



Maestría en Economía
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Nacional de La Plata

TESIS DE MAESTRIA

ALUMNO
Natalia Porto

TITULO
El Turismo como Alternativa de Crecimiento

DIRECTOR
Ricardo Lopez Murphy

FECHA DE DEFENSA
12/18/1998



Universidad Nacional de La Plata



El turismo como alternativa de crecimiento¹

Natalia Porto

Documento de Trabajo Nro. 11
Marzo 1999

¹ Tesis de la Maestría en Economía. Facultad de Ciencias Económicas. UNLP.
El director de tesis fue el Dr. Ricardo López Murphy.

INTRODUCCIÓN.

Este trabajo se ocupa de la economía del sector turístico. El origen del turismo ha sido discutido extensamente en la literatura especializada, encontrándose posiciones radicalmente diferentes. Mariotti (1974) remonta el surgimiento del fenómeno turístico a la época de "La Odisea" —más de mil años antes de Cristo—, a los viajes de los antiguos por razones de estado o comerciales, haciendo referencia a los "forasteros" y al "don de la hospitalidad" (transformados en los servicios de hoy en día). Sin embargo, si se asocia el turismo a la idea de viajes de placer, los viajes turísticos constituyen una práctica relativamente reciente. Recién en el año 1800 se emplea por primera vez en el Reino Unido la palabra "turista" refiriéndose a aquella persona que hace un tour, especialmente quien lo hace por recreo, el que viaja por placer o para aumentar sus conocimientos culturales visitando lugares por sus objetos de interés, su paisaje o su peculiaridad. Del mismo modo, la definición de turista —íntimamente ligada al origen del turismo— encierra ciertas controversias importantes. Algunos autores como Bernecker (1959), Carone (1959), Pullido (1966) y Bull (1994) 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 de tipo vocacional, cultural, comercial, curativo, sentimental, por tránsito, etc. Esta última es la definición que se emplea en este trabajo y es la que hace que se coincida con Mariotti (1974) a los fines de la determinación del origen del fenómeno turístico. Sin embargo —cualquiera sea el momento que se considere como inicio de las actividades turísticas— Leatherman y Marcouiller (1997) señalan que el turismo como estrategia para promover el crecimiento económico de los países es un fenómeno relativamente nuevo a pesar de que ser cada vez más popular en algunas regiones del mundo.

En este trabajo, el tema de la economía del sector turístico se analiza primero teóricamente y se examina luego el caso de las provincias argentinas. Una de las motivaciones del trabajo es determinar si nuestro país debería concentrar sus esfuerzos en promover el desarrollo de esta actividad como lo han hecho algunas otras naciones en el mundo. El esfuerzo implica el accionar conjunto del sector privado y del sector público y debe basarse en el desarrollo del sector en dos

frentes: el mercado externo y el mercado interno. El enfoque hacia el mercado externo es de importancia ya que implica tener en cuenta que el sector turístico es una actividad importante como "industria" generadora de divisas, complementarias a las provenientes de las exportaciones del país. Además de la generación de divisas, el desarrollo del sector es también una alternativa para el crecimiento económico, la generación de empleo y como posible estrategia para equilibrar el nivel de desarrollo de las provincias argentinas. Estos efectos positivos que derivan del crecimiento de esta actividad no distinguen la segmentación del mercado según el origen de la demanda. La generación de divisas implica la captación del mercado externo. La creación de empleo, el crecimiento económico o el equilibrio regional de las provincias no distinguen el origen de la demanda.

Nuestro país presenta potencialidades importantes para el desarrollo del sector turístico. Bellezas naturales, productos regionales, buen clima, grandes ciudades, aspectos históricos. Sin embargo, las potencialidades del sector están siendo desaprovechadas tanto por problemas del lado de la demanda como por factores provenientes del lado de la oferta. Este sector enfrenta una demanda muy particular: el tipo de turistas, la estadía promedio, el gasto promedio, el período del año en el que se toman las vacaciones. Del lado de la oferta, los principales problemas son la falta de infraestructura adecuada y la falta de capacitación de los recursos humanos. Todos estos son factores a tener en cuenta y sobre los cuales existe espacio para el desarrollo de determinadas políticas. La mayoría de las provincias argentinas reflejan la falta de políticas claras que sustenten y promuevan el sector a pesar de que las potencialidades existen, que la competencia es cada vez mayor y que el sector puede ser una fuente importante de crecimiento para nuestro país.

La organización del trabajo es la siguiente. El capítulo I se ocupa de la importancia actual y la dinámica del sector tanto a nivel mundial como a nivel nacional.

El capítulo II presenta un modelo analítico simple de factores específicos que captura los aspectos económicos más importantes del sector. El capítulo se divide

en dos partes. En la primera parte, el modelo explica el tamaño relativo del sector en un mundo ideal sin distorsiones y considera la economía formada por dos sectores: un sector privado —que para simplificar se lo considera formado sólo por la industria turística— y un sector público. Se ensayan varios escenarios de políticas públicas orientadas a lograr una asignación eficiente de los recursos en cada región. Por un lado, se analiza el efecto de distorsiones que pueden impedir el funcionamiento eficiente de los mercados (impuestos sobre el sector privado) y por otro lado, el efecto de una inversión en infraestructura —considerada como un factor complementario del factor específico del sector turístico. La segunda parte del capítulo extiende el modelo para incorporar las externalidades generadas por el sector turístico sobre otros sectores en particular y sobre la economía en general. A medida que se desarrolla, la actividad turística genera efectos positivos sobre otros sectores de la economía, directa o indirectamente. Entre estos efectos se destaca el mayor nivel de educación o capacitación de la población derivada de las exigencias del sector. Se amplía entonces el modelo de la primera parte al considerar que el sector privado está formado por dos sectores —donde uno de ellos es el sector turístico— y se analiza nuevamente el impacto de una inversión en el factor complementario infraestructura. En todos los casos se busca determinar el impacto de las acciones públicas o privadas sobre la producción de bienes turísticos.

El capítulo III se ocupa del análisis cuantitativo y comprende varios aspectos. Este análisis cuantitativo permite la clasificación de las provincias argentinas de acuerdo a su "grado de especialización turística" a partir de diferentes criterios. El objetivo es la determinación de la importancia de la actividad —con un enfoque de oferta— para cada una de las provincias argentinas. El primer paso es estimar un producto bruto interno turístico por provincias y el segundo paso es establecer la importancia relativa de la actividad turística tanto en términos de puestos de trabajo ocupados como en términos de ingresos de divisas que genera la actividad. La importancia de cada provincia se determina tanto en relación al resto de las provincias del país como en relación a otras actividades dentro de la misma provincia.

El capítulo IV resume el rol de las políticas públicas en la actividad turística. Se presenta un inventario de problemas actuales que enfrenta el sector en las provincias debido a las condiciones de demanda y a las de oferta. Se analiza el rol del sector público tanto en relación a las políticas promocionales de la actividad turística como a las políticas de desarrollo regional. El desarrollo de la infraestructura adecuada, los servicios de información para empresarios y para el público en general, la creación de un medio ambiente adecuado, la ayuda para actividades de marketing y la identificación de "factores de comportamiento empresarial," etc. son parte del nuevo rol que se sugiere debe asumir el sector público en reemplazo de las viejas políticas de transferencias a los gobiernos provinciales o de promoción a sectores sin ventajas comparativas.

