambio en el bienestar local, el cambio en el bienestar internacional depende del signo del numerador. A valores bajos del impuesto o altos niveles de infraestructura (ρ_{NT1} tendiendo a cero), el numerador es positivo y, junto con el supuesto del signo negativo del determinante, implica que $\frac{du^*}{d\rho_{NT1}} < 0$.

Esto es, mayores tasas impositivas o reducciones en la infraestructura generan un menor bienestar para los consumidores extranjeros que deciden visitar el país. Similarmente, cuando los impuestos son altos o los niveles de infraestructura son bajos, el numerador es negativo, de modo que $\frac{du^*}{d\rho_{NT1}} > 0$.

IV.4. EFECTOS ECONÓMICOS DE CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO EN UN MODELO CON BIENES TURÍSTICOS LOCALES NO TRANSABLES GRAVADOS INTERNAMENTE

En esta sección se estudian los efectos de un incremento de la demanda de turismo -a partir de políticas que aumentan las dotaciones efectivas de atracciones turísticas relativas de nuestro país- bajo un contexto de imposición interna del sector de bienes turísticos locales no transables.

Las ecuaciones (31), (32) y (33) caracterizan esta especificación. Además, se postula que la demanda de bienes turísticos locales no transables depende de un parámetro α que representa un aumento en las dotaciones relativas de atracciones turísticas del país, mejoras en la provisión de información sobre las características del país o cambios en la estabilidad política y social del país. Diferenciando totalmente el sistema de ecuaciones con respecto a α , se obtiene el sistema en forma matricial

$$(44) \begin{pmatrix} e_u & \left((c_{NT1} - q_{NT1})(1 + \rho_{NT1}) - p_{NT1}^P \rho_{NT1} \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}^P} \right) & 0 \\ \frac{\partial c_{NT1}}{\partial u} & \left(\left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}^C} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}^C} \right) (1 + \rho_{NT1}) - \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}^P} \right) & \frac{\partial c_{NT1}}{\partial u^*} \\ 0 & c_{NT1}^* (1 + \rho_{NT1}) & e_{u^*} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \frac{du}{d\alpha} \\ \frac{dp_{NT1}^P}{d\alpha} \\ \frac{du^*}{d\alpha} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 0 \\ - \left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial \alpha} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial \alpha} \right) \\ 0 \end{pmatrix}$$

En este caso, el determinante del sistema, al igual que en el caso anterior, se supone negativo

(45)

$$\Delta = \begin{pmatrix} e_u \left[\frac{\partial c_{NT1}}{\partial p_{NT1}^C} (1 + \rho_{NT1}) - c_{NT1} \frac{\partial c_{NT1}}{\partial M} (1 + \rho_{NT1}) \right] e_{u^*} + e_u \left[\frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial p_{NT1}^C} (1 + \rho_{NT1}) - c_{NT1}^* \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial M} (1 + \rho_{NT1}) \right] e_{u^*} - \\ - e_u e_{u^*} \left[1 - p_{NT1}^P \rho_{NT1} \frac{\partial c_{NT1}}{\partial M} \right] \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}^P} + e_u e_{u^*} \frac{\partial c_{NT1}}{\partial M} q_{NT1} (1 + \rho_{NT1}) \end{pmatrix} < 0$$

Resolviendo para el cambio en las variables endógenas del modelo, se obtiene

$$(46) \quad \left(\frac{du}{d\alpha} \right)_{\text{conT}} = \frac{1}{\Delta} \left\{ e_{u^*} \left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial \alpha} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial \alpha} \right) \left[(c_{NT1} - q_{NT1})(1 + \rho_{NT1}) - p_{NT1}^P \rho_{NT1} \frac{\partial q_{NT1}}{\partial p_{NT1}^P} \right] \right\}$$

Esta expresión puede escribirse como

(47)

$$\left(\frac{du}{d\alpha}\right)_{\text{conT}} = \frac{1}{\Delta} \left\{ e_{u^*}^* \left(\frac{\partial c_{\text{NT1}}}{\partial \alpha} + \frac{\partial c_{\text{NT1}}^*}{\partial \alpha} \right) (c_{\text{NT1}} - q_{\text{NT1}})(1 + \rho_{\text{NT1}}) \right\} + \frac{1}{\Delta} \left\{ e_{u^*}^* \left(\frac{\partial c_{\text{NT1}}}{\partial \alpha} + \frac{\partial c_{\text{NT1}}^*}{\partial \alpha} \right) \left(-\rho_{\text{NT1}}^p \rho_{\text{NT1}} \frac{\partial q_{\text{NT1}}}{\partial p_{\text{NT1}}^p} \right) \right\}$$

Luego, multiplicando y dividiendo el primer término por Δ (determinante del sistema de ecuaciones representado por (10)) se obtiene

$$(48) \quad \left(\frac{du}{d\alpha}\right)_{\text{conT}} = \frac{(1 + \rho_{\text{NT1}})\Delta}{\Delta} \left(\frac{du}{d\alpha}\right)_{\text{sinT}} + \frac{1}{\Delta} \left\{ e_{u^*}^* \left(\frac{\partial c_{\text{NT1}}}{\partial \alpha} + \frac{\partial c_{\text{NT1}}^*}{\partial \alpha} \right) \left(-\rho_{\text{NT1}}^p \rho_{\text{NT1}} \frac{\partial q_{\text{NT1}}}{\partial p_{\text{NT1}}^p} \right) \right\}$$

El efecto de una variación en α sobre el bienestar local en un escenario donde el sector turístico está siendo gravado internamente es igual al efecto que se obtiene cuando no existe imposición multiplicado por la relación de determinantes y un término adicional. El primer término de la ecuación (48) es positivo (dado

que $\left(\frac{(1 + \rho_{\text{NT1}})\Delta}{\Delta}\right) > 0$ y $\left(\frac{du}{d\alpha}\right)_{\text{sinT}} > 0$);¹⁷⁰ el segundo término también es positivo (incluyendo el determinante)

y se obtiene $\left(\frac{du}{d\alpha}\right)_{\text{conT}} > 0$. En particular, la variación en la utilidad local es mayor cuando el sector está siendo gravado que cuando no existe imposición interna

¹⁷⁰ La expresión $\left(\frac{du}{d\alpha}\right)_{\text{sinT}}$ corresponde a la ecuación (15).

$$\left(\frac{du}{d\alpha}\right)_{\text{conT}} > \left(\frac{du}{d\alpha}\right)_{\text{sinT}}$$

dado que $\left(\frac{(1 + \rho_{\text{NT1}})\Delta}{\Delta}\right) > 1$. Es decir que cuando aumenta la demanda de turismo (por una variación en α), aumenta la utilidad de los residentes locales y este cambio es mayor cuando el sector está siendo gravado internamente.

La solución para el cambio en el precio que enfrentan los productores de los bienes turísticos locales no transables es

$$(49) \quad \left(\frac{dp_{\text{NT1}}^{\text{P}}}{d\alpha}\right)_{\text{conT}} = \frac{1}{\Delta} \left\{ -e_u \left(\frac{\partial c_{\text{NT1}}}{\partial \alpha} + \frac{\partial c_{\text{NT1}}^*}{\partial \alpha} \right) e_{u^*} \right\}$$

Luego, multiplicando y dividiendo por Δ

$$(50) \quad \left(\frac{dp_{\text{NT1}}^{\text{P}}}{d\alpha}\right)_{\text{conT}} = \frac{\Delta}{\Delta} \left(\frac{dp_{\text{NT1}}^{\text{P}}}{d\alpha}\right)_{\text{sinT}}$$

El efecto de una variación en α sobre el precio de los bienes turísticos locales no transables (que enfrentan los productores, $p_{\text{NT1}}^{\text{P}}$) es positivo dado que se iguala al efecto de un aumento en α sobre los precios de los

bienes turísticos locales no transables cuando el sector no está gravado internamente, $\left(\frac{dp_{NT1}^P}{d\alpha}\right)_{\sin T} > 0$ ¹⁷¹

multiplicado por la relación de determinantes $\left(\frac{\Delta}{-\Delta}\right) > 0$.

Finalmente, resolviendo para el cambio en la utilidad del resto del mundo, se tiene que

$$(51) \quad \left(\frac{du^*}{d\alpha}\right)_{\text{con T}} = \frac{1}{-\Delta} \left\{ e_u c_{NT1}^* \left(\frac{\partial c_{NT1}}{\partial \alpha} + \frac{\partial c_{NT1}^*}{\partial \alpha} \right) (1 + \rho_{NT1}) \right\}$$

Multiplicando y dividiendo por Δ

$$(52) \quad \left(\frac{du^*}{d\alpha}\right)_{\text{con T}} = \frac{(1 + \rho_{NT1})\Delta}{-\Delta} \left(\frac{du^*}{d\alpha}\right)_{\sin T}$$

La utilidad del resto del mundo se reduce ante un aumento en α dado que $\left(\frac{(1 + \rho_{NT1})\Delta}{-\Delta}\right) > 0$ y $\left(\frac{du^*}{d\alpha}\right)_{\sin T} < 0$.¹⁷²

En particular, la variación en la utilidad del RM es mayor –en valores absolutos– cuando el sector está siendo gravado internamente

¹⁷¹ La expresión $\left(\frac{dp_{NT1}^P}{d\alpha}\right)_{\sin T}$ corresponde a la ecuación (16).

¹⁷² La expresión $\left(\frac{du^*}{d\alpha}\right)_{\sin T}$ corresponde a la ecuación (17).

$$\left| \left(\frac{du^*}{d\alpha} \right)_{\text{conT}} \right| > \left| \left(\frac{du^*}{d\alpha} \right)_{\text{sinT}} \right|$$

IV.5. CONCLUSIONES

Este capítulo analiza los efectos económicos de cambios en la estructura del sector turístico en un modelo de equilibrio general de comercio internacional en un país pequeño. En este modelo, el turismo se define como un conjunto de bienes finales no transables -hoteles, restaurantes, museos, servicios varios, etc.- cuyo precio se determina endógenamente en el modelo y para los que se requiere la presencia física de los demandantes en el lugar donde estos bienes o servicios son ofrecidos para su consumo. De acuerdo a la nueva visión del comercio internacional de servicios, el desplazamiento físico de los consumidores convierte a estos bienes o servicios definidos tradicionalmente como no transables en transables.

El modelo básico es una extensión del modelo de equilibrio general de comercio internacional desarrollado por Dixit y Norman (1980) con algunas modificaciones novedosas. Por un lado, este capítulo supone que el turismo es un sector que produce bienes o servicios finales no transables que pueden ser consumidos tanto por los residentes locales como por los turistas del resto del mundo. Al mismo tiempo, los residentes locales pueden también consumir turismo provisto por el resto del mundo (bienes turísticos no transables del resto del mundo). Por otro lado, a pesar de adoptar el supuesto de país pequeño, bajo la especificación de este modelo las acciones de política económica o los emprendimientos del sector privado de nuestro país pueden afectar el bienestar del resto del mundo.

Los resultados más importantes del modelo están relacionados con los efectos de aumentos en la demanda de turismo local, las políticas de comercio exterior y las políticas impositivas internas (o políticas de infraestructura) sobre el turismo. El aumento en la demanda de turismo local se genera por un aumento relativo en la dotación efectiva de atracciones turísticas de nuestro país. Los descubrimientos de nuevos recursos turísticos, su puesta en valor o su reciclaje; las mejoras en la información sobre las características del país; y los mayores niveles de seguridad o estabilidad política o social del país; dan lugar a efectos positivos sobre el bienestar local, sobre el precio de los bienes turísticos locales no transables, y efectos negativos sobre el bienestar del resto del mundo. En relación a la política de comercio exterior, la fijación de impuestos a las importaciones por parte de un país pequeño -una política totalmente inofensiva para el resto del mundo en el modelo de comercio internacional tradicional- deja de serlo en el presente modelo. En particular, puede concluirse que -bajo ciertos supuestos (que el turismo y las importaciones son bienes complementarios)- reducciones en los impuestos a las importaciones tienen efectos positivos sobre el bienestar local y sobre el precio de los bienes turísticos locales no transables, y efectos negativos sobre el

bienestar del resto del mundo. En relación a las políticas internas, se analizan -con el mismo instrumental analítico- un cambio en los impuestos internos que afectan al sector turístico y en la infraestructura asociada con el sector (que se manifiesta a través de variaciones en los costos de provisión de infraestructura). En este caso, las conclusiones dependen de la magnitud de las alícuotas impositivas o de los costos de provisión de infraestructura. En particular, se concluye que cuando las tasas impositivas o los costos de provisión de infraestructura son bajos, un aumento en los impuestos internos o reducciones en la infraestructura tienen efectos beneficiosos sobre la utilidad de los residentes locales y perjudiciales sobre el bienestar del resto del mundo. En cambio, cuando las tasas impositivas o los costos de infraestructura son altos, los efectos son opuestos. Finalmente, se analiza un escenario donde el sector turístico está gravado internamente y aumenta la demanda de turismo local. En este caso, los resultados indican que los cambios son mayores (en valor absoluto) cuando el sector turístico está siendo gravado internamente.