El capítulo V presenta las conclusiones.

CAPÍTULO I.

IMPORTANCIA DEL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA.

Este capítulo describe en forma breve algunos indicadores del sector turístico en el mundo y en la Argentina. El objetivo es aportar algunas cifras que permitan verificar la importancia del sector para la economía y su crecimiento a lo largo de las últimas décadas.

La sección I.1. describe brevemente algunos efectos derivados del desarrollo de la actividad turística. La sección I.2. describe el sector turístico en el mundo y la sección I.3. en la Argentina. Dentro de esta última, se plantean las alternativas a desarrollar en un marco de políticas de fomento del crecimiento económico de los países: las exportaciones y el turismo como sectores generadores de divisas.

I.1. El sector turístico.

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 potenciales efectos más importantes del desarrollo del sector turístico en una economía² (Gibson, 1993; Morley, 1992; Brohman, 1996). Como sector generador de divisas de un país, el sector turístico es claramente un sector exportador (Gibson, 1993), aunque un sector de "exportación no tradicional" debido a que —como menciona Sessa (1983) "el turismo exporta hombres, no mercancías." Brohman (1996: 51) señala claramente que el turismo es una nueva herramienta en la estrategia de crecimiento "hacia afuera" de algunos países. "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 (NTEs). Until now, in the development literature, most of the attention on new growth sectors has focused on NTEs. However, for many of the same reasons, tourism is also increasingly being promoted as an important source of outward - oriented growth."

² Existen numerosos beneficios directos e indirectos derivados del desarrollo de la actividad turística. El turismo se presenta como una alternativa para diversificar la base económica de una región, posee un potencial importante para incrementar los ingresos públicos y probablemente contribuya al desarrollo de otras industrias - de productos que consumen los turistas o productos para las firmas que sirven a los turistas. (Figuerola, 1985; Bull, 1994; Gibson, 1993; WTTC, 1995b).

I.2. El sector turístico en el mundo.

Viajes y turismo es la industria más grande y el principal generador de empleos en el mundo, responsable de uno de cada diez de ellos. Como principal empleador en el mundo, crea empleos directos de alta calidad en empresas del ramo de viajes y genera, además, un enorme número de empleos indirectos. En 1990, el empleo directo e indirecto de viajes y turismo en el mundo fue de 185 millones de trabajadores, más del 10% de la fuerza laboral (Kakabadse, 1994; WTTC, 1995b). La contribución directa e indirecta de viajes y turismo para el PBI es la medida clave de la importancia de la industria para la actividad económica global. En 1990, la contribución de la industria al PBI mundial fue de 10,8% aproximadamente (WTTC, 1995b).

En 1996, los ingresos por turismo representaron cerca del 8% del total mundial de exportaciones de bienes y más del 35% del total mundial de exportaciones de servicios. En cifras, los ingresos por turismo por viajes internacionales fueron de 423.000 millones de dólares aproximadamente en aquel año. Si se incluye el gasto en turismo nacional, los ingresos totales por turismo (nacional e internacional) pueden calcularse en 4.600.000 millones de dólares (OMT, 1997).³

El cuadro I.2.1. describe la evolución de las llegadas de turistas internacionales y los ingresos por turismo a nivel mundial para el período 1950-1990. La tasa de crecimiento promedio entre décadas de las llegadas de turistas del exterior ha sido del 110% aproximadamente mientras que la de los ingresos por turismo ha sido de más del 250%.

³ En relación al número de desplazamientos dentro de las fronteras de un país, a pesar de que es sumamente difícil determinarlo, la Organización Mundial del Turismo estima que es un 10 % superior a las llegadas por turismo internacional.

Cuadro I.2.1.

Llegadas de turistas del exterior e ingresos por turismo internacional a nivel mundial.				
Período 1950-1990.				
Años	Llegada de turistas	Tasa de	Ingresos por turismo	Tasa de
	del exterior (1)	crecimiento	internacional (2)	crecimiento
	(en millones)	(en porcentaje)	(en millones de dólares)	(en porcentaje)
1950	25,30		2100	
1960	69,32	173,99	6867	227,00
1970	165,79	139,16	17900	160,67
1980	286,25	72,66	105198	487,70
1990	459,21	60,42	264714	151,63
Promedio		111,56		256,75

(1)Excluidos visitantes.

(2)Excluido transporte internacional

Fuente: Organización Mundial del Turismo (1996a).

I.3. El sector turístico en Argentina.

I.3.a. Llegadas de turistas del exterior e ingresos por turismo internacional.

Esta sección compara la importancia del sector turístico en nuestro país en relación a la que tiene en otros países tanto en términos de llegadas de turistas del exterior como en términos de ingresos por turismo.

En la actualidad, el turismo es un sector muy importante en nuestro país —tanto en lo referido a turismo internacional como nacional. Además, nuestro país posee un gran potencial de recursos que no deberían ser desaprovechados. A continuación se describen algunas cifras. Los cuadros I.3.a.1. y I.3.a.2. muestran la posición de Argentina en el Continente Americano tanto en términos de llegadas de turistas como de ingresos por turismo. En 1996, Argentina ocupa el primer lugar dentro de América del Sur⁴ y el cuarto dentro del Continente Americano⁵, tanto en llegadas de turismo receptivo como en ingresos económicos por turismo.

⁴ Las llegadas de turistas internacionales en Argentina son de 4,3 millones y los ingresos por turismo de 4.500 millones de dólares mientras que en Brasil - el país que ocupa la segunda posición en América del Sur - estas cifras son de 2,2 millones de turistas y 2.200 millones de dólares de ingresos (OMT, 1997).

⁵ El primer lugar en el Continente Americano lo ocupa Estados Unidos tanto en términos de llegadas de turistas del exterior (44,8 millones de turistas) como en términos de ingresos por turismo internacional (64.000 millones de dólares) (OMT, 1997).

Cuadro I.3.a.1.

Principales destinos de América: llegadas de turistas del exterior.				
Año 1996.				
Rango			País	Llegadas de turistas
1985	1990	1996		del exterior (1)
				(en millones)
1	1	1	Estados Unidos	44,8
3	2	2	México	21,4
2	3	3	Canadá	17,4
6	4	4	Argentina	4,3
5	5	5	Puerto Rico	3,1
4	9	6	Brasil	2,2
			Total América	114,7

(1) Excluidos visitantes.

Fuente: Organización Mundial del Turismo (1997).

Cuadro I.3.a.2.

Principales destinos de América: ingresos por turismo internacional.				
Año 1996.				
Rango			País	Ingresos por turismo
1985	1990	1996		internacional (1)
				(en millones de dólares)
1	1	1	Estados Unidos	64373
2	2	2	Canadá	8813
3	3	3	México	6894
5	4	4	Argentina	4572
4	5	5	Brasil	2273
7	6	6	Puerto Rico	1898
			Total América	106191

(1) Excluido transporte internacional.

Fuente: Organización Mundial del Turismo (1997).

I.3.b. Ingresos por exportaciones e ingresos por turismo internacional.