En todos los casos analizados, se obtienen una serie de resultados teóricos de importancia que permiten guiar el diseño de políticas de los gobiernos orientadas a fomentar la industria del turismo, ya sea a nivel nacional, provincial o municipal. Al mismo tiempo, este ejercicio teórico otorga también un rol de importancia para las acciones del sector privado en cuanto a sus efectos sobre la economía del turismo.

REFERENCIAS

- Armington, P.S. 1969. "A theory of demand for products distinguished by place of production." *International Monetary Fund Staff Papers* Vol. XVI, N°1: 159-178.
- Copeland, B. 1991. "Tourism, welfare and de-industrialization in a small open economy." *Economica* 58: 515-529.
- Dixit, A.K. y V. Norman. 1980. *Theory of international trade. A dual, general equilibrium approach*. Cambridge University Press. Inglaterra.
- Dixit, A. Y J. Stiglitz. 1977. "Monopolistic competition and optimum product diversity." *American Economic Review* 67: 297-308.
- Helpman, E. y P.Krugman. 1985. *Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*. MIT Press. Cambridge. Massachusetts.
- Huéscar, A. 1993. "Nuevo marco conceptual del turismo." *Estudios Turísticos* N° 117: 23-48.
- Lancaster, K.J. 1966. "A new approach to consumer theory." *Journal of Political Economy* 74: 132-157.
- Lanquar, R. 1991. *La economía del turismo*. Okios-Tau. Barcelona.
- Mas Collé, A., M. Whinston y J.Greene. 1995. *Microeconomic theory*. Oxford University Press. Nueva York.
- Pedreño Muñoz, A. 1996. "Relaciones intersectoriales de las actividades turísticas." En Velarde, J., J.L.García Delgado y A. Pedreño (compiladores). 1996. *El sector terciario de la economía española. I Jornadas de Alicante sobre economía española*. Economistas Libros. España.
- Spence, M.E. 1977. "Non-price competition." *American Economic Review: Papers and Proceedings* 67: 255-259.
- Woodland, A.D. 1982. *International trade and resource allocation*. North-Holland Publishing Company. Amsterdam.

CAPÍTULO V

TURISMO Y CAMBIO TECNOLÓGICO EN UN MODELO DE FACTORES ESPECÍFICOS. UN EJERCICIO TEÓRICO * **

* Versiones preliminares de este capítulo fueron presentadas en las XXXVI Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Política, realizada en Buenos Aires, Argentina (noviembre 2001); en los Seminarios internos de Doctorado (Departamento de Economía, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata) y en el Seminario de Economía del Departamento de Economía (Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata). Parte de esta investigación estuvo financiada con una Beca de Perfeccionamiento otorgada por la Universidad Nacional de La Plata.

** Agradezco los valiosos comentarios del Dr. Walter Cont y del Dr. Walter Sosa Escudero.

V.1. INTRODUCCIÓN

El objetivo de este capítulo es analizar los efectos sobre la estructura productiva de la economía de las políticas públicas que pueden generar o facilitar cambios tecnológicos en el sector turístico. El análisis se basa en el desarrollo de un modelo de factores específicos en la tradición de los modelos de la enfermedad holandesa *-dutch disease-* y de sector expansivo *-booming sector-* (Corden y Neary, 1982; Corden, 1984; Copeland, 1991).

La preocupación por el sector turismo, que motiva esta investigación, tiene dos facetas. La primera es teórica y surge de las características tecnológicas de la actividad. Se supone que el turismo se encuentra entre las actividades que preocupaban a Baumol (1967) por el peligro de su posible desaparición o deterioro de la calidad como consecuencia de su menor productividad. Ejemplos de estas actividades son los hospitales, la educación, las organizaciones sin fines de lucro, y el arte, entre otras.¹⁷³ En este capítulo, la preocupación se refiere entonces a una actividad en particular, que comparte algunas de las características a las que hacía referencia Baumol (1967) y que es considerada como una de las principales generadoras de empleo en el mundo: el turismo.

La segunda faceta se desprende de la cuestión fáctica y surge del análisis de las estructuras productivas de las economías, sus cambios y la evolución reciente de algunas políticas aplicadas *-directa o indirectamente-* sobre las actividades relacionadas con el turismo y consideradas como generadoras o facilitadoras de cambio o progreso tecnológico en el sector. El análisis de las estructuras productivas siempre ha sido un tema de interés para la economía, si bien es cierto que el tipo de pregunta ha ido cambiando a lo largo del tiempo. En los períodos previos a la economía clásica, la pregunta más importante era cuáles eran las actividades productivas y las no productivas. En el análisis económico moderno, esa pregunta se tornó irrelevante ya que se considera productiva a toda actividad que produzca bienes que brinden utilidad a los consumidores: los bienes del sector agrario para los fisiócratas, el oro para los mercantilistas, o cualquier servicio personal. Tanto en los modelos de la enfermedad holandesa y en los de sector expansivo (Corden y Neary, 1982; Corden, 1984) como en el de Baumol (1967), el centro de atención se ubica en la estructura productiva de la economía y sus cambios a lo largo del tiempo: desindustrialización en los primeros (Corden y Neary, 1982; Corden, 1984); desaparición o pérdida de calidad en actividades de servicios en los segundos. Actualmente, la vigencia de la pregunta sobre las estructuras productivas y sus cambios se debe, en parte, a su vinculación con la tasa de crecimiento de las economías y los niveles de empleo. Por ejemplo, una tendencia que se verifica a nivel mundial es que los sectores productores de bienes han ido disminuyendo significativamente su participación en el producto bruto interno (PBI).¹⁷⁴

¹⁷³ "Unbalanced productivity growth, then, threatens to destroy many of the activities that do so much to enrich our existence, and to give others over into the hands of amateurs. These are dangers which many of us may feel should not be ignored or taken lightly" (Baumol, 1967: 422).

¹⁷⁴ En Argentina, mientras que en la década del 80 los sectores productores de bienes representaban el 47 % del PBI a valores corrientes, en el año 1992 representaban sólo el 36 %. A su vez, los sectores productores de servicios también han ido aumentando su participación en el empleo a lo largo del tiempo en Argentina: la participación de los sectores

La pregunta que surge es cómo compatibilizar la hipótesis teórica de que el crecimiento diferencial de la productividad tiende a que ciertas actividades -en el contexto de este capítulo, el turismo- disminuyan su participación en la estructura productiva, con la evidencia empírica que demuestra que las estructuras productivas han cambiado en sentido opuesto. Una explicación proviene de la demanda del bien turismo (elasticidades precio e ingreso); la otra proviene de la oferta (progreso técnico o políticas públicas que pueden asimilarse a cambio tecnológico). Si el sector es, sin políticas públicas, de cambio tecnológico más lento que el resto, su precio relativo aumentará y su participación en el PBI real será decreciente en el tiempo excepto que la elasticidad-precio sea muy baja y/o que la elasticidad-ingreso sea muy alta. Sin embargo, si se da una combinación de elasticidades -precio e ingreso- tal que la cantidad relativa del bien se mantiene constante en el tiempo, entonces la preocupación se traslada a la tasa de crecimiento de la economía ya que el sector tecnológicamente atrasado estaría absorbiendo cantidades crecientes de trabajo. Además, significaría una participación creciente en el presupuesto de gasto de las familias y en el PBI en valores corrientes. Para contrarrestar estas tendencias deberían aparecer políticas públicas que compensen el atraso tecnológico relativo de la actividad turística. Estas medidas, que no implican necesariamente subsidiar a la actividad, comprenden una amplia gama que va desde los cambios impositivos en el sector, la reducción del precio de los bienes complementarios, los cambios en las características y la oferta de los bienes complementarios, la desregulación en el sector y en los sectores relacionados, la creación de infraestructura, la formación de recursos humanos, y la promoción de la actividad en el país y en el exterior, entre otras.

El aporte más novedoso de este capítulo es que ubica al turismo dentro de las actividades de servicios tecnológicamente estancadas de acuerdo a Baumol (1967), para las que se compensa su atraso relativo a través de políticas públicas resumidas en la forma de progreso técnico. En su mayoría, la literatura ha analizado los efectos de progreso técnico en sectores transables -ya sea bajo modelos de factores específicos o de proporciones factoriales (Corden y Neary, 1982)- o en sectores no transables -bajo modelos de proporciones factoriales (Komiya, 1967). Este capítulo apunta a un sector particular dentro de las actividades no transables, el turismo, cuyas particularidades lo convierten en un sector que merece especial atención. Por un lado, algunas ramas del sector encajan perfectamente dentro de las actividades caracterizadas como tecnológicamente estancadas. Por otro lado, se trata de un sector que se considera no transable de acuerdo a la visión tradicional de la teoría del comercio internacional y que se convierte en transable con el desplazamiento físico que es necesario que realicen los individuos para su consumo.

Estos temas son objeto de estudio de este capítulo que está organizado del siguiente modo. La sección V.2. caracteriza al sector turístico como no transable, que requiere el desplazamiento físico de los demandantes, y con lento crecimiento de la productividad del trabajo. La sección V.3 presenta algunos lineamientos básicos de los modelos teóricos en los que se basa el capítulo. La sección V.4 presenta el modelo teórico que refleja el progreso técnico en turismo en el marco de un modelo de factores específicos. La sección V.5 presenta las conclusiones.

productores de servicios aumentó en más de diez puntos entre la década del 80 y la década del 90: de 31 % en 1980 a 44 % en 1997.

V.2. EL TURISMO: DE ACTIVIDAD NO TRANSABLE A TRANSABLE, CON DESPLAZAMIENTO FÍSICO DE LOS DEMANDANTES Y CON LENTO CRECIMIENTO DE LA PRODUCTIVIDAD

Esta sección se ocupa de caracterizar al conjunto de actividades que forman parte del turismo. Un aspecto de importancia a destacar es que el sector turístico es difícil de definir y caracterizar debido a sus peculiaridades: el turismo puede interpretarse como un sector que produce bienes o servicios transables; como un sector que produce bienes o servicios no transables; como un sector que produce insumos, bienes o servicios intermedios que son empleados por una industria de bienes o servicios finales (transables o no transables); etc. En este contexto, el estudio de los efectos económicos de políticas relacionadas con el sector no es sencillo ya que no es posible construir un modelo general que abarque todas las dimensiones en las que el turismo se puede manifestar. Desagregando las características del sector, este capítulo trabaja con un enfoque parcial del tema. En particular, la transición de su carácter tradicional de no transable a transable con el desplazamiento físico de los demandantes, y su lento crecimiento de la productividad. En este capítulo se considera entonces un modelo en el cual el sector turismo comprende bienes finales como hoteles, restaurantes, museos, y servicios varios, entre otros -actividades tradicionalmente caracterizadas como no transables, que se convierten en transables ante la movilidad de los consumidores.¹⁷⁵ Al mismo tiempo, se trata de actividades que se destacan por tener, en principio, un lento avance en la productividad.

De acuerdo con la definición especificada, el turismo tiene ciertas características que lo distinguen de otros bienes o servicios no transables y comparte ciertas particularidades con otras actividades de servicios, entre las que pueden mencionarse las siguientes (Tirole, 1988; Moreno Jiménez y Escolano Utrilla, 1992; Cuadrado Roura y del Río Gómez, 1993; Shy, 1996):¹⁷⁶

- i) su producción es inmediata y no puede almacenarse, el turismo sólo existe cuando está siendo consumido, el producto turístico está condicionado a la presencia de los demandantes;
- ii) la producción y el consumo del turismo son simultáneos, tienen que ocurrir en el mismo lugar y en el mismo momento;
- iii) el consumo turístico debe realizarse donde exista algún atractivo o recurso turístico;

¹⁷⁵ Al igual que en el Capítulo IV, a lo largo de este capítulo se hace referencia al turismo como no transable. Sin embargo, es necesario tener en cuenta, como fue mencionado en el texto, su carácter de no transable de acuerdo a la visión tradicional, el desplazamiento físico de los demandantes que lo convierte en transable, y la endogeneidad en la determinación de su precio.

¹⁷⁶ Un análisis más detallado de estos aspectos puede consultarse en los Capítulos I y II.

iv) su producción es intensiva en mano de obra;

v) EN SU PRODUCCIÓN, ES POSIBLE DISTINGUIR ENTRE SERVICIOS A LOS CONSUMIDORES (O DE DEMANDA FINAL) Y SERVICIOS A LA PRODUCCIÓN (O DE DEMANDA INTERMEDIA);

vi) muchos servicios, en particular el turismo, dada su naturaleza intangible y por problemas de información asimétrica, se consideran “bienes de experiencia” (*experience goods*). Para los bienes así definidos (por ejemplo, la comida de un restaurante, una obra de teatro o cualquier destino turístico), el punto principal es la información. ¿Cómo aprenden los consumidores acerca de la calidad? Las compras repetidas ofrecen algún control por parte de los consumidores sobre la calidad de estos bienes.

Por su parte, dentro de las características propias del turismo comunes a las actividades de servicios, se destaca el hecho de que, en algunos casos, la productividad del sector crece menos que la del resto de los sectores de la economía. Esta es la esencia de la problemática detectada por Baumol (1967) y entre las causas que explican este fenómeno, se encuentran:

i) en una gran cantidad y variedad de servicios (actividades intensivas en mano de obra), el aumento de la oferta se da a partir de un aumento del factor trabajo que no puede ser sustituido por capital, si bien tanto el capital como la innovación y el progreso técnico pueden contribuir a mejorar la calidad de los servicios o ampliar la oferta;

ii) en otros casos, se trata de sectores en los que existe intervención del gobierno a través de concesiones y/o regulaciones (transporte aéreo, ferrocarril, telecomunicaciones, etc.);

iii) en muchos otros casos, se trata de sectores donde existen importantes atrasos tecnológicos y cierta dificultad para incorporar progreso técnico, siendo ésta la causa principal de que el aumento de la productividad sea muy lento o casi inexistente.

Si bien es cierto que existen ciertas actividades relacionadas con el turismo que pueden ser consideradas como tecnológicamente muy avanzadas (los parques temáticos de Orlando, Eurodisney, etc.), la gran mayoría se caracteriza por avances muy lentos de productividad. Ejemplos directos pueden encontrarse en las actividades vinculadas con el turismo cultural tales como el arte, la música, los museos; el turismo arqueológico, etc. Otras actividades que forman parte del turismo, como por ejemplo las actividades predominantemente de servicios personales (hoteles, restaurantes, etc.), pueden estar sujetas a mayores avances de productividad que las mencionadas anteriormente. Por ejemplo, muchos de los servicios personales de un hotel pueden ser reemplazados, al menos parcialmente, por la tecnología; sin embargo, muchos otros no. Finalmente, existen muchas otras actividades complementarias al turismo tales como las relacionadas con los medios de transporte en todas sus formas, que pueden encontrarse entre las más propicias para la incorporación de avances tecnológicos.

V.3. EL TURISMO DENTRO DE LOS MODELOS TEÓRICOS DE REFERENCIA

Dado el menor crecimiento de la productividad y el atraso tecnológico que caracteriza a algunas de las actividades de servicios que forman parte del turismo, y teniendo en cuenta las peculiaridades mencionadas del sector, esta sección introduce los dos modelos en los que se basa el marco teórico de este capítulo. Por un lado, el modelo de la enfermedad de los costos de Baumol (1967) que considera la existencia de sectores con crecimiento diferencial de la productividad. Por otro lado, los modelos de la enfermedad holandesa y de sector expansivo (Corden y Neary, 1982; Corden, 1984) que analizan cambio tecnológico en bienes transables en economías formadas por bienes transables y no transables.

Este capítulo parte del supuesto de que, para ciertas actividades del turismo, se cumplen algunas de las proposiciones relacionadas con la enfermedad de los costos de Baumol (1967). Este fenómeno resulta de la existencia de sectores con crecimiento diferencial de la productividad; en particular, se supone que hay dos tipos de actividades económicas: las tecnológicamente progresivas y las tecnológicamente estancadas o con crecimiento de la productividad lento y esporádico, que se suponen intensivas en mano de obra. Mientras que para las primeras se supone que la productividad media del trabajo es creciente a lo largo del tiempo, para las otras se supone que la productividad media del trabajo es constante. Los salarios se igualan entre sectores y crecen a la misma tasa de crecimiento que la productividad del trabajo en el sector tecnológicamente avanzado.¹⁷⁷ A partir de este conjunto de supuestos, se derivan algunas proposiciones interesantes:

- i) el costo relativo de los bienes del sector turístico, el sector tecnológicamente atrasado, crece en forma continua;
- ii) dado el incremento en el precio relativo de los bienes del sector tecnológicamente atrasado, si la demanda no es altamente inelástica a precios o si no es altamente elástica al ingreso, hay una tendencia a que los niveles de producción del sector turístico -sector no progresivo- declinen o incluso desaparezcan;

¹⁷⁷ "Economic activities can, not entirely arbitrarily, be grouped into two types: technologically progressive activities in which innovations, capital accumulation, and economies of large scale all make for a cumulative rise in output per man hour and activities which, by their very nature, permit only sporadic increases in productivity (...) Manufacturing encompasses the most obvious examples of the former type of activity. When someone purchases an air conditioner he neither knows nor cares how much labor went into it (...) On the other hand there are a number of services in which the labor is an end in itself, in which quality is judged directly in terms of amount of labor. Teaching is a clear-cut example (...) An even more extreme example is one I have offered in another context: live performance. A half hour horn quintet calls for the expenditure of $2^{1/2}$ man hours in its performance, and any attempt to increase productivity here is likely to be viewed with concern by critics and audience alike" (Baumol, 1967: 415-416).

iii) si la cantidad relativa de bienes permanece constante a lo largo del tiempo, si la cantidad total de trabajo en la economía es fija y si el crecimiento tecnológico se da solamente en los sectores productores de bienes, se espera un crecimiento de la cantidad relativa de trabajo en el sector turístico - el sector tecnológicamente estancado o atrasado.

El otro modelo teórico de referencia en el que se basa este capítulo se encuentra dentro de la literatura relacionada con los modelos de la enfermedad holandesa y de sector expansivo (Corden y Neary, 1982; Corden, 1984). El fenómeno conocido como la enfermedad holandesa se refiere a la coexistencia dentro del sector de transables de un sector que progresa, experimenta una expansión -ya sea por el descubrimiento de un recurso natural (como en el caso de Holanda o Australia) o por el desplazamiento de ciertas actividades por otras tecnológicamente más avanzadas (como en el caso de Irlanda, Japón o Suiza)- con un sector que no experimenta modificaciones. Estos modelos analizan los cambios en las estructuras productivas de las economías; en particular, la desindustrialización de la economía como consecuencia del avance tecnológico en uno de los bienes transables.¹⁷⁸ Se consideran los efectos sobre la asignación de recursos y la distribución del ingreso del crecimiento asimétrico entre sectores teniendo en cuenta la existencia de un sector de bienes no transables en un país pequeño. El rol de los no transables en el modelo se basa principalmente en que la apreciación de la moneda (aumento en el precio relativo de los no transables en relación a los transables,

$\frac{P_{NT1}}{P_{TR}}$) es uno de los mecanismos que permite el ajuste al nuevo equilibrio. Corden y Neary (1982) distinguen

dos efectos a partir del progreso técnico o cambio tecnológico. Por un lado, el incremento de la productividad en el sector que experimenta el cambio eleva el salario y absorbe fuerza de trabajo empleada en los otros sectores (el otro sector transable y el sector no transable). Bajo el supuesto de elasticidad-ingreso de los no transables igual a cero y ante la caída en sus niveles de producción, se genera un exceso de demanda del bien y el mecanismo de ajuste es la apreciación real de la moneda. Este es el denominado efecto movilidad de recursos (*resource movement effect*). Por otro lado, una parte del mayor ingreso generado a partir de la expansión se gasta en bienes no transables y -bajo el supuesto de que la oferta de no transables está fija- se origina un exceso de demanda adicional del bien que implica entonces un aumento adicional en su precio, un aumento adicional del salario y una nueva reasignación de la fuerza laboral entre sectores. Este es el denominado efecto gasto (*spending effect*).

El aspecto novedoso de este capítulo es que las actividades tecnológicamente estancadas o de lento avance a las que hace referencia Baumol (1967) están representadas por diferentes actividades relacionadas con el turismo. A su vez, estas actividades representan los bienes no transables del modelo de Corden y Neary (1982). Cuando se tiene en cuenta el desplazamiento físico de los demandantes, estos bienes se convierten en transables, aunque debe tenerse en cuenta que su precio se determina endógenamente en el modelo a pesar de

¹⁷⁸ En general, se define desindustrialización como el fenómeno que experimentan las economías cuando, a medida que pasa el tiempo, la participación del sector manufacturero en el empleo es cada vez menor. A pesar de que existen definiciones alternativas de desindustrialización, esta es la definición que se considera en este capítulo.

tratarse de un país pequeño. En la tradición de los modelos de la enfermedad holandesa y de sector expansivo -donde los no transables tienen un rol importante y bajo ciertas características tecnológicas de este tipo de bienes-, este capítulo analiza un escenario de políticas que generan progreso técnico en turismo. A diferencia del modelo tradicional, se trata de un sector tecnológicamente estancado, de carácter no transable de acuerdo a la visión tradicional de la teoría del comercio internacional y que, como fue mencionado, se convierte en transable con el desplazamiento físico de los consumidores. No sólo el cambio tecnológico en turismo contribuye a atenuar la brecha entre los diferenciales de productividad entre sectores, sino que también es importante analizar sus efectos por dos motivos. En primer lugar, como se mencionó anteriormente, analizar las estructuras productivas de las economías y sus cambios a través del tiempo puede ser interesante; en particular, las transformaciones que se han producido en algunas economías a partir de la implementación de políticas públicas generadoras o facilitadoras de avance tecnológico. En segundo lugar, la existencia de un amplio espacio -a nivel nacional, provincial y/o municipal- para instrumentar este tipo de políticas también motiva este análisis. Los cambios impositivos en el sector, la reducción del precio de los bienes complementarios, los cambios en las características y la oferta de los bienes complementarios, la desregulación en el sector y en los sectores relacionados, la creación de infraestructura, la formación de recursos humanos, la promoción de la actividad en el país y en el exterior, etc. se encuentran entre las políticas que pueden facilitar el cambio tecnológico en turismo. Se trata de medidas que, entre otras, son efectivas para reducir el precio relativo de los servicios con el fin de evitar que el sector turístico tienda a desaparecer generando problemas de empleo o eliminando vías alternativas para mitigar el problema del desempleo.

V.4. PROGRESO TÉCNICO EN TURISMO EN UN MODELO DE FACTORES ESPECÍFICOS

Se considera un modelo de equilibrio general que incluye algunos aspectos peculiares del sector turístico. Como fue mencionado anteriormente, se trata al turismo como un sector productor de bienes o servicios no transables que es demandado tanto por los consumidores locales como por los consumidores del resto del mundo, lo que lo convierte en transable, a pesar de que su precio se determina endógenamente. La estructura del modelo es la siguiente. Se trata de una economía pequeña abierta que produce dos bienes que son comerciados a precios exógenamente dados: un exportable X y un importable Y; y un bien no transable (turismo, q_{NT1}) cuyo precio se ajusta para igualar la oferta doméstica y la demanda doméstica e internacional. Siguiendo a Jones (1965, 1971), se supone que cada uno de los tres sectores utiliza un factor específico (capital) y un factor que es perfectamente móvil entre sectores (trabajo).

V.4.1. EL MODELO

Condiciones de equilibrio

Existen tres tipos de condiciones de equilibrio en el modelo. En primer lugar, se encuentran las restricciones de recursos. Se supone que el trabajo y el stock de capital específico de cada sector están plenamente empleados

$$(1) \quad \sum_{i=q_{NT1}, X, Y} a_{Li} X_i = L$$

$$(2) \quad a_{Ki} X_i = K_i$$

donde X_i es el nivel de producción de cada sector i ($i = q_{NT1}, X, Y$); L es la dotación total de trabajo de la economía; K_i es el stock de capital específico de cada sector i ($i = q_{NT1}, X, Y$); y a_{li} es la cantidad del factor l ($l = l, k$) utilizada por unidad de producto en el sector i ($i = q_{NT1}, X, Y$) que, por el lema de Shephard, es la derivada de la función de costos unitaria i con respecto al precio del factor l .

En segundo lugar, se tienen las condiciones de cero beneficio que caracterizan a una economía competitiva

$$(3) \quad a_{Li} w + a_{Ki} r_{Ki} = p_i \quad i = q_{NT1}, X, Y$$

donde w es la remuneración del trabajo; r_{Ki} es la remuneración del capital en el sector i ($i = q_{NT1}, X, Y$); y p_i es el precio del bien del sector i ($i = q_{NT1}, X, Y$).

Finalmente, se tiene la condición de equilibrio en el mercado del turismo. La demanda de turismo depende del ingreso, del precio del turismo y de los precios de los bienes transables (que están fijos). La oferta de turismo depende del salario real que enfrentan los empresarios del sector

$$(4) \quad c_{NT1}(y, p_{NT1}) = q_{NT1}\left(\frac{w}{p_{NT1}}\right)$$

donde c_{NT1} es la demanda de turismo; q_{NT1} es la oferta de turismo; y es el ingreso real; p_{NT1} es el precio del turismo; y $\left(\frac{w}{p_{NT1}}\right)$ es el salario real en términos de turismo.

V.4.2. EL MODELO CON PROGRESO TÉCNICO EN TURISMO

Condiciones de equilibrio

A continuación se presentan las condiciones de equilibrio del modelo cuando se incorpora el progreso técnico en turismo que se supone neutral a la Hicks.¹⁷⁹

Se supone que el único cambio en el ingreso real se debe al progreso técnico en el sector turístico

$$(5) \quad \hat{y} = \theta_{NT1}\pi$$

¹⁷⁹ En este capítulo se considera un progreso técnico neutral a la Hicks dado que se trata del caso más simple de cambio tecnológico y a partir del cual se obtienen algunos resultados que pueden servir como punto de partida para el análisis de casos más complejos.

donde \hat{y} es el cambio en el ingreso real; θ_{NT1} es la participación del sector turístico en el ingreso nacional; y π es una medida hicksiana del progreso técnico que mide el incremento proporcional en el producto del sector turístico manteniendo constante los niveles de empleo de todos los factores en el sector.