Como se mencionó anteriormente, determinar la importancia del turismo en nuestro país es fundamental. A tal fin, la sección anterior relacionó el turismo en nuestro país con respecto a otros países mientras que esta sección compara la

importancia del sector turístico con la importancia de algunos sectores exportadores dentro del mismo país.

El Cuadro I.3.b.1. muestra los ingresos económicos por turismo y por principales rubros de exportación para Argentina para el año 1996. El turismo se presenta como el principal generador de divisas de la economía argentina, seguido casi inmediatamente por los ingresos provenientes de exportaciones de productos vegetales (ambos sectores superan los 4.000 millones de dólares de ingresos anuales) y bastante distanciado de los siguientes rubros considerados.⁶

Cuadro I.3.b.1.

Argentina: ingresos por turismo e ingresos por principales rubros de exportación.	
Año 1996.	
En millones de dólares.	
Rubros	Ingresos
Turismo	4572
Productos Vegetales	4534
Productos Alimenticios	3826
Productos Minerales	3129
Animales Vivos	2160
Grasas y Aceites	1880
Material de Transporte	1637
Metales Comunes	1190
Productos Químicos	1083
Pieles y Cueros	1035

Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación (1997a).

Evolución de los ingresos por turismo y los ingresos por exportaciones. Participación sobre el total de ingresos del sector externo.

⁶ La cuenta viajes de la balanza de pagos estimada por el Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos presenta un valor bastante diferente a las cifras de ingresos por turismo proporcionadas por la Secretaría de Turismo de la Nación (1997a). Para proyectar esta cifra, la Secretaría de Turismo computa el total de personas llegadas al país por cada paso fronterizo (de acuerdo a la información provista por la Dirección General de Migraciones) y les asigna un gasto predeterminado según su nacionalidad (ver cuadro IV.3.a.3., capítulo IV). Sin embargo, el INDEC y el Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos de la Nación no coinciden con esta metodología. En 1996 el INDEC realizó una Encuesta Internacional de Turismo que servirá de base para una nueva estimación de la cuenta viajes (información no disponible por el momento).

Se considera más conveniente para este trabajo la utilización de la información provista por la Secretaría de Turismo de la Nación (1997a) ya que la información obtenida del gasto promedio de los turistas para algunas provincias argentinas tiende a acercarse más a esta última que a la información provista por el Ministerio de Economía.

El cuadro I.3.b.2. presenta el crecimiento anual de los ingresos por turismo y de los ingresos por exportaciones para nuestro país en el período comprendido entre 1983 y 1996, donde se observa la disparidad en la tendencia del crecimiento de estas actividades. Mientras que los ingresos por turismo muestran una tendencia creciente a lo largo de todo el período comprendido entre 1983 y 1996 (excepto para el año 1985), los ingresos por exportaciones experimentan una caída en algunos años (1986, 1987 y 1991) y tasas de crecimiento anuales superiores al 30% en otros (1988, 1995). El mayor crecimiento de los ingresos por turismo (32%) se verifica para el año 1992.

En este período, el crecimiento de los ingresos por exportaciones fue de aproximadamente 200% mientras que el crecimiento de los ingresos por turismo fue bastante superior con un incremento de 400%. Esto se debe a que si bien los ingresos por exportaciones tienen tasas de crecimiento algo superiores para algunos de los años del período, existen algunos períodos donde la tasa de crecimiento es negativa o muy pequeña, lo que contrasta con la tendencia siempre creciente de los ingresos por turismo.⁷

En cuanto a la participación de los ingresos por turismo sobre el total de ingresos del país provenientes del sector externo, la mayor participación del sector se observa en el período 1992-1994 (21,64% en el año 1993). En una década (1983-1993), la participación del sector turístico en el total de estos ingresos aumentó en más del 100%.

⁷ En este mismo período, la tasa de crecimiento anual de los ingresos por turismo fue de casi el 14% y la de los ingresos por exportaciones de casi el 10%.

Cuadro I.3.b.2.

Argentina: ingresos por turismo e ingresos por exportaciones.					
1983-1996.					
En millones de pesos y variación anual.					
Años	Ingresos por	Variación	Ingresos por	Variación	Participación de los
	turismo	anual	exportaciones	anual	ingresos por turismo
	(en millones)	(en porcentaje)	(en millones)	(en porcentaje)	sobre el total de ingresos
					(en porcentaje)
1983	909		7836		10,39
1984	1127	23,98	8107	3,46	12,20
1985	1047	-7,10	8396	3,56	11,09
1986	1129	7,83	6852	-18,39	14,15
1987	1181	4,61	6360	-7,18	15,66
1988	1384	17,19	9133	43,60	13,16
1989	1670	20,66	9577	4,86	14,85
1990	1975	18,26	12352	28,98	13,79
1991	2336	18,28	11978	-3,03	16,32
1992	3089	32,23	12234	2,14	20,16
1993	3614	17,00	13090	7,00	21,64
1994	3970	9,85	15739	20,24	20,14
1995	4306	8,46	20893	32,75	17,09
1996	4572	6,18	23774	13,79	16,13

Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación (1994, 1997a).

CAPÍTULO II.

DEMANDA DE TURISMO. FACTORES EXPLICATIVOS DEL DESARROLLO DE DESTINOS TURÍSTICOS. UN MODELO SIMPLE ACERCA DEL IMPACTO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS SOBRE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

Este capítulo presenta un modelo analítico simple de factores específicos. Las primeras dos secciones (II.1. y II.2.) estudian brevemente las características de la demanda y de los factores explicativos del desarrollo de destinos turísticos. La sección II.3. presenta un modelo simple de una economía formada por dos sectores (sector público y sector privado) con el que puede analizarse —en forma simplificada— algunas consecuencias de distorsiones de la economía por un lado y ciertas políticas de infraestructura por el otro. El modelo incorpora también externalidades que son generadas por el sector turístico hacia otros sectores en particular y hacia la economía en general. Entre las externalidades positivas que genera el sector se destaca el mayor nivel de capacitación de los recursos humanos, que afecta positivamente la producción del resto de los bienes del sector privado.

II.1. Demanda de turismo.

Esta parte desarrolla el enfoque de demanda de un bien "turismo" por parte de los consumidores. En primer lugar se desarrolla el enfoque de maximización de la utilidad de un individuo y en segundo lugar se considera la explicación de demanda de destinos turísticos de otros lugares aunque el lugar en el que el individuo reside posea un bien similar.

II.1.a. El enfoque desde el punto de vista del consumidor.

Rugg (1973) —en base a Lancaster (1966)— desarrolla un modelo en el cual un individuo maximiza la utilidad dependiendo de las características del destino y sujeto a una restricción de tiempo. Este modelo consiste en la elección de destinos dado que la decisión de viajar ya ha sido tomada y cierto monto de tiempo y de dinero han sido asignados al consumo turístico. Morley (1992) desarrolla un modelo integral donde se incorpora la decisión de viajar o no viajar, las

restricciones presupuestarias y de tiempo, y la elección del destino, además de incorporar la elección entre distintos tours.

El enfoque tradicional es la maximización de la utilidad de un individuo sujeto a su restricción presupuestaria

$$\begin{aligned} \text{Max. } U &= U(q_1, q_2, q_3, \dots, q_n, O, \delta) \\ \text{s.a. } \quad \Sigma p_t \cdot q_t &\leq Y \\ \Sigma w \cdot (T - O) &\leq 24 \end{aligned}$$

donde q_t son los bienes, p_t es el precio los bienes, O es el ocio, δ es un vector de factores idiosincrásicos que incluye la seguridad de un país, la estabilidad social y política, la estabilidad económica, etc.