Las restricciones de recursos –ecuaciones (1) y (2)- no se modifican. Tampoco se modifican las condiciones de cero beneficio. Finalmente, con el progreso técnico, la condición de equilibrio en el mercado de turismo se convierte en

$$(6) \quad c_{NT1}(y, p_{NT1}) = q_{NT1}\left(\frac{w}{p_{NT1}}, t\right)$$

donde t representa la tecnología.

Resolución del modelo

A continuación se presenta el desarrollo algebraico que permite simplificar el sistema y encontrar los efectos del progreso técnico en turismo sobre los precios de los bienes turísticos y las remuneraciones de los factores.

1. De las restricciones de recursos y las condiciones de costos medios a la relación entre la variación en el precio del turismo y la variación en la remuneración del trabajo

Relación entre la variación en el precio de los bienes (transables y no transables) y la variación en la remuneración de los factores

Diferenciando totalmente las ecuaciones de costos medios unitarios (3) para $i = X, Y$; completando tasas de cambio; y utilizando las condiciones de minimización de costos, se obtienen las ecuaciones que relacionan la variación en el precio de los factores con la variación en el precio de los bienes (por ser una economía pequeña y abierta, p_X y p_Y están fijos y, por lo tanto, \hat{p}_X y \hat{p}_Y se igualan a cero)

$$(7) \quad \theta_{LX} \hat{w} + \theta_{KX} \hat{r}_{KX} = 0$$

$$(8) \quad \theta_{LY} \hat{w} + \theta_{KY} \hat{r}_{KY} = 0$$

donde $\theta_{li} = \frac{a_{liw}}{p_i}$ es la participación del factor l ($l = L, K$) en el valor del producto del sector i ($i = X, Y$).

Para el bien turismo, diferenciando totalmente la ecuación de costos medios unitarios (3) y completando tasas de cambio, se obtiene

$$(9) \quad \theta_{LNT1} \hat{w} + \theta_{KNT1} \hat{r}_{KNT1} + (\theta_{LNT1} \hat{a}_{LNT1} + \theta_{KNT1} \hat{a}_{KNT1}) = \hat{p}_{NT1}$$

donde $\theta_{li} = \frac{a_{liw}}{p_i}$ es la participación del factor l ($l = L, K$) en el valor del producto del sector i ($i = q_{NT1}$).

Teniendo en cuenta que $\hat{a}_{LNT1} = \left(\hat{c}_{LNT1} - \hat{b}_{LNT1} \right)$ y $\hat{a}_{KNT1} = \left(\hat{c}_{KNT1} - \hat{b}_{KNT1} \right)$, donde \hat{c}_{INT1} es el cambio relativo en el requerimiento del factor l ($l = L, K$) por unidad de producción del sector turismo (q_{NT1}) como consecuencia de un cambio en los precios de los factores (tecnología dada) y \hat{b}_{INT1} es el cambio relativo en el requerimiento del factor l ($l = L, K$) por unidad de producción del sector turismo (q_{NT1}) como consecuencia del progreso técnico (precios de los factores dados); y utilizando las condiciones de minimización de costos, se obtiene

$$(\theta_{LNT1} \hat{b}_{LNT1} + \theta_{KNT1} \hat{b}_{KNT1}) = (-\pi)$$

donde π es la medida del progreso técnico. Es así como la expresión (9) puede escribirse

$$(10) \quad \theta_{LNT1} \hat{w} + \theta_{KNT1} \hat{r}_{KNT1} - \pi = \hat{p}_{NT1}$$

Relación entre las remuneraciones de los factores

De la ecuación (2), el nivel de producción de cada sector i ($i = q_{NT1}, X, Y$) se puede escribir

$$(2') \quad X_i = \frac{K_i}{a_{Ki}} \quad i = q_{NT1}, X, Y$$

Reemplazando (2') en (1) para cada uno de los sectores i ($i = q_{NT1}, X, Y$), diferenciando totalmente y completando tasas de cambio, se obtiene

$$(11) \quad \lambda_{LNT1} \left(\hat{a}_{LNT1} - \hat{a}_{KNT1} \right) + \lambda_{LX} \left(\hat{a}_{LX} - \hat{a}_{KX} \right) + \lambda_{LY} \left(\hat{a}_{LY} - \hat{a}_{KY} \right) = 0$$

donde $\lambda_{Li} = \frac{a_{Li}K_i}{a_{Ki}L}$ es la participación del factor trabajo L utilizado en el sector i ($i = q_{NT1}, X, Y$) en relación a la participación del factor K_i ($i = q_{NT1}, X, Y$).

Partiendo de las definiciones de elasticidad de sustitución entre L y K para los tres sectores i ($i = q_{NT1}, X, Y$)

$$(12) \quad \sigma_i = - \frac{\left(\hat{a}_{Li} - \hat{a}_{Ki} \right)}{\left(\hat{w} - \hat{r}_{Ki} \right)} \quad i = q_{NT1}, X, Y$$

la ecuación (11) puede expresarse como

$$(13) \quad -\lambda_{LNT1} \sigma_{NT1} \left(\hat{w} - \hat{r}_{KNT1} \right) - \lambda_{LX} \sigma_X \left(\hat{w} - \hat{r}_{KX} \right) - \lambda_{LY} \sigma_Y \left(\hat{w} - \hat{r}_{KY} \right) = 0$$

Remuneración del capital específico de cada sector

Luego, se obtiene una expresión para la remuneración del capital específico de cada sector a partir de las ecuaciones (7), (8) y (10)

$$(14) \quad \hat{r}_{Ki} = - \frac{\theta_{Li}}{\theta_{Ki}} \hat{w} \quad i = X, Y$$

$$(15) \quad \hat{r}_{KNT1} = \frac{1}{\theta_{KNT1}} \left(\hat{p}_{NT1} - \theta_{LNT1} \hat{w} + \pi \right)$$

Relación entre la variación en el precio del bien turismo y la variación en la remuneración del trabajo

Reemplazando (14) y (15) en (13), se obtiene

$$(16) \quad -\lambda_{LNT1}\sigma_{NT1}\left[\hat{w}-\left(\frac{1}{\theta_{KNT1}}\left(\hat{p}_{NT1}-\theta_{LNT1}\hat{w}+\pi\right)\right)\right]-\lambda_{LX}\sigma_X\left[\hat{w}-\left(-\frac{\theta_{LX}}{\theta_{KX}}\hat{w}\right)\right]-\lambda_{LY}\sigma_Y\left[\hat{w}-\left(-\frac{\theta_{LY}}{\theta_{KY}}\hat{w}\right)\right]=0$$

Despejando \hat{w} se encuentra una relación entre la variación del salario (\hat{w}) y la variación en el precio del turismo (\hat{p}_{NT1}) que considera los efectos del progreso técnico

$$(17) \quad \hat{w} = \frac{1}{\Omega} \left(\frac{\lambda_{LNT1}\sigma_{NT1}}{\theta_{KNT1}} \left(\hat{p}_{NT1} + \pi \right) \right)$$

donde $\xi_{NT1} = \frac{1}{\Omega} \left(\frac{\lambda_{LNT1}\sigma_{NT1}}{\theta_{KNT1}} \right)$ es la contribución proporcional del sector turismo a Ω , siendo Ω la

elasticidad de la demanda agregada de trabajo con respecto al salario $\Omega = \sum_{i=q_{NT1}, X, Y} \frac{\lambda_{Li}\sigma_i}{\theta_{Ki}}$.

2. Del mercado de turismo a la relación entre la variación en el precio del bien turismo y la variación en la remuneración del trabajo

Diferenciando totalmente el lado izquierdo de (6) y completando tasas de cambio, se obtiene

$$(18) \quad \hat{c}_{NT1} = \eta\hat{y} - \varepsilon_{NT1}\hat{p}_{NT1}$$

donde η es la elasticidad-ingreso de la demanda de turismo, \hat{y} es el cambio en el ingreso real, y ε_{NT1} es la elasticidad-precio de la demanda de turismo. Dado (5), la expresión (18) puede escribirse

$$(19) \quad \hat{c}_{NT1} = \eta\theta_{NT1}\pi - \varepsilon_{NT1}\hat{p}_{NT1}$$

Luego, diferenciando totalmente el lado derecho de (6) y completando tasas de cambio, se obtiene

$$(20) \quad \hat{q}_{NT1} = \phi_{NT1} \left(\hat{p}_{NT1} - \hat{w} \right) + \varepsilon_t \pi$$

donde ϕ_{NT1} es la elasticidad-precio de la oferta de turismo y ε_t es la elasticidad de la oferta con respecto a la tecnología. Luego, igualando (19) y (20), se obtiene una relación entre la variación del salario (\hat{w}) y la variación en el precio del turismo (\hat{p}_{NT1})

$$(21) \quad -\phi_{NT1} \hat{w} + (\phi_{NT1} + \varepsilon_{NT1}) \hat{p}_{NT1} = \eta \theta_{NT1} \pi - \varepsilon_t \pi$$

donde $(\phi_{NT1} + \varepsilon_{NT1})$ es la elasticidad compensada del exceso de oferta de servicios a una tasa salarial dada.

3. El sistema

El sistema de ecuaciones a resolver para ver los efectos del progreso técnico sobre la variación del salario (\hat{w}) y la variación del precio del turismo (\hat{p}_{NT1}) se resume en las ecuaciones (17) y (21) que, en forma matricial, puede expresarse

$$(22) \quad \begin{pmatrix} 1 & -\xi_{NT1} \\ -\phi_{NT1} & (\phi_{NT1} + \varepsilon_{NT1}) \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \hat{w} \\ \hat{p}_{NT1} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} \xi_{NT1} \pi \\ (\eta \theta_{NT1} - \varepsilon_t) \pi \end{pmatrix}$$

El determinante del sistema es positivo

$$(23) \quad \Delta = [(\phi_{NT1} + \varepsilon_{NT1}) - \phi_{NT1}\xi_{NT1}] = [\phi_{NT1}(1 - \xi_{NT1}) + \varepsilon_{NT1}] > 0$$

A continuación se resuelve para la variación en la remuneración del trabajo (\hat{w}) y la variación en el precio del turismo (\hat{p}_{NT1})

$$(24) \quad \hat{w} = \frac{1}{\Delta} \{ \xi_{NT1}\pi(\phi_{NT1} + \varepsilon_{NT1}) + (\eta\theta_{NT1} - \varepsilon_t)\pi\xi_{NT1} \} = \frac{\xi_{NT1}\pi}{\Delta} (\phi_{NT1} + \varepsilon_{NT1} + \eta\theta_{NT1} - \varepsilon_t)$$

$$(25) \quad \hat{p}_{NT1} = \frac{1}{\Delta} \{ (\eta\theta_{NT1} - \varepsilon_t)\pi + \phi_{NT1}\xi_{NT1}\pi \} = \frac{\pi}{\Delta} (\eta\theta_{NT1} - \varepsilon_t + \phi_{NT1}\xi_{NT1})$$

Puede demostrarse que la variación en la remuneración del trabajo es positiva ($\hat{w} > 0$) y que la variación en el precio del turismo es negativa ($\hat{p}_{NT1} < 0$) si $(\phi_{NT1} + \varepsilon_{NT1} + \eta\theta_{NT1} - \varepsilon_t) > 0$ y $(\eta\theta_{NT1} - \varepsilon_t + \phi_{NT1}\xi_{NT1}) < 0$. A su vez, estas desigualdades implican que $(\phi_{NT1} + \varepsilon_{NT1} + \eta\theta_{NT1}) > \varepsilon_t$ y $\frac{1}{(\eta\theta_{NT1} + \phi_{NT1}\xi_{NT1})} > \frac{1}{\varepsilon_t}$, respectivamente. Multiplicando miembro a miembro, se obtiene

$$(26) \quad \frac{\phi_{NT1} + \varepsilon_{NT1} + \eta\theta_{NT1}}{\phi_{NT1}\xi_{NT1} + \eta\theta_{NT1}} > 1$$

que implica que

$$(27) \quad [\phi_{NT1}(1 - \xi_{NT1}) + \varepsilon_{NT1}] > 0$$

Notar que la expresión (27) es el valor del determinante (ecuación (23)) del sistema de ecuaciones representado por (22).

Estos resultados muestran que el cambio tecnológico en turismo aumenta el salario y disminuye el precio del turismo. Dado que se trata de una economía pequeña donde los precios de los bienes transables tradicionales están fijos (en este caso, p_X y p_Y), el progreso técnico en turismo es efectivo para reducir su precio relativo. Es decir, la implementación de las políticas generadoras o facilitadoras del avance tecnológico en el sector evitan el crecimiento continuado en el costo relativo de la provisión de turismo y tienen éxito en contrarrestar la desaparición del sector o el deterioro en la calidad de sus servicios, o bien evitan el estancamiento de la economía consecuencia de la reasignación de recursos al sector tecnológicamente atrasado.