De la maximización de la utilidad se derivan las funciones de demanda

$$\begin{aligned} q_t^* &= q_t^*(Y, p_t, \delta) \\ O^* &= O^*(Y, p_t, \delta) \end{aligned}$$

donde uno de los q_t bienes es el turismo, que es complementario con el ocio.

Es usual considerar al ocio como un bien superior y probablemente con elasticidad mayor que la unidad, o sea

$$\partial O / \partial Y > 0; \quad e_{O, Y} > 1$$

Hay bienes q_t que son complementarios del ocio (q_{turismo}) cuya elasticidad ingreso se supone generalmente mayor que la unidad.

$$\partial q_{\text{turismo}} / \partial Y > 0; \quad e_{q_{\text{turismo}}, Y} > 1$$

Elasticidad ingreso de la demanda de turismo.

El bien "turismo" se considera un bien de lujo en la mayoría de los casos de turismo internacional; es decir, con elasticidad ingreso positiva y mayor que la unidad.⁸ Sin embargo, bajo determinadas condiciones, ciertos destinos pueden ser considerados "inferiores" (elasticidad ingreso negativa)⁹ o "de primera necesidad" (elasticidad ingreso positiva y menor que la unidad).

Las estimaciones disponibles se pueden complementar con varios ejercicios que se exponen a continuación y que en todos los casos sugieren que el turismo es un bien con elasticidad ingreso superior a la unidad.

Un primer ejercicio es la estimación de la elasticidad ingreso de la demanda de turismo para algunos países de América Latina y del Caribe. En este caso, la elasticidad ingreso es positiva y mayor que la unidad, siendo su valor igual a 1,23.¹⁰

Un segundo ejercicio es observar los gastos en vacaciones y turismo para Argentina (año 1963). El cuadro II.1.a.1. muestra que el porcentaje de gasto destinado a este rubro aumenta a medida que aumenta el ingreso lo que indica que la elasticidad ingreso de este bien es mayor que la unidad.¹¹

⁸ El tema de la elasticidad ingreso del turismo ha sido ampliamente tratado en la literatura (Morley, 1992; Crouch, 1992; Smeral y Witt, 1996; Vanhove, 1996). Crouch (1992) analiza una serie de estudios empíricos relacionados con los efectos del precio y del ingreso sobre la demanda de turismo internacional y concluye que cerca del 63 % de las elasticidades ingreso exceden la unidad y que la media de la elasticidad ingreso es 1,76. Smeral y Witt (1996) se refieren a Italia como el país con la mayor elasticidad ingreso (3,7) seguido por Suecia (3,2), Grecia (3,1) y España (3,0). Vanhove (1996) considera que la elasticidad ingreso oscila entre 1,5 y 2.

⁹ Un ejemplo de un "destino turístico inferior" puede encontrarse cuando - ante un aumento del ingreso real - los individuos eligen destinos alternativos para pasar sus vacaciones (por ejemplo, Brasil o el Caribe) en reemplazo del lugar tradicional de vacaciones (por ejemplo, la Costa Atlántica). En este caso, Brasil o el Caribe serían bienes normales mientras que la Costa Atlántica sería un bien inferior.

¹⁰ La variable dependiente es el gasto en turismo de algunos países de América Latina y del Caribe y la variable explicativa es el PBI per capita. Los datos corresponden al año 1995.

¹¹ La estructura de gasto de consumo de los hogares y entre ellos, el gasto en turismo (viajes, estadías fuera de la ciudad, vacaciones) para algunos países de América Latina (Brasil, Colombia, Guatemala, México, Perú) puede consultarse CEPAL (1984).

Cuadro II.1.a.1.

Gasto de consumo de los hogares en turismo por grupos de ingresos.										
Argentina.										
Año 1963.										
	Grupos de ingreso									
Finalidad del gasto	0-50	50-70	70-100	100-150	150-200	200-275	275-350	350-500	500-750	750 y más
Turismo	0,09	0,16	0,22	0,39	0,69	1,05	1,01	2,62	2,9	6,09
Gastos generales no frecuentes	6,52	6,29	7,88	7,18	8,96	9,24	9,33	12,22	12,2	15,7

(1) El gasto en turismo está incluido en la finalidad de gasto denominada Gastos generales no frecuentes.
Fuente: CEPAL (1984).

Otro ejercicio interesante consiste en analizar la información contenida en la Encuesta nacional de gastos de los hogares (años 1996-1997) en relación al porcentaje de los gastos de consumo que las familias realizan en turismo de acuerdo a sus niveles de ingreso. Nuevamente, se observa que a medida que aumenta el ingreso, aumenta el porcentaje de gasto en turismo. Los resultados se muestran en los cuadros II.1.a.2. y II.1.a.3.

Cuadro II.1.a.2.

Gasto de consumo de los hogares en turismo.						
Región Metropolitana del Gran Buenos Aires.						
Período 1996-1997.						
	Hogares ordenados por ingreso mensual					
Finalidad del gasto	1º	2º	3º	4º	5º	Total
Turismo (1)	0,36	0,59	0,59	1,39	4,54	2,5
Esparcimiento y cultura	3,82	5,27	6,30	7,38	11,73	8,68

(1) El gasto en turismo está incluido dentro de la finalidad de gasto denominada Esparcimiento y cultura.
Fuente: Encuesta nacional de gastos de los hogares, INDEC (1998).

Cuadro II.1.a.3.

Gasto de consumo de los hogares en turismo.						
Región Metropolitana del Gran Buenos Aires.						
Período 1996-1997.						
	Hogares ordenados por ingreso mensual per capita					
Finalidad del gasto	1º	2º	3º	4º	5º	Total
Turismo (1)		0,55	0,98	1,98	4,63	2,5
Esparcimiento y cultura	3,48	5,60	6,76	8,31	11,91	8,68

(1) El gasto en turismo está incluido dentro de la finalidad de gasto denominada Esparcimiento y cultura.

Fuente: Encuesta nacional de gastos de los hogares, INDEC (1998).

II.1.b. Otros determinantes de la demanda.

Otros factores influyen también en las condiciones de la demanda de turismo. Entre ellos, la introducción de nuevos productos turísticos, la actitud de los consumidores hacia ellos, el desarrollo del transporte, el financiamiento, el tamaño y la estructura del mercado, la experiencia de viajar, el desarrollo de los viajes de negocios, etc. Todos estos factores mejoran la información acerca de nuevos desarrollos y contribuyen a la diferenciación de la oferta.

La nueva perspectiva del comercio —basada en el intercambio internacional de productos y servicios diferenciados entre países con niveles similares de desarrollo y preferencias— es apropiada para explicar las nuevas formas diferenciadas de turismo (Smeral, 1996). La competencia entre destinos turísticos se establece en términos de costos, precios y características diferenciadoras de modo que nunca hay sustitución perfecta entre dos destinos turísticos —ya sea por el clima, el paisaje, la cultura, la distancia, etc. (Auriolés Martín y Manzanera Díaz, 1998).

II.2. Factores explicativos del desarrollo de destinos turísticos.