V.4.3. LOS EFECTOS DEL PROGRESO TÉCNICO EN TURISMO

Esta sección describe brevemente la caracterización de los efectos que se dan a partir de un cambio tecnológico positivo en turismo. En general, como fue mencionado, en los modelos de la enfermedad holandesa y de sector expansivo (Corden y Neary, 1982; Corden, 1984) se distinguen dos efectos principales a partir del shock tecnológico:

- i) efecto movimiento de recursos (*resource movement effect*);
- ii) efecto gasto (*spending effect*).

Efecto movimiento de recursos

Efecto movimiento de recursos con precio relativo del turismo constante

En primer lugar, se analiza el efecto movimiento de recursos manteniendo constante el precio relativo del turismo ($\frac{P_{NT1}}{P_{TR}}$) y suponiendo que la elasticidad-ingreso de la demanda de turismo es cero, de modo de anular el efecto gasto.

La Figura 1 representa el equilibrio del mercado de trabajo en el modelo de factores específicos de tres bienes. L_X es la curva de valor de la productividad marginal del trabajo del sector X; L_{TR} es la curva de valor de la productividad marginal del trabajo de los sectores transables ($L_X + L_Y$); L_{NT1} es la curva de valor de la productividad marginal del trabajo del turismo. El equilibrio inicial se da en el punto A donde se igualan las productividades marginales de los sectores transables (L_{TR}) y del turismo (L_{NT1}) a una tasa salarial w_0 . El progreso técnico en turismo incrementa la productividad y desplaza la curva de demanda de trabajo en el sector hacia arriba en proporción al progreso técnico. Luego del shock, por lo tanto, la curva L_{NT1} se desplaza hacia arriba hasta L_{NT1}' y se obtiene un nuevo equilibrio en un punto como B. Este movimiento lleva -a precios relativos del turismo constantes- a un aumento en el salario (de w_0 a w_1) desplazando la fuerza de trabajo de los sectores transables al sector turismo. La caída en el empleo en los sectores transables (por ejemplo, en el sector X, de L_x a L_x') se traduce en una caída en los niveles de producción, lo que se define como desindustrialización directa. La Figura 2 representa la frontera de posibilidades de producción entre bienes transables y no transables (turismo) de la economía (curva FPP). El equilibrio inicial se da en el punto a donde la frontera de posibilidades de producción es tangente a la curva de indiferencia más alta a la que la economía puede acceder a la relación de precios de los bienes dada por $\left(\frac{P_{NT1}}{P_{TR}}\right)_0$. El cambio tecnológico en

turismo desplaza la frontera de posibilidades de producción entre transables y turismo en forma sesgada hacia la producción de turismo (de FPP a FPP').¹⁸⁰ Manteniendo el precio relativo del turismo constante, aumenta la producción de turismo y cae la producción de transables (desplazamiento del punto de producción a al punto b , situado a la izquierda de a). Bajo el supuesto de elasticidad-ingreso de la demanda de turismo igual a cero (para eliminar el efecto gasto), el punto de consumo j se sitúa verticalmente sobre a (la curva de ingreso-consumo es una línea vertical que pasa por a y por j) y el efecto neto resultante es un exceso de oferta de turismo (jb) a los precios relativos iniciales.

Efecto movimiento de recursos con ajuste del precio relativo del turismo

El exceso de oferta de turismo da lugar a una caída en su precio relativo para restablecer el equilibrio. Sin embargo, a medida que cae el precio, aumenta la cantidad demandada y disminuye la producción. Esta caída en los niveles de producción contrarresta el efecto inicial del efecto movimiento de recursos (aumento del nivel de producción) a pesar de que el aumento en la producción del sector turismo inicial no puede ser revertido (en la Figura 2, el punto de equilibrio final consecuencia de este efecto se encuentra entre el punto b y el punto j). La caída en el precio relativo $\left(\frac{P_{NT1}}{P_{TR}}\right)$ contrae la curva de demanda de trabajo en turismo

¹⁸⁰ Se supone que los bienes transables son internamente homogéneos y por lo tanto pueden ser considerados como un sólo bien (regla hicksiana).

(L_{NT1}' se desplaza hacia L_{NT1}'' en la Figura 1 y el equilibrio se obtiene en un punto como B'), se incrementa la cantidad de trabajadores en los sectores transables y esto da lugar a un efecto proindustrialización indirecto.¹⁸¹

Efecto gasto

El análisis del efecto gasto puede realizarse bajo dos escenarios distintos. Por un lado, teniendo en cuenta que el nivel de producción del turismo se mantiene fijo; y, por otro lado, teniendo en cuenta que el turismo es el sector donde se produce el progreso técnico (y, por lo tanto, existen efectos sobre los niveles de producción de este sector). Para evitar indeterminaciones y obtener algunos resultados simplificadores, en este capítulo se supone que domina el efecto gasto que genera modificaciones en los niveles de producción del sector y este efecto se describe a continuación.

En la Figura 2, el cambio desplaza la frontera de posibilidades de producción hacia afuera y la producción se sitúa en un punto como h -horizontal con respecto a a . Bajo el supuesto de que el turismo es un bien normal, el aumento en la demanda de turismo a que da lugar el mayor ingreso generado por el cambio tecnológico sitúa el punto de consumo en c sobre la línea de ingreso-consumo O_n . Estos efectos generan un exceso de oferta de turismo (ch) y para restaurar el equilibrio, es necesario una caída en su precio relativo. El punto de equilibrio final se encuentra en algún punto entre c y h , con un nivel de producción del sector turístico mayor que el inicial y también con un aumento en los niveles de producción del sector transable (con respecto al punto inicial a). Por su parte, en la Figura 1 y partiendo del punto B' –que surge de analizar el efecto movimiento de recursos (con ajuste del precio relativo del turismo) consecuencia del progreso técnico en turismo- la caída en el precio relativo del turismo hace que la curva de demanda de trabajo en turismo se desplace de L_{NT1}'' a L_{NT1}''' (con el equilibrio final en el punto C).¹⁸²

Efecto total

En síntesis, los resultados derivados de los efectos en conjunto del progreso técnico en turismo, y teniendo en cuenta los supuestos adoptados, son los siguientes:

¹⁸¹ El efecto es indirecto porque se da a partir de un movimiento (en este caso, disminución) del precio relativo del turismo.

¹⁸² Para analizar el efecto gasto manteniendo fija la producción de turismo, se supone que el progreso técnico desplaza la frontera de posibilidades de producción hacia afuera en la Figura 2 y que el punto de producción se sitúa en un punto como j (verticalmente por encima del punto a). Si el turismo es un bien normal, el aumento en la demanda de turismo a que da lugar el mayor ingreso generado por el cambio tecnológico sitúa el punto de consumo en c sobre la línea de ingreso-consumo O_n . Luego, se genera un exceso de demanda de turismo (cj) y para restaurar el equilibrio es necesario un aumento en el precio relativo del turismo.

- i) una caída en el precio relativo del turismo ($\frac{P_{NT1}}{P_{TR}}$);
- ii) un aumento en la producción del sector turístico si el efecto de la caída en el precio relativo del turismo ($\frac{P_{NT1}}{P_{TR}}$) por ambos efectos no supera al efecto de movimiento de recursos con precios relativos constantes (en la Figura 1, que el punto de equilibrio final C no se encuentre por debajo del punto A; y en la Figura 2, que el punto de equilibrio final se encuentre entre *j* y *b*); y
- iii) un proceso de desindustrialización directo y proindustrialización indirecto en el sector X.

Con respecto a la remuneración de los factores productivos, ambos efectos conducen a un aumento en el salario real en términos del turismo ($\frac{W}{P_{NT1}}$) y en términos de bienes transables ($\frac{W}{P_{TR}}$). Bajo condiciones normales, la remuneración real del factor específico del sector turístico aumenta y cae la de los otros dos factores específicos.

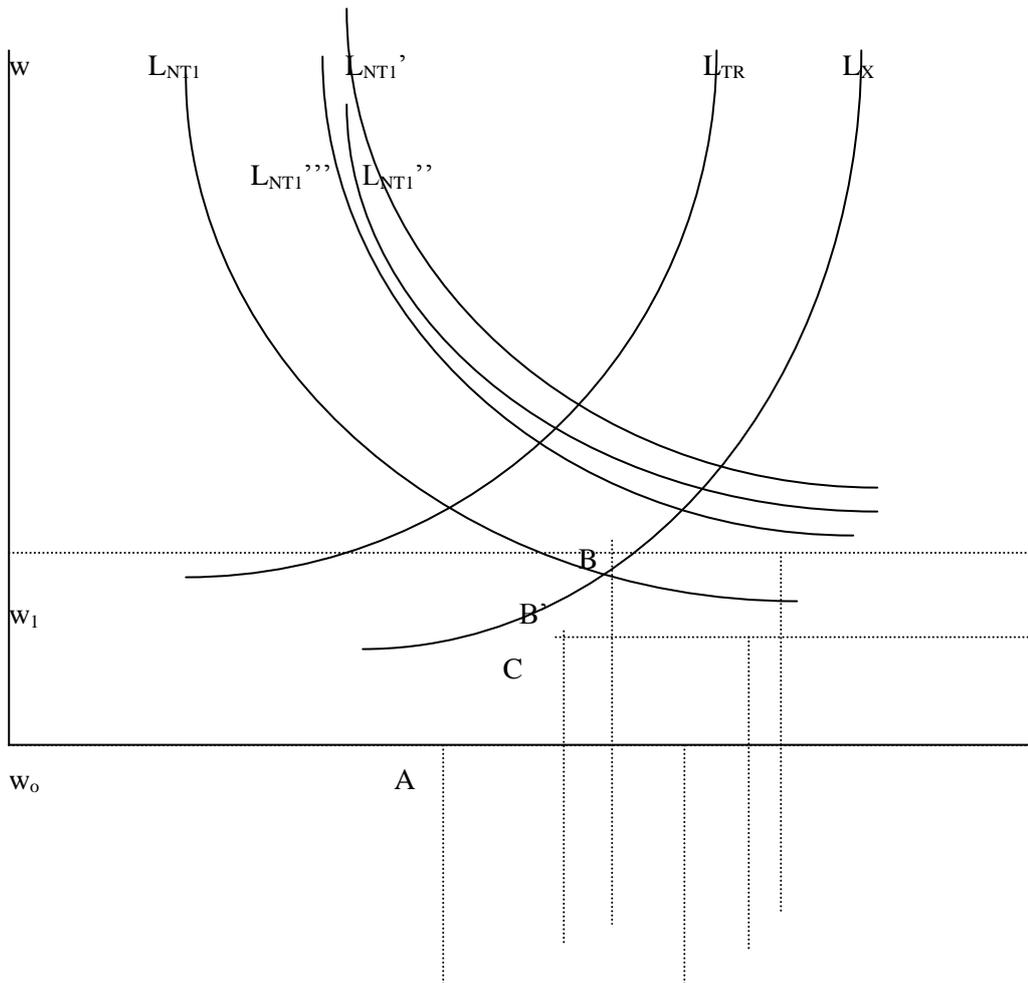
V.4.4. UNA COMPARACIÓN ENTRE EL PROGRESO TÉCNICO EN TURISMO Y EL PROGRESO TÉCNICO EN BIENES TRANSABLES TRADICIONALES

El análisis anterior se refiere a los efectos económicos de un avance tecnológico en el sector turístico que, bajo ciertas condiciones, se ha demostrado que aumenta la producción de turismo y disminuye la producción de los bienes transables. El escenario que se analiza resume la implementación de diversas políticas que son consideradas como generadoras de cambios en el sector y que tienen implicancias en términos de reorganización de las estructuras productivas de las economías. Es así como puede adjudicarse la mayor participación del sector servicios en las estructuras productivas de las economías a políticas públicas resumidas en la forma de progreso técnico.

Finalmente, puede ser interesante comparar los efectos -sobre los niveles de producción de los otros bienes y sobre los diferenciales de productividad entre sectores- de un progreso técnico en turismo (no transable) y un progreso técnico en un transable. El avance tecnológico en turismo contrarresta o elimina los efectos del diferencial de productividad con los sectores transables y este fenómeno, en cierta forma, compensa el

proceso de desindustrialización que se genera en la economía.¹⁸³ El progreso técnico en uno de los sectores transables (por ejemplo, el sector X) traslada la curva de demanda de trabajo hacia arriba y aumenta la demanda de trabajo en el sector a una tasa salarial dada originando una reasignación del trabajo hacia el sector en expansión y una reducción en los niveles de producción de los otros sectores -el otro transable y el no transable- (efecto movimiento de recursos). El efecto gasto aumenta la demanda de no transables. En conjunto, ambos efectos tienden a generar un aumento en el precio relativo del bien no transable, una caída en el nivel de producción del otro sector transable (desindustrialización) y un efecto ambiguo sobre los niveles de producción de los bienes no transables (turismo). Resumiendo, el progreso técnico en uno de los bienes transables (X) incrementa las diferencias de productividad entre sectores, con efectos directos e indirectos sobre la desindustrialización -a diferencia del progreso técnico en turismo que, como se demostró anteriormente, disminuye el diferencial de productividad entre sectores con efectos desindustrialización directo y proindustrialización indirecto.

183 Como se explicó anteriormente, el progreso técnico en turismo genera un efecto desindustrialización directo y un efecto proindustrialización indirecto.