Esta sección analiza los principales determinantes de un destino turístico exitoso, presenta algunas hipótesis sobre la distribución espacial de la actividad turística e identifica los factores que la afectan.

Esta problemática tiene conexión directa con la literatura que estudia el fenómeno de la concentración de la actividad industrial y comercial (Matsuyama y Takahashi, 1993; Henderson, 1994; Porto, 1995), la concentración de la población (Ades y Glaeser, 1994b), el surgimiento de los grandes centros urbanos (Brezis y Krugman, 1993; Ades y Glaeser, 1994a; Bogart, 1998).

Se distinguen dos tipos de factores que afectan la distribución de la actividad turística y se los considera explicativos del desarrollo de destinos turísticos. Por un lado, los modelos de ventaja comparativa basados en la identificación de factores específicos regionales y por el otro, los modelos relacionados con las economías de aglomeración, donde éstas surgen por accidentes históricos o por acciones de política económica.

Factor específico es todo aquel que puede ser utilizado sólo en la producción de un bien particular. Para el objetivo de este trabajo es importante distinguir dos clases de factores específicos regionales: los recursos naturales (playas, selvas, montañas, nieve, ballenas, glaciares, cataratas, etc) y los factores vinculados a aspectos históricos (las ruinas de las Misiones Jesuíticas, el Coliseo Romano, el Partenón de Atenas, etc).

Las economías de aglomeración son economías de escala externas a las firmas que resultan de la proximidad espacial.¹² Este trabajo considera dos clases de situaciones que pueden dar origen a las economías de aglomeración: la aglomeración espuria (Bogart, 1998) o modelos de suerte basados en accidentes

¹² Bogart (1998) distingue dentro de las economías de aglomeración a las economías de localización (las firmas se benefician de estar unas cerca de otras) y economías de urbanización (las firmas se benefician de estar situadas en una gran ciudad, aunque las actividades de dichas firmas no estén relacionadas).

históricos (Arthur, 1989; Henderson, 1994; Porto, 1996); o modelos de suerte basados en la política económica (Arthur, 1989; Porto, 1996).

Bogart (1998) define la aglomeración espuria como aquel "cluster" de actividades que surge por "razones de información" más que por ventajas comparativas. Estos modelos suponen que existe un patrón de localización inicial a partir del cual las firmas se benefician por localizarse unas al lado de otras y de este modo surgen las economías de aglomeración. En esta línea de pensamiento, el sector turístico se concentraría en algunos lugares elegidos inicialmente por accidentes históricos a partir del cual surgen los beneficios de aglomeración (por ejemplo, la ciudad de Las Vegas).

Los modelos de suerte basados en la política económica suponen que ésta — directa o indirectamente— puede hacer que surja un destino turístico. El sector turístico se concentraría en algunos lugares elegidos inicialmente por la política económica a partir de los cuales surgen los beneficios de aglomeración. La construcción de un ferrocarril entre dos ciudades a partir del cual se desarrolla una tercera, la actual discusión acerca del lugar apropiado para la construcción del Puente Argentina - Uruguay y los parques temáticos de Orlando en Estados Unidos constituyen algunos ejemplos de este fenómeno.

Un elemento adicional a tener en cuenta para el desarrollo de la industria turística —del mismo modo que ocurre con el desarrollo de otras industrias— es la disponibilidad de infraestructura (Martin y Rogers, 1994; Chisari, 1995; Gibson, 1993). La infraestructura puede ser general o específica del sector (hotelería, accesibilidad a lugares turísticos, autopistas, rutas en buen estado, etc). Sin embargo, Martin y Rogers (1994: 3) definen la infraestructura pública como "any facility, good or institution provided by the state which facilitates the juncture between production and consumption." Es decir, dentro del concepto de infraestructura pública se incluyen el transporte, las telecomunicaciones, la ley, el orden y cualquier administración pública general.¹³

¹³ La infraestructura como parte del desarrollo de la actividad turística es sumamente importante. Martin y Rogers (1994: 3), si bien no hacen referencia al sector turístico, expresan "if infrastructure is poor, then a large portion of goods produced and traded will not actually be consumed by the purchaser."

Un modelo agregado puede incluir varios factores determinantes del éxito económico de un destino turístico tales como los recursos naturales, los aspectos históricos, la suerte y la política económica —que definen el patrón de localización turístico regional.

II.3. Un modelo simple de factores específicos.

Esta sección presenta un modelo analítico simple de factores específicos. Se supone un país dividido en varias regiones donde cada región consta de dos sectores —el privado y el público— cada uno de los cuales produce un bien. El sector privado es el sector turístico. La economía puede asignar su oferta de trabajo —factor móvil y homogéneo— entre ambos sectores. Además del factor móvil, existe un factor específico de la industria del sector turístico y un factor complementario del anterior. Los factores específicos del sector turístico en nuestro país son por ejemplo, el Glaciar Perito Moreno, las ballenas de la Península Valdés, las Cataratas del Iguazú, las Ruinas de las Misiones Jesuíticas, etc. El factor complementario es la infraestructura, donde se incluyen hoteles, infraestructura vial, aeropuertos, autopistas, etc. Las funciones de producción de los bienes del sector privado y del sector público se especifican del siguiente modo

$$\begin{array}{ll} Q_t = Q_t(L_t, R, K) & \text{donde} \quad \partial Q_t / \partial L_t > 0 ; \partial^2 Q_t / \partial^2 L_t < 0 ; \partial^2 Q_t / \partial^2 L_t \partial K > 0 \\ Q_g = Q_g(L_g) & \text{donde} \quad \partial Q_g / \partial L_g > 0 ; \partial^2 Q_g / \partial^2 L_g < 0 \\ L_g + L_t = \bar{L} \end{array}$$

donde Q_t es el bien que produce el sector privado; Q_g es el bien que produce el sector público; L es el factor trabajo; R es el factor específico del sector turístico y K es el factor complementario del factor específico del sector turístico. La productividad marginal del trabajo es positiva y decreciente en cada uno de los sectores. La oferta de trabajo total de la economía es fija e igual a $\bar{L}$.

El equilibrio inicial surge al determinar la asignación del factor trabajo que maximiza el producto en esta economía considerando que la oferta laboral total es igual a la suma de los trabajadores en cada uno de los sectores.

$$\begin{aligned} \text{Max. PBI} &= P_t \cdot Q_t(L_t, R, K) + P_g \cdot Q_g(L_g) \\ \text{s.a. } L_g + L_t &= \bar{L}. \end{aligned}$$

Las condiciones de primer orden son

- (1) $P_t \cdot (\partial Q_t / \partial L_t) - \lambda = 0$
- (2) $P_g \cdot (\partial Q_g / \partial L_g) - \lambda = 0$
- (3) $\bar{L} - (L_t + L_g) = 0$