$L_N \rightarrow$ (L_N, L_{TR}) (L_N''', L_{TR}''') (L_N', L_{TR}') L_X L_X'''' $L_X' \leftarrow$ L_T, L_X

Figura 1
Mercado de trabajo

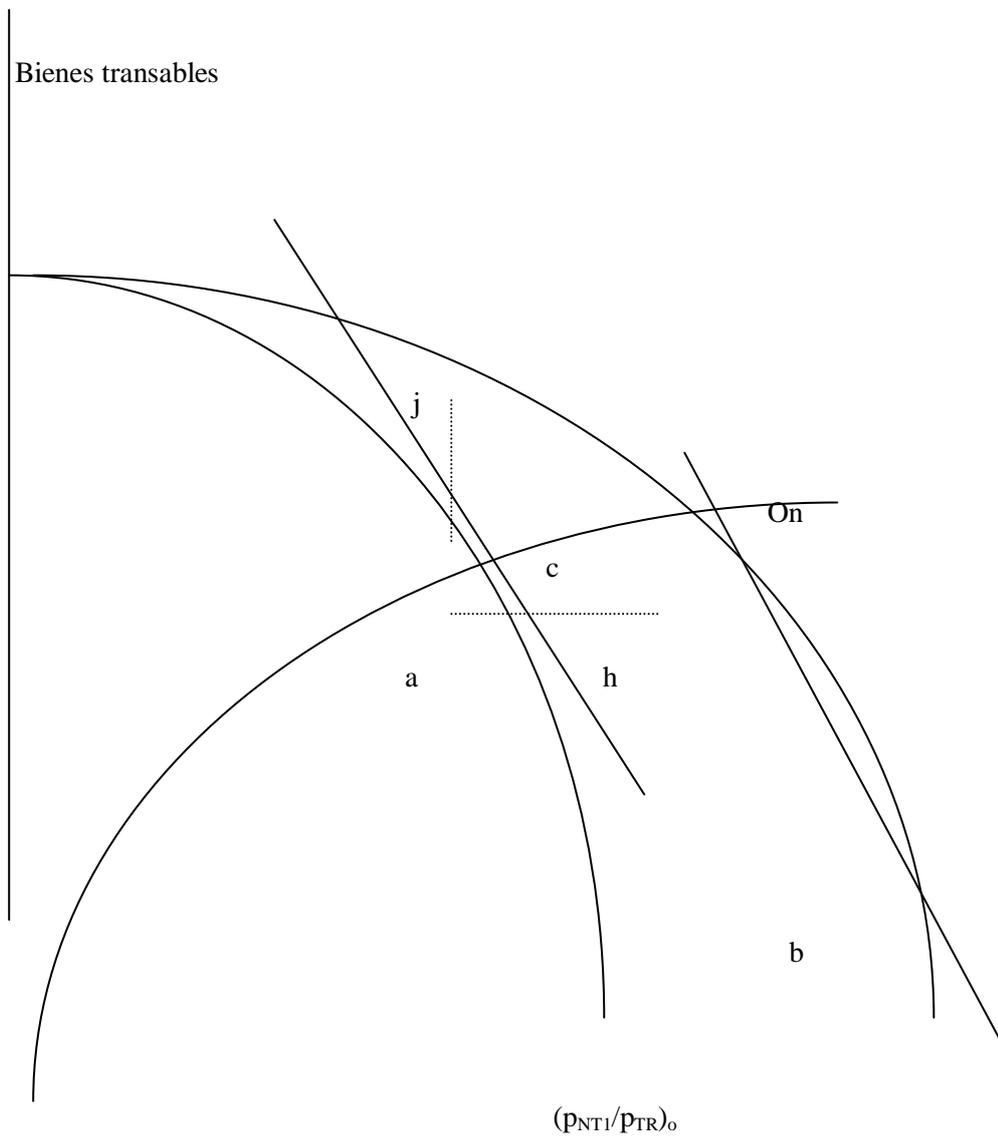




Figura 2

Frontera de posibilidades de producción

V.5. CONCLUSIONES

Este capítulo realiza un ejercicio teórico que analiza los efectos de la implementación de políticas públicas generadoras o facilitadoras de cambios tecnológicos en turismo. Tres cuestiones principales necesitan una clara definición para comprender el objetivo de este capítulo y poder obtener, dentro de las limitaciones propuestas por el marco teórico, algunas conclusiones relevantes para la política económica. ¿Cómo se define al turismo? ¿Qué se entiende por políticas públicas generadoras o facilitadoras de avances tecnológicos? ¿Por qué es relevante estudiar la implementación de este tipo de políticas?

Debido a que el turismo presenta ciertas particularidades que lo distinguen del resto de los sectores de la economía, tanto su caracterización como el estudio de los efectos de las políticas relacionadas con el sector no son una tarea sencilla. En este capítulo se considera al turismo como un conjunto de bienes finales no transables tales como hoteles, restaurantes, servicios varios, etc. Estos bienes se convierten en transables al ser demandados tanto por los consumidores locales como por los consumidores del resto del mundo -que se desplazan físicamente para realizar su consumo- a pesar de que su precio se determina endógenamente en el modelo. Además, se supone que estas actividades se caracterizan por tener, en principio, un lento avance en la productividad, a la manera de los sectores tecnológicamente más rezagados de Baumol (1967). Los efectos de los cambios tecnológicos son analizados con un modelo de factores específicos en la tradición de los modelos de la enfermedad holandesa y de sector expansivo (Corden y Neary, 1984; Corden, 1982), con dos bienes transables (cuyos precios están dados) y un bien no transable (turismo) cuyo precio se ajusta para igualar la oferta doméstica y la demanda doméstica e internacional.

La definición de las políticas públicas generadoras o facilitadoras de avances tecnológicos también merecen una mención especial. Jones (1965) demuestra que determinadas políticas de impuestos y subsidios en un sector tienen los mismos efectos económicos que un avance tecnológico. En base a esto, este capítulo realiza un ejercicio teórico que adopta una definición de progreso técnico que debe interpretarse en forma amplia. Es decir, se consideran políticas generadoras o facilitadoras de avance tecnológico, entre otras, a los cambios impositivos en el sector, la reducción del precio de los bienes complementarios, los cambios en las características y la oferta de los bienes complementarios, la desregulación en el sector y en los sectores relacionados, la creación de infraestructura, la formación de recursos humanos, y la promoción de la actividad en el país y en el exterior.

Algunas de las conclusiones del modelo pueden resultar de utilidad para obtener ciertos lineamientos para la definición e implementación de políticas públicas:

- i) el atraso tecnológico relativo en turismo puede ser compensado con políticas públicas que contribuyan a disminuir su precio relativo y evitar que su participación en el PBI real sea decreciente en el tiempo;
- ii) si las características de la demanda (baja elasticidad-precio y/o alta elasticidad-ingreso) hacen que lo anterior no sea una preocupación, las políticas públicas pueden ser de utilidad en evitar el

estancamiento de la economía consecuencia de la reasignación de la fuerza laboral al sector tecnológicamente atrasado;

iii) si bien el modelo teórico es uno de pleno empleo, los resultados que se obtienen pueden aplicarse en un contexto de desempleo donde las políticas públicas buscarían evitar, en el extremo, la desaparición del turismo, una actividad intensiva en mano de obra y una de las principales generadoras de empleo en el mundo.

REFERENCIAS

- Baumol, W.J. 1967. "Macroeconomics of unbalanced growth: the anatomy of urban crisis." *American Economic Review* Vol. 57, N° 3: 415-426.
- Copeland, B. 1991. "Tourism, welfare and de-industrialization in a small open economy." *Economica* 58: 515-529.
- Corden, W.M. y J.P. Neary. 1982. "Booming sector and de-industrialisation in a small open economy." *Economic Journal* 92: 825-848.
- Corden, W.M. 1984. "Booming sector and Dutch disease economics: surveys and consolidation." *Oxford Economic Papers* 36: 359-380.
- Cuadrado Roura, J.R. y C. del Río Gómez. 1993. *Los servicios en España*. Ediciones Pirámide. Madrid.
- Jones, R. W. 1965. "The structure of simple equilibrium models". *Journal of Political Economy* 73: 557-572.
- Jones, R.W. 1971. "A three-factor model in theory, trade and history." En Bhagwati (editor). 1971. *Trade, balance of payments and growth: essays in honor of Charles Kindleberger*. Amsterdam.
- Komiya, R. 1967. "Non-traded goods and the pure theory of international trade." *International Economic Review* Vol. 8, N° 2: 132-152.**
- Moreno Jiménez, A. y S. Escolano Utrilla. 1992. *Los servicios y el territorio*. Editorial Síntesis. Madrid.
- Shy, O. 1996. *Industrial Organization*. Theory and applications. The MIT Press. Cambridge. Massachussets.
- Tirole. 1988. *The theory of industrial organization*. The MIT Press. Cambridge. Massachussets.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES

La economía del turismo es una rama incipiente de investigación dentro de la economía. A su vez, dentro de la teoría del comercio internacional, no existe un espacio de investigación que haya introducido aspectos relacionados con esta temática. Hasta el momento, la literatura en comercio internacional no se ha dedicado a la explicación de los flujos de turismo entre países. Desde sus inicios y por largo tiempo, la teoría del comercio internacional estuvo centrada en la explicación de los flujos de comercio de bienes entre países. Las explicaciones del comercio basadas en diferencias entre los países (teorías de ventaja comparativa), economías de escala en la producción (competencia monopolística), economías externas, empresas multinacionales, modelos de brecha tecnológica y ciclo de producto, entre otros, brindan justificaciones robustas para el intercambio de bienes. Luego, dada la importancia que adquiere el comercio de servicios a nivel mundial, la literatura comienza a dirigir su atención a las posibles explicaciones del intercambio de servicios. En este trabajo la mirada se centra en la explicación teórica del intercambio de turismo entre países. Es así como el trabajo se introduce en la economía del turismo desde un enfoque brindado por la teoría del comercio internacional.

Muchos son los interrogantes que surgen al abordar esta problemática ¿Por qué la economía del turismo no ha sido un campo de estudio dentro de la economía? ¿Por qué el turismo no ha sido un campo de estudio dentro de la teoría del comercio internacional? ¿Qué es el turismo? ¿Qué es el comercio de turismo? ¿Cuáles son las explicaciones del comercio de turismo entre países? El objetivo de este trabajo es, con las herramientas de la teoría del comercio internacional, desarrollar modelos de economía del turismo que cubran el vacío existente hoy en este tema y construir así un aporte novedoso a la teoría económica. En particular, se define y caracteriza económicamente al turismo, se presentan aplicaciones alternativas de teorías del comercio a la explicación de los flujos de turismo entre países, y finalmente, se presentan adaptaciones de modelos de la teoría del comercio internacional bajo definiciones alternativas del sector turístico.

El Capítulo I presenta una revisión de la literatura relacionada con la definición y caracterización del turismo. Se discuten aspectos referidos a los orígenes del turismo que es una de las principales controversias en la literatura, ya que este hecho importa para obtener una definición precisa del sector. El origen del turismo, el momento en que las palabras “turista” y “turismo” se utilizan por primera vez en el lenguaje, las definiciones técnicas de “turista” y “turismo” –que establecen parámetros internacionales de medición-, las definiciones conceptuales de “turista” y “turismo” –que brindan un marco teórico al análisis científico del turismo-, son algunos de los principales aspectos a los que hace referencia este capítulo. En particular, se analizan las diferentes posiciones de la literatura que se ha dedicado a investigar científicamente al turismo. Sin embargo, es necesario mencionar que esta no es una tarea sencilla dado que, hoy en día, existen definiciones de turista y turismo tan variadas y numerosas como autores trabajando en el tema.

El capítulo resume algunas de las definiciones técnicas y conceptuales más importantes del turismo –sin que esto pretenda cubrir más de un siglo de investigación dedicado al tema- enfatizando sus características económicas. En relación a las definiciones técnicas, la adoptada por la Organización Mundial del Turismo (1991, 1998) es una de las más amplias y flexibles que materializa los elementos y las características más

importantes comunes a la mayoría de las definiciones del fenómeno turístico. El turismo es definido como las actividades de las personas que se desplazan a un lugar distinto al de su entorno habitual, por menos de un determinado tiempo -un período de tiempo consecutivo inferior a un año- y por un motivo principal distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado -con fines de ocio, por negocios y otros motivos. Relacionado con este tipo de definiciones, la discusión acerca de la delimitación de los sectores económicos o actividades productivas que forman parte de lo que se denomina turismo es también un tema controvertido en la literatura especializada. Una delimitación precisa de las actividades involucradas en el sector brinda las condiciones necesarias para una correcta medición del turismo. Luego de varias décadas de discusión, la comunidad internacional ha acordado tomar como clasificación de referencia a nivel internacional en lo relativo a actividades turísticas a la Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas (CIUAT), que concuerda con la 3ª revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) y utiliza íntegramente la misma estructura.