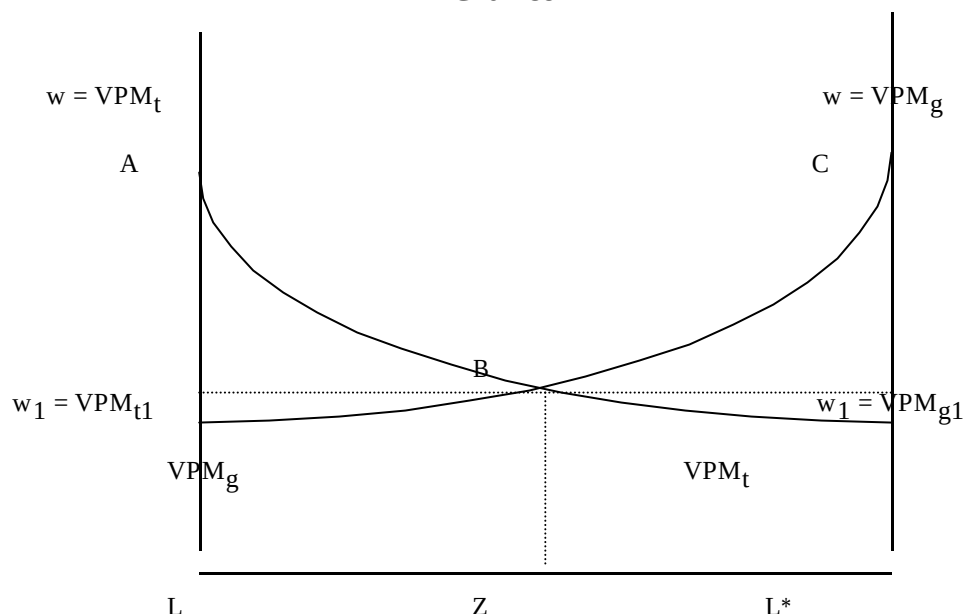
siendo la condición de segundo orden

$$(4) \quad D = - [P_t \cdot (\partial^2 Q_t / \partial L_t^2) + P_g \cdot (\partial^2 Q_g / \partial L_g^2)] > 0$$

De (1) y (2) se obtiene la condición de igualdad del valor de la productividad marginal del trabajo en los dos sectores. Esto determina —a partir del supuesto de libre movilidad de factores— la asignación eficiente del trabajo en la economía y el salario de equilibrio. En el gráfico 1, la asignación de la oferta laboral es tal que LZ trabajadores se ubican en el sector privado y L*Z en el sector público, siendo el salario de equilibrio igual a w_1 .

Suponiendo homogeneidad de grado uno en la función de producción —rendimientos constantes a escala— el PBI de los sectores es el área debajo de la curva de valor del producto marginal (LABZ es el del sector turístico, L*CBZ el del sector público y LABCL* es el PBI de la economía).

Gráfico 1



VPM_t es el valor de la productividad marginal del sector turístico, VPM_g es el valor de la productividad marginal del sector público y w es el salario.

II.3.a. Impuestos al sector privado.

En esta parte se analizan los efectos que los impuestos que gravan al sector privado tienen sobre el sector privado y sobre la economía —en particular, sobre la asignación de la oferta laboral y el salario. Dentro de los impuestos que afectan a la industria turística, se distinguen los impuestos específicos —cargados directamente a los turistas (impuestos de entrada y salida, impuestos al consumo en actividades turísticas, tasas ambientales, etc.)— y los impuestos generales —cargados tanto a la actividad turística como a cualquier otro sector de la economía (ingresos brutos, etc.).¹⁴

¹⁴ Wason (1997) considera que - debido a la naturaleza de la industria turística - una de las principales causas de los aumentos en la imposición al sector es el bajo costo de la recolección dado que la mayoría de los impuestos que recaen sobre el sector son recolectados en los puntos de entrada o salida, o por el proveedor del servicio.

Las distorsiones en la posición competitiva de un destino turístico o las distorsiones entre actividades dentro de la misma industria turística pueden resultar de la imposición en el uso de facilidades turísticas o de imposiciones diferenciales entre actividades dentro del sector respectivamente (Wason, 1997).¹⁵

En este caso, la maximización del producto total de la economía¹⁶ —sujeto a la restricción del trabajo— es

$$\begin{aligned} \text{Max. PBI} &= (1-t) \cdot P_t \cdot Q_t(L_t, R, K) + P_g \cdot Q_g(L_g) \\ \text{s.a. } L_g + L_t &= \bar{L}. \end{aligned}$$

Las condiciones de primer orden son

$$(5) \quad (1-t) \cdot P_t \cdot (\partial Q_t / \partial L_t) - \lambda = 0$$

$$(6) \quad P_g \cdot (\partial Q_g / \partial L_g) - \lambda = 0$$

$$(7) \quad \bar{L} - (L_t + L_g) = 0$$

siendo la condición de segundo orden

$$(8) \quad D = - [(1-t) \cdot P_t \cdot (\partial^2 Q_t / \partial L_t^2) + P_g \cdot (\partial^2 Q_g / \partial L_g^2)] > 0$$

De las ecuaciones (5) y (6) se determina

$$(9) \quad (1-t) \cdot P_t \cdot (\partial Q_t / \partial L_t) = P_g \cdot (\partial Q_g / \partial L_g)$$

Como consecuencia del impuesto, la curva de valor del producto marginal del sector turístico se desplaza hacia la izquierda (de VPM_t a VPM_t' en el gráfico 2). La asignación original del trabajo no es sostenible en el tiempo debido a la diferencia salarial que surge entre sectores como consecuencia de la política impositiva. Un salario mayor en el sector público genera incentivos en los

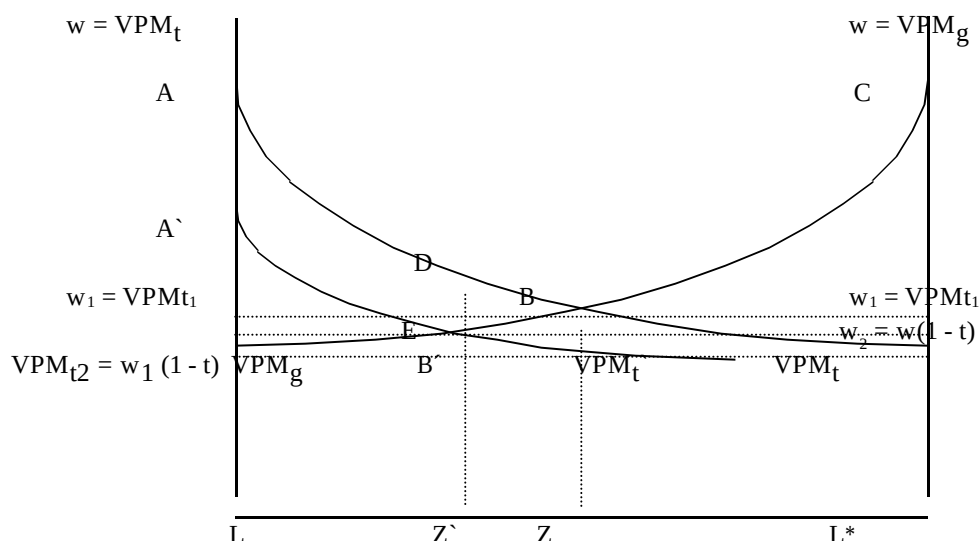
¹⁵ Fiji y Nepal son ejemplos donde existen distorsiones dentro de la industria turística. "The logical outcome of this is that the visitor is transported to a high quality hotel in a broken down bus" (Wason, 1997: 13).