En relación a las definiciones conceptuales, la de Lanquar (1991) constituye un buen ejemplo de una completa y amplia definición. Lanquar (1991) considera que el turismo implica desplazamientos hacia lugares u ofertas de productos y de servicios que permiten el consumo turístico; que se trata de una actividad económica, una industria, un conjunto de actividades que tienen por objeto la explotación de las riquezas turísticas y la transformación de recursos (humanos, de capital y materias primas) en servicios y en productos; que se compone de una variedad de productos muy heterogéneos; y que puede ser analizado bajo la perspectiva de la teoría de sistemas. En base a los puntos principales de esta definición, en este capítulo se analizan aspectos relacionados con el producto turístico; el turismo como industria o como mercado; el turismo como una variedad de bienes y servicios heterogéneos que permiten el consumo turístico; el turismo y las características de los servicios; y, finalmente, el análisis de los sistemas y el turismo. Es así como el turismo implica desplazamientos desde lugares de origen hacia destinos turísticos. El turismo transforma y explota recursos, atractivos y atracciones turísticas. El turismo genera consumo de bienes y servicios. El turismo puede ser considerado y definido como, entre otros, bien, servicio, sector, actividad económica, mercado o industria.

Este capítulo es entonces un primer paso en la tarea de construir un marco teórico adecuado para el análisis científico del turismo; en particular, para la investigación científica en el campo de la economía del turismo.

Sin embargo, debe mencionarse que definir y caracterizar *económicamente* al turismo es una de las tareas pendientes dentro de la investigación económica. Si bien existen definiciones de turismo y turista con más de dos siglos de antigüedad, si bien la literatura especializada en turismo ha proporcionado definiciones enfatizando los aspectos más variados, no se conocen hasta el momento trabajos que se refieran a la caracterización puramente económica del turismo. El Capítulo II se ocupa de caracterizar económicamente al turismo y presenta aplicaciones sencillas de la teoría del comercio internacional de acuerdo a esta especificación. Este capítulo constituye entonces un instrumento de singular importancia en el campo de la economía del turismo, dado que es pionero en la definición y caracterización económica del turismo, y constituye un aporte dentro de la teoría económica. Esta caracterización del turismo se convierte, a lo largo

de todo el trabajo, en una herramienta fundamental como punto de partida para el análisis de los aspectos económicos del turismo así como para el diseño y evaluación de políticas –públicas o privadas- en turismo.

Se analizan algunos aspectos particulares del sector, relacionados principalmente con su carácter de bien o servicio, homogéneo o diferenciado, transable o no transable. Las restricciones de precios e ingreso, la variedad de productos, la diferenciación de productos, las características particulares de los bienes y servicios, la posibilidad de comerciar bienes o servicios bajo distintas modalidades, entre otros, son algunos de los principales aspectos que buscan definir y caracterizar económicamente al turismo. En este trabajo, ninguno de ellos es excluyente entre sí.

Cuando se hace referencia a la demanda de turismo como la demanda de un bien final homogéneo, la teoría clásica del consumidor brinda una explicación adecuada. Los individuos maximizan su utilidad bajo su restricción presupuestaria. En este caso, la restricción presupuestaria está acompañada de una restricción de tiempo. Existen atractivos turísticos complementarios o sustitutos. Existen destinos de lujo, normales o inferiores. Existe una demanda por turismo como bien homogéneo y bajo la misma explicación económica que para cualquier otro bien de esta clase. El Partenón de Atenas y Mykonos como complementos, Positano y Sorrento en la Costa Amalfitana como sustitutos, pueden ser destinos homogéneos.

Con Hotelling (1929), la literatura económica avanza con las teorías de la localización que, recién a fines de la década del 60 con el aporte de Lancaster (1966), comienzan a ligarse a la diferenciación de productos. Es así como las teorías que buscan explicar la existencia de demanda de productos diferenciados son otros excelentes ejemplos que pueden aplicarse a la demanda de turismo. La demanda de una variedad ideal de un producto (Hotelling, 1929; Helpman, 1981; Helpman y Krugman, 1985), el gusto por la variedad (Spence, 1976; Dixit y Stiglitz, 1977), la diferenciación según las características de los bienes (Lancaster, 1966; 1979) y la diferenciación de productos según el lugar de producción (Armington, 1969) explican –cada una bajo ciertas particularidades y modalidades- las diversas manifestaciones del turismo. Cala Santa Galdana en Menorca como destino ideal; las playas francesas como reflejo del gusto por la variedad; la combinación de sol y playa con arqueología (Cancún y Tulum) como elección del destino de acuerdo a sus características; Disneylandia en Orlando en lugar de Disneylandia en Los Angeles por la localización; etc. son ejemplos de elecciones de turismo en base a la diferenciación de productos.

En relación a la condición de transable o no transable, tradicionalmente el turismo ha sido considerado por la teoría del comercio internacional como una actividad perteneciente a la economía de los servicios. Es así como se lo caracterizaba como no transable implicando necesidad de proximidad física entre demandantes y oferentes, y que la demanda doméstica sólo podía ser satisfecha con oferta doméstica con determinación endógena de su precio. Actualmente, la Organización Mundial del Comercio considera que todos los servicios –bajo distintas modalidades- son transables y, en el caso del turismo, es el desplazamiento físico de los consumidores lo que permite su comercio. Esto es, la demanda doméstica y la demanda internacional pueden ser satisfechas con oferta doméstica; y el precio del bien continúa determinándose en forma endógena. A partir de esta caracterización del turismo, este trabajo avanza un paso más y entiende que el turismo no sólo está incluido bajo esta modalidad. Es decir, existen también otras modalidades del comercio

de servicios que sirven para explicar el comercio de turismo. Pueden encontrarse ejemplos de distintos aspectos, mercados o actividades del turismo que se enmarcan dentro de las otras modalidades del comercio de servicios: el comercio de servicios turísticos a través de tecnología, el comercio de la capacidad empresarial, el desplazamiento de los factores productivos. Sistemas de reservas electrónicas –no es necesaria la movilidad física de los demandantes ni de los oferentes-; comercio de capacidad empresarial –no es necesaria la movilidad física de los demandantes ni de los oferentes-; inversión extranjera directa o movilidad factorial temporaria; etc. son algunos de estos ejemplos.

Finalmente, con esta definición y caracterización económica del turismo incorporada a la caja de herramientas de este trabajo, el capítulo analiza los determinantes del comercio de turismo y de los flujos turísticos entre países. La teoría de la ventaja comparativa, las economías externas, las economías de escala, el comercio intrafirma dentro de las empresas multinacionales, los modelos de brecha tecnológica y ciclo de producto brindan, ahora sí, algunas justificaciones teóricas del comercio de turismo entre países. Esto implica que cuando se hace referencia al carácter transable del turismo, ya sea entendiéndolo como un bien o un servicio, este trabajo es también uno de los únicos en adecuar las teorías del comercio internacional que explican el flujo de comercio de bienes o de servicios entre países a los flujos de turismo entre países. Nuevamente, ninguna teoría es excluyente entre sí. Existen explicaciones diferentes para cada una de las formas de turismo que se desarrollan en la actualidad: modelos de ventaja comparativa (diferencias entre los países en tecnología o en dotación de factores específicos), economías de escala y diferenciación de productos (modelos de comercio bajo competencia monopolística), economías externas, modelos de brecha tecnológica y ciclo de producto, etc.

En el Capítulo III, con la colaboración de la definición y caracterización económica del turismo incorporada a esta investigación, se estudia la explicación del comercio bajo el enfoque de la economía integrada para el turismo y la caracterización del conjunto de igualación del precio de los factores, lo que genera algunos avances teóricos interesantes. Por un lado, brinda -para ciertas definiciones del turismo encontradas- una aproximación a la explicación del comercio de turismo y de los flujos de turismo entre países a través de la aplicación de algunas de las teorías del comercio internacional. Por otro lado, constituye un avance en la explicación de la metodología de la obtención de los conjuntos de igualación del precio de los factores para el caso de un bien y/o servicio económico, de características particulares o dificultades en su definición, como es el turismo. Es así como los principales aportes de este capítulo consisten en presentar distintas definiciones económicas del turismo, explicar el comercio de turismo en términos de las teorías del comercio internacional en base al enfoque de la economía integrada, y caracterizar el conjunto de igualación del precio de los factores, presentando algunos nuevos escenarios. En particular, se analiza el turismo definido como un bien o servicio transable, un bien o servicio no transable, un bien o servicio que se produce bajo rendimientos constantes a escala, un bien o servicio que se produce bajo rendimientos crecientes, y en distintos escenarios dentro de la teoría de las empresas multinacionales con comercio de servicios intangibles.

Dentro de la teoría del comercio internacional, un tema central ha sido el teorema de igualación del precio de los factores que establece que, bajo ciertos supuestos, el libre comercio de bienes implica igualación del

precio relativo de los bienes entre países y esto implica, a su vez, igualación del precio relativo (y absoluto) de los factores entre países (Samuelson, 1948, 1949). En este contexto, una pieza teórica fundamental es la demostración de Mundell (1957) de que las ganancias del comercio pueden ser obtenidas indistintamente a través del movimiento de bienes o de factores. El resultado es entonces que el libre comercio en bienes y la libre movilidad de factores son sustitutos perfectos, en términos de bienestar y de volumen de comercio, al afectar a los precios de los factores de la misma manera. El conjunto de igualación del precio de los factores es el instrumento adecuado para analizar estas proposiciones (Dixit y Norman, 1980; Helpman y Krugman, 1985).

La teoría del comercio internacional, en particular las ideas de Mundell (1957), se refieren fundamentalmente al comercio de bienes. El comercio de servicios comienza a ser objeto de estudio dentro de la economía internacional recién en la década del 70, a partir de la creciente importancia de los servicios en la mayoría de las economías y de su incorporación en las rondas de negociaciones del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT). El incremento del comercio internacional de servicios ha llevado a reformular la pregunta de Mundell (1957). ¿Es el comercio de servicios un sustituto perfecto de la movilidad factorial? En este capítulo se analizan tanto el comercio de bienes como el comercio de servicios como sustitutos de la movilidad factorial. En particular, se trata de encontrar una respuesta a la pregunta de Mundell (1957) para una definición económica del turismo. ¿Es el comercio de turismo un sustituto perfecto de la movilidad factorial? Se presentan entonces distintos escenarios donde el libre comercio permite replicar el equilibrio de la economía mundial integrada logrando la igualación en el precio relativo (y absoluto) de los factores. Ahora bien, ¿qué quiere decir comercio de turismo? Resulta interesante analizar este sector ya que no existe una definición o caracterización precisa del mismo y es así que se lo puede considerar como un bien –transable o no-, un servicio –que de acuerdo a la visión tradicional de la teoría del comercio internacional se caracteriza como no transable-, un servicio –que, bajo la visión moderna del comercio, puede ser transado bajo distintas modalidades-, un bien o servicio –de carácter final o intermedio-, etc.

Si el turismo se define como un bien o servicio transable, el conjunto de igualación del precio de los factores no difiere del que se obtiene para cualquier conjunto de bienes transables en general. Si el turismo se define como un bien o servicio no transable, el conjunto de igualación del precio de los factores es más pequeño que el del caso anterior (definido como bien o servicio transable). Si el turismo se define como un bien o servicio (transable o no transable) que puede ser o no producido por empresas multinacionales, se obtienen las siguientes conclusiones: i) si se trata de un bien final no transable, el conjunto de igualación del precio de los factores es igual existan o no las empresas multinacionales; y ii) si se trata de un bien final transable, el conjunto de igualación del precio de los factores es más grande cuando existen las empresas multinacionales. Finalmente, si el turismo se define, por un lado, como un bien o servicio no transable y, por otro lado, como un bien o servicio transable (que puede ser o no producido por empresas multinacionales), se obtienen las siguientes conclusiones: i) el conjunto de igualación del precio de los factores es más pequeño que si todos los bienes o servicios fueran transables; y ii) este conjunto más pequeño es más grande cuando existen las empresas multinacionales.

Como se mencionó anteriormente, el turismo presenta ciertas peculiaridades que lo distinguen del resto de los sectores de la economía y, por lo tanto, puede ser interpretado y estudiado según diferentes especificaciones. Sus particularidades, aspectos diferenciales en relación a ciertos sectores y similitudes con respecto a otros hacen necesario un enfoque distinto al utilizado generalmente en economía. Bajo este contexto, incluir el turismo dentro de un modelo de equilibrio general no es una tarea sencilla. Modelar el sector turístico –dadas sus peculiaridades y la posibilidad de utilizar diferentes enfoques para su análisis– es siempre difícil. En los Capítulos IV y V se desarrollan modelos simples de equilibrio general que incluyen algunos aspectos particulares del sector, aunque no todos. Se trata al turismo como un sector productor de bienes o servicios no transables, demandados tanto por consumidores locales como por consumidores del resto del mundo que eligen un determinado destino turístico. El desplazamiento físico de los demandantes transforma estos bienes o servicios en transables.