¹⁶ En esta primera parte, se omite la consideración de la utilización de la recaudación. Puede suponerse que se distribuye a los individuos como un subsidio de suma fija sin efectos sobre la asignación de recursos.

individuos a desplazarse del sector privado a este sector. El equilibrio se restablece con LZ' trabajadores en el sector privado y L^*Z' en el sector público (ZZ' es la cantidad de trabajadores reasignados).

La reasignación de trabajadores da lugar a una reducción del producto del sector turístico y un aumento del producto del sector público. El nuevo punto de equilibrio es ineficiente debido a que en el intervalo en el que los trabajadores se desplazan del sector privado al sector público, el valor de la productividad marginal del trabajo en el sector privado es superior a la del sector público.

Gráfico 2



Una medida de la pérdida de eficiencia debida al impuesto se obtiene al considerar la caída neta del producto que se produce a partir de la imposición (Harberger, 1974). Si las curvas de valor de la productividad marginal son líneas rectas, la pérdida de eficiencia es el área del triángulo formado $BB'ED$.¹⁷

¹⁷ La reducción del producto del sector turístico es $Z'DBZ$ siendo el PBI del sector turístico igual a $LADB'Z'$. El aumento del producto del sector público es $Z'B'BZ$ siendo el PBI del sector público igual a $L^*CBB'Z'$. La diferencia entre la caída y el aumento del producto entre un sector y otro es igual al área $BB'ED$ que representa la pérdida de eficiencia como consecuencia de la distorsión.

La pérdida de eficiencia es el área del triángulo $BB'ED = \frac{1}{2} \cdot \text{base} \cdot \text{altura} = \text{área del triángulo } B'BE + \text{área del triángulo } BED = \frac{1}{2} \cdot \Delta L \cdot B'E + \frac{1}{2} \cdot \Delta L \cdot DE = \frac{1}{2} \cdot \Delta L \cdot (B'E + ED) = \frac{1}{2} \cdot \Delta L \cdot t$.

La pérdida de eficiencia de la economía como consecuencia del impuesto depende tanto de la alícuota del impuesto (t) como de la cantidad de trabajadores que se desplazan a partir del mismo (ΔL). Cuanto mayor sea la alícuota impositiva, mayor será la pérdida de eficiencia de la economía. La magnitud de la alícuota depende —en parte— de los objetivos de política económica del gobierno. Cuanto mayor sea el número de trabajadores que responden a la brecha de salarios como consecuencia del impuesto —es decir, cuanto mayor sea la reasignación de trabajadores—, mayor será la pérdida de eficiencia en esta economía. La cantidad de trabajadores depende de la elasticidad precio de las curvas de valor del producto marginal de ambos sectores.

Es interesante observar también los efectos de una variación de la alícuota impositiva. Un aumento en la alícuota del impuesto que grava al sector privado incentiva la movilización de la fuerza laboral hacia el sector público. Los efectos sobre la fuerza de trabajo y sobre los salarios se obtienen de derivar las condiciones de primer orden (5), (6) y (7).

$$(10) \quad \partial L_t / \partial t = [(-P_t \cdot (\partial Q_t / \partial L_t)) / D] < 0$$

$$(11) \quad \partial L_g / \partial t = [(P_t \cdot (\partial Q_t / \partial L_t)) / D] = [-\partial L_t / \partial t] > 0$$

$$(12) \quad \partial \lambda / \partial t = [[P_t \cdot (\partial Q_t / \partial L_t) \cdot P_g \cdot (\partial^2 Q_g / \partial L_g^2)] / D] < 0$$

Los resultados que muestran (10) y (11) son similares a los que surgen cuando se analiza la transición de una situación ideal sin distorsiones a una situación como la descrita. Ante una alícuota impositiva mayor, una menor cantidad de trabajo es empleada en el sector privado ((10)) y —dado que la oferta laboral es fija— una mayor cantidad es empleada en el sector público ((11)). El efecto sobre el salario neto es negativo ((12)).

El análisis de este tipo de distorsiones permite derivar algunas conclusiones. La imposición sobre el sector turístico origina una asignación ineficiente del factor móvil. Los trabajadores se ubican en el "sector equivocado" desaprovechando las ventajas comparativas y las rentas de los recursos turísticos y el sector público —en este caso— es el que absorbe esta fuerza de trabajo. La imposición al sector

privado genera en ciertos casos incentivos "perversos" en la economía que se traducen en la destrucción de empleo en el sector privado y la "sobredimensión" del empleo en el sector público. La remoción de estas distorsiones podría lograr la asignación eficiente del trabajo reflejando la disponibilidad de fuentes genuinas (o permanentes) de empleo en oposición al empleo ficticio en el sector público y al mismo tiempo, aprovechar la renta de los recursos específicos aumentando la eficiencia de la economía.

La evidencia empírica sustenta —en cierta forma— la teoría en relación a las distorsiones existentes en la economía y la lucha entre la creación de fuentes de empleo ficticias versus fuentes de empleo permanentes. El capítulo III refleja algunos resultados en relación al empleo en el sector turístico y en el sector público. Por ejemplo, la participación provincial en el empleo del sector turístico —en relación al empleo del sector turístico del total del país— es mayor que la participación provincial en el empleo del sector público sólo en tres de las 24 jurisdicciones (ver cuadro III.4.a.1., capítulo III). Mientras que algunas provincias presentan una proporción alta —en términos relativos— tanto de empleo en el sector turístico como de empleo en el sector público, otras provincias presentan el caso opuesto: la proporción de empleo en el sector turístico es relativamente pequeña y la proporción de empleo en el sector público es mayor al 50% (ver cuadro III.4.a.2., capítulo III).

II.3.b. Impuestos al sector privado y subsidios al sector público.

En la sección anterior se describió el efecto de un impuesto sobre el sector turístico sin considerar los efectos sobre la restricción financiera del sector público. Esta sección plantea un caso con un impuesto que grava al sector turístico y un subsidio destinado totalmente a financiar al sector público.

$$\begin{aligned} \text{Max. PBI} &= (1-t) \cdot P_t \cdot Q_t(L_t, R, K) + (1+s) \cdot P_g \cdot Q_g(L_g) \\ \text{s.a. } L_g + L_t &= \bar{L}. \end{aligned}$$

Las condiciones de primer orden son

$$(13) \quad (1 - t) \cdot P_t \cdot (\partial Q_t / \partial L_t) - \lambda = 0$$

$$(14) \quad (1 + s) \cdot P_g \cdot (\partial Q_g / \partial L_g) - \lambda = 0$$

$$(15) \quad \bar{L} - (L_t + L_g) = 0$$

siendo la condición de segundo orden

$$(16) \quad D = - [(1 - t) P_t (\partial^2 Q_t / \partial L_t^2) + (1 + s) P_g (\partial^2 Q_g / \partial L_g^2)] > 0$$

El ejercicio que se realiza a continuación tiene por objeto mostrar el efecto de una variación en la alícuota impositiva, suponiendo presupuesto equilibrado ($s \cdot P_g \cdot Q_g = t \cdot P_t \cdot Q_t$). Los resultados son