El Capítulo IV estudia los principales efectos económicos de cambios en la estructura del sector turístico bajo un modelo simple de equilibrio general de comercio internacional. Se trata de modelar la respuesta de algunas variables económicas de importancia ante cambios en la estructura del sector turístico como consecuencia de la implementación de ciertas políticas públicas o acciones del sector privado. El modelo básico es una extensión del modelo de equilibrio general de comercio internacional desarrollado por Dixit y Norman (1980) con algunas modificaciones novedosas. Por un lado, este capítulo supone que el turismo es un sector que produce bienes o servicios finales no transables que pueden ser consumidos tanto por los residentes locales como por los turistas del resto del mundo. Al mismo tiempo, los residentes locales pueden también consumir turismo provisto por el resto del mundo (bienes turísticos no transables del resto del mundo). En este modelo, el sector turismo comprende bienes finales como hoteles, restaurantes, servicios varios, entre otros –actividades tradicionalmente caracterizadas como no transables. Sin embargo, actualmente, la nueva visión del comercio internacional –que considera a todos los servicios como transables– las ha incluido dentro de un tipo de transacción donde es necesario el desplazamiento físico de los consumidores para su comercio. Esto ha transformado a actividades no transables en actividades transables, con el desplazamiento físico de los demandantes pero cuyo precio se determina endógenamente en el modelo. Por otro lado, a pesar de adoptar el supuesto de país pequeño, bajo la especificación de este modelo las acciones de política económica o los emprendimientos del sector privado de nuestro país pueden afectar el bienestar del resto del mundo.

Se estudian los efectos de cambios en la estructura del sector turismo: en algunos casos, cambios generados por factores totalmente exógenos –aumento en el stock relativo de dotaciones de atracciones turísticas–; en otros casos, cambios generados por políticas de los gobiernos o emprendimientos del sector privado – aumento en el stock relativo de dotaciones efectivas de atracciones turísticas, políticas impositivas de comercio exterior, y políticas impositivas internas (reducción de impuestos internos sobre el sector o mejoras en la infraestructura). Los resultados más importantes del modelo están relacionados con los efectos de aumentos en la demanda de turismo local, las políticas de comercio exterior y las políticas impositivas internas (o políticas de infraestructura) sobre el turismo y se presentan a continuación. El aumento en la demanda de turismo local se genera por un aumento relativo en la dotación efectiva de atracciones turísticas de nuestro país. Los descubrimientos de nuevos recursos turísticos, su puesta en valor o su reciclaje; las

mejoras en la información sobre las características del país; y los mayores niveles de seguridad o estabilidad política o social del país; dan lugar a efectos positivos sobre el bienestar local, sobre el precio de los bienes turísticos locales no transables, y efectos negativos sobre el bienestar del resto del mundo. Por su parte, uno de los resultados más interesantes y novedosos de este capítulo está relacionado con los efectos de los impuestos al comercio exterior. Mientras que en el modelo tradicional cualquier política comercial por parte de un país pequeño es totalmente inofensiva para el resto del mundo, este resultado no es necesariamente cierto en el presente modelo. Puede concluirse que -bajo ciertos supuestos (que el turismo y las importaciones son bienes complementarios)- reducciones en los impuestos a las importaciones tienen efectos positivos sobre el bienestar local y sobre el precio de los bienes turísticos locales no transables, y efectos negativos sobre el bienestar del resto del mundo. En relación a las políticas internas, se analizan -con el mismo instrumental analítico- un cambio en los impuestos internos que afectan al sector turístico y en la infraestructura asociada con el sector (que se manifiesta a través de variaciones en los costos de provisión de infraestructura). En este caso, las conclusiones dependen de la magnitud de las alícuotas impositivas o de los costos de provisión de infraestructura. En particular, se concluye que cuando las tasas impositivas o los costos de provisión de infraestructura son bajos, un aumento en los impuestos internos o reducciones en la infraestructura tienen efectos beneficiosos sobre la utilidad de los residentes locales y perjudiciales sobre el bienestar del resto del mundo. En cambio, cuando las tasas impositivas o los costos de infraestructura son altos, los efectos son opuestos. Finalmente, se analiza un escenario donde el sector turístico está gravado internamente y aumenta la demanda de turismo local. En este caso, los resultados indican que los cambios son mayores (en valor absoluto) cuando el sector turístico está siendo gravado internamente.

En todos los casos analizados, se obtienen una serie de resultados teóricos de importancia que permiten guiar el diseño de políticas de los gobiernos orientadas a fomentar la industria del turismo, ya sea a nivel nacional, provincial o municipal. Al mismo tiempo, este ejercicio teórico otorga también un rol de importancia para las acciones del sector privado en cuanto a sus efectos sobre la economía del turismo.

El Capítulo V presenta un modelo de equilibrio general de factores específicos en la tradición de los modelos de la enfermedad holandesa -*dutch disease*- y sector expansivo -*booming sector* (Corden y Neary, 1984; Corden, 1982) donde se analizan los efectos de políticas públicas generadoras o facilitadoras de avances tecnológicos en turismo -cambios impositivos; desregulación; reducción en el precio o cambios en las características y oferta de bienes complementarios; creación de infraestructura; formación de recursos humanos; promoción e información; etc. El objetivo de este capítulo es analizar los efectos sobre la estructura productiva de la economía de las políticas públicas que pueden generar o facilitar cambios tecnológicos en el sector turístico.

El aporte más novedoso de este capítulo es que ubica al turismo dentro de las actividades de servicios tecnológicamente estancadas de acuerdo a Baumol (1967), para las que se compensa su atraso relativo a través de políticas públicas resumidas en la forma de progreso técnico. Se supone que el turismo se encuentra entre las actividades que preocupaban a Baumol (1967) por el peligro de su posible desaparición o deterioro de la calidad como consecuencia de su menor productividad, y que es considerada como una de las principales generadoras de empleo en el mundo. En su mayoría, la literatura ha analizado los efectos de

progreso técnico en sectores transables –ya sea bajo modelos de factores específicos o de proporciones factoriales (Corden y Neary, 1982)- o en sectores no transables –bajo modelos de proporciones factoriales (Komiya, 1967). Este capítulo apunta a un sector particular dentro de las actividades no transables, el turismo, cuyas particularidades lo convierten en un sector que merece especial atención. Por un lado, algunas ramas del sector encajan perfectamente dentro de las actividades caracterizadas como tecnológicamente estancadas. Por otro lado, se trata de un sector que se considera no transable de acuerdo a la visión tradicional de la teoría del comercio internacional y que se convierte en transable con el desplazamiento físico que es necesario que realicen los individuos para su consumo. Se considera al turismo como un conjunto de bienes finales no transables (hoteles, restaurantes, servicios varios, etc.) que se convierten en transables al ser demandados tanto por los consumidores locales como por los consumidores del resto del mundo -que se desplazan físicamente para realizar su consumo- y cuyo precio se determina endógenamente en el modelo.

A su vez, el análisis de las estructuras productivas siempre ha sido un tema de interés para la economía. Tanto en los modelos de la enfermedad holandesa y en los de sector expansivo (Corden y Neary, 1982; Corden, 1984) como en el de Baumol (1967), el centro de atención se ubica en la estructura productiva de la economía y sus cambios a lo largo del tiempo: desindustrialización en los primeros (Corden y Neary, 1982; Corden, 1984); desaparición o pérdida de calidad en actividades de servicios en los segundos. Actualmente, la vigencia de la pregunta sobre las estructuras productivas y sus cambios se debe, en parte, a su vinculación con la tasa de crecimiento de las economías y los niveles de empleo. La pregunta que surge es cómo compatibilizar la hipótesis teórica de que el crecimiento diferencial de la productividad tiende a que ciertas actividades -en el contexto de este capítulo, el turismo- disminuyan su participación en la estructura productiva, con la evidencia empírica que demuestra que las estructuras productivas han cambiado en sentido opuesto. Una explicación proviene de la demanda del bien turismo (elasticidades precio e ingreso); la otra proviene de la oferta (progreso técnico o políticas públicas que pueden asimilarse a cambio tecnológico). Si el sector es, sin políticas públicas, de cambio tecnológico mas lento que el resto, su precio relativo aumentará y su participación en el PBI real será decreciente en el tiempo excepto que la elasticidad-precio sea muy baja y/o que la elasticidad-ingreso sea muy alta. Sin embargo, si se da una combinación de elasticidades -precio e ingreso- tal que la cantidad relativa del bien se mantiene constante en el tiempo, entonces la preocupación se traslada a la tasa de crecimiento de la economía ya que el sector tecnológicamente atrasado estaría absorbiendo cantidades crecientes de trabajo. Para contrarrestar estas tendencias deberían aparecer políticas públicas que compensen el atraso tecnológico relativo de la actividad turística. Estas medidas, que no implican necesariamente subsidiar a la actividad, comprenden una amplia gama que va desde los cambios impositivos en el sector, la reducción del precio de los bienes complementarios, los cambios en las características y la oferta de los bienes complementarios, la desregulación en el sector y en los sectores relacionados, la creación de infraestructura, la formación de recursos humanos, y la promoción de la actividad en el país y en el exterior, entre otras. Jones (1965) demuestra que determinadas políticas de impuestos y subsidios en un sector tienen los mismos efectos económicos que un avance tecnológico. En base a esto, este capítulo realiza un ejercicio teórico que adopta una definición de progreso técnico que debe interpretarse en forma amplia.

Algunas de las conclusiones del modelo pueden resultar de utilidad para obtener ciertos lineamientos para la definición e implementación de políticas públicas:

- i) el atraso tecnológico relativo en turismo puede ser compensado con políticas públicas que contribuyan a disminuir su precio relativo y evitar que su participación en el PBI real sea decreciente en el tiempo;
- ii) si las características de la demanda (baja elasticidad-precio y/o alta elasticidad-ingreso) hacen que lo anterior no sea una preocupación, las políticas públicas pueden ser de utilidad en evitar el estancamiento de la economía consecuencia de la reasignación de la fuerza laboral al sector tecnológicamente atrasado;
- iii) si bien el modelo teórico es uno de pleno empleo, los resultados que se obtienen pueden aplicarse en un contexto de desempleo donde las políticas públicas buscarían evitar, en el extremo, la desaparición del turismo, una actividad intensiva en mano de obra y una de las principales generadoras de empleo en el mundo.

La definición precisa del turismo y su caracterización económica; los determinantes del comercio y de los flujos de turismo entre países; la explicación del comercio de turismo en base al enfoque de la economía integrada y la caracterización del conjunto de igualación del precio de los factores; y la inclusión del turismo en modelos alternativos de equilibrio general son los aportes originales de este trabajo. A lo largo de la investigación, se avanza en la aplicación de los resultados teóricos obtenidos para el diseño y evaluación de políticas públicas y decisiones privadas en el sector.

REFERENCIAS

- Armington, P.S. 1969. "A theory of demand for products distinguished by place of production." *International Monetary Fund Staff Papers* Vol. XVI, N°1: 159-178.
- Baumol, W.J. 1967. "Macroeconomics of unbalanced growth: the anatomy of urban crisis." *American Economic Review* Vol. 57, N° 3: 415-426.
- Corden, W.M. y J.P. Neary. 1982. "Booming sector and de-industrialisation in a small open economy." *Economic Journal* 92: 825-848.
- Corden, W.M. 1984. "Booming sector and Dutch disease economics: surveys and consolidation." *Oxford Economic Papers* 36: 359-380.
- Dixit, A. Y J. Stiglitz. 1977. "Monopolistic competition and optimum product diversity." *American Economic Review* 67: 297-308.
- Dixit, A.K. y V. Norman. 1980. *Theory of international trade. A dual, general equilibrium approach*. Cambridge University Press. Inglaterra.
- Helpman, E. 1981. "International trade in the presence of product differentiation, economies of scale and monopolistic competition. A Chamberlin-Heckscher-Ohlin approach." *Journal of International Economics* 11: 305-340.
- Helpman, E. y P. Krugman. 1985. *Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*. MIT Press. Cambridge. Massachusetts.
- Hotelling, H. 1929. "Stability in competition." *Economic Journal* 39: 41-57.
- Jones, R. W. 1965. "The structure of simple equilibrium models". *Journal of Political Economy* 73: 557-572.
- Komiya, R. 1967. "Non-traded goods and the pure theory of international trade." *International Economic Review* Vol. 8, N° 2: 132-152.**
- Lancaster, K.J. 1966. "A new approach to consumer theory." *Journal of Political Economy* 74: 132-157.
- Lancaster, K. 1979. *Variety, equity and efficiency*. Columbia University Press. Nueva York.
- Lanquar, R. 1991. *La economía del turismo*. Okios-Tau. Barcelona.
- Mundell, R.A. 1957. "International trade and factor mobility." *American Economic Review* 47: 321-335.
- Organización Mundial del Turismo. 1991. "Conferencia internacional sobre estadísticas de viajes y turismo." Ottawa.

Organización Mundial del Turismo. 1998. *Introducción al turismo*. Madrid.

Samuelson, P.A. 1948. "International trade and the equalization of factor prices." *Economic Journal* Vol. 58: 165-184.

Samuelson, P.A. 1949. "International factor price equalization once again." *Economic Journal* 59: 181-197.

Spence, M.E. 1977. "Non-price competition." *American Economic Review: Papers and Proceedings* 67: 255-259.

CITAS

Viajaré no importa a dónde, con tal que sea fuera de este mundo.

Baudelaire

En los confines del País de los meropes se encuentra un abismo, el Anostos, lleno de un fluido rojo que no es luz ni tinieblas, por el que corren dos ríos: el río del placer y el río del dolor, en cuyas riveras crecen diversos árboles cuyos frutos tienen las mismas propiedades que cada uno de dichos ríos.

Teompo