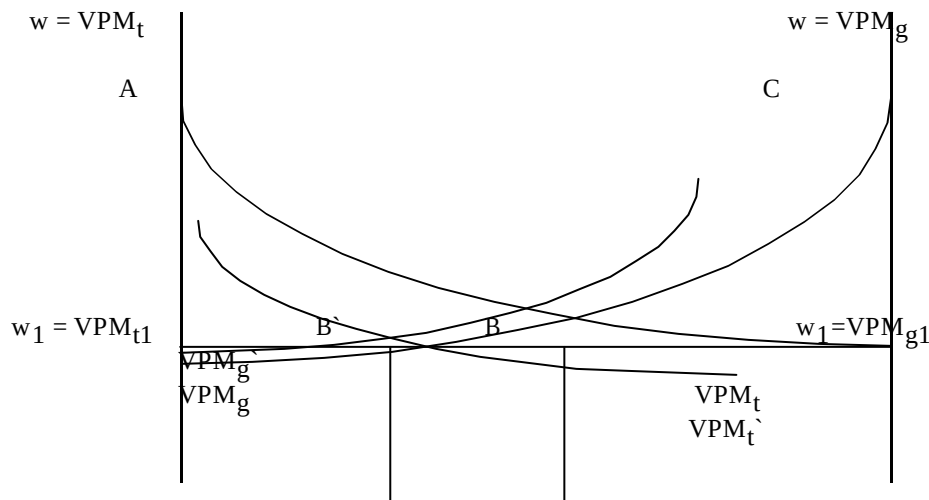
$$(17) \quad \partial L_t / \partial t = [- (P_t \cdot (\partial Q_t / \partial L_t) + P_g \cdot (\partial Q_g / \partial L_g) \cdot (ds / dt)) / D] < 0$$

$$(18) \quad \partial L_g / \partial t = [(P_t \cdot (\partial Q_t / \partial L_t) + P_g \cdot (\partial Q_g / \partial L_g) \cdot (ds / dt)) / D] > 0$$

ya que (ds / dt) es mayor que cero. El efecto sobre el salario es indefinido.

El equilibrio luego de las políticas fiscales descriptas puede darse en un punto como B' (gráfico 3) lo cual implica una reasignación de los trabajadores entre sectores (LZ' en el sector privado y L^*Z' en el sector público). Los trabajadores se desplazan del sector turístico al sector público; pero a diferencia del caso anterior, el efecto sobre el salario no está.

Gráfico 3



$$L \quad \quad \quad Z' \quad \quad \quad Z \quad \quad \quad L^*$$

II.3.c. Inversión en infraestructura.

Esta sección estudia las acciones del sector privado o políticas públicas destinadas a la inversión en infraestructura —factor complementario del factor específico del sector turístico. Esta problemática se relaciona con numerosos estudios que analizan los efectos de la infraestructura sobre la productividad de la economía y el crecimiento económico (Hulten y Schwab, 1993; Holtz - Eakin y Schwarz, 1994) y el rol del sector público en la provisión de infraestructura (Munnell y Cook, 1990; Banco Mundial, 1994; Chisari, 1995; Porto, 1995).

El estudio de la infraestructura en un sector como el turístico es de suma importancia y presenta algunas particularidades. El rol del sector público en la inversión en infraestructura como factor determinante para el desarrollo de ciertos destinos turísticos ha sido mencionado en varios estudios provinciales.¹⁸ Con respecto a este tema, Munnell y Cook (1990), en base a sus investigaciones empíricas —si bien no aplicadas al sector turístico— concluyen que la mayor inversión en infraestructura tiende a lograr un mayor producto, más inversión privada y un mayor crecimiento del empleo y que la inversión pública sirve como base y ocurre antes que el despegue en la actividad económica. Las inversiones en el sector turístico son de elevada magnitud pero la correcta evaluación de la rentabilidad de las mismas debe hacerse a partir de la utilidad de las mencionadas inversiones en todo el contexto productivo de una región. Estas ideas están en línea con los trabajos mencionados que estudian el fenómeno turístico a nivel provincial en Argentina.

Derivando las condiciones de primer orden (1), (2) y (3) se obtiene el efecto de la variación en el factor complementario infraestructura sobre la fuerza laboral de cada uno de los sectores y sobre el salario.

$$(19) \quad \partial L_t / \partial K = [[P_t.(\partial^2 Q_t / \partial L_t \partial K)] / D] > 0$$

$$(20) \quad \partial L_g / \partial K = [- [P_t.(\partial^2 Q_t / \partial L_t \partial K)] / D] < 0$$

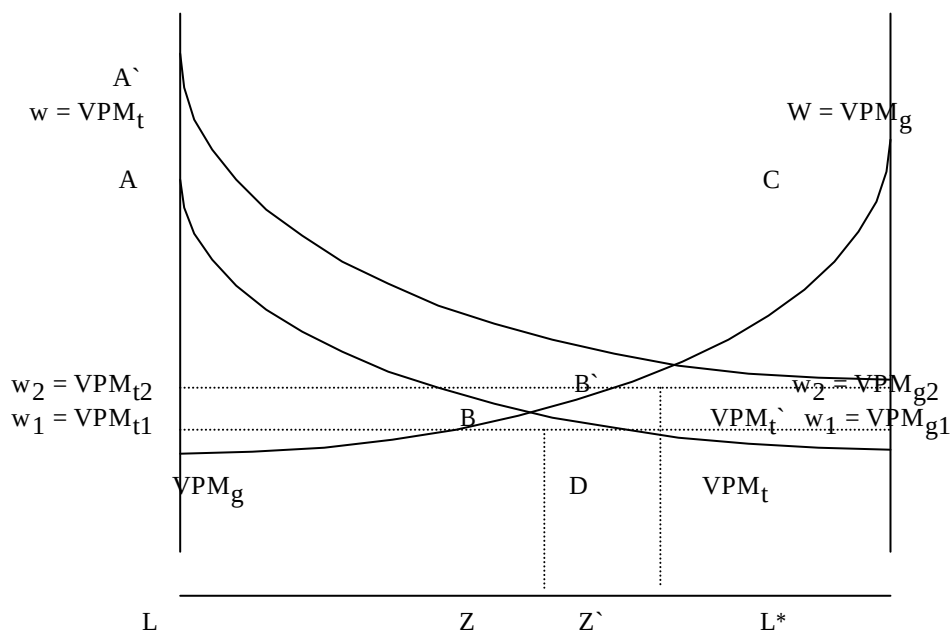
$$(21) \quad \partial \lambda / \partial K = [(P_t.(\partial^2 Q_t / \partial L_t \partial K).P_g.(\partial^2 Q_g / \partial L_g^2)) / D] > 0$$

¹⁸ Ver trabajos del Consejo Federal de Inversiones en este tema.

Las ecuaciones (19) y (20) muestran que una mayor inversión se traduce en una mayor asignación de empleo en el sector turístico, lo que implica un aumento del producto total en la economía. El efecto sobre el salario neto —ecuación (21)— es positivo.¹⁹

Una nueva inversión en infraestructura (es decir, un movimiento del factor complementario del factor específico del sector turístico) tiende a aumentar la productividad del sector turístico y es lo que lleva a que la curva del valor del producto marginal del sector turístico se desplace hacia arriba (de VPM_t a VPM_t' en el gráfico 4).

Gráfico 4



II.3.d. Un modelo con tres sectores: dos sectores privados y el sector público.

Esta sección amplía el modelo presentado en las secciones anteriores. La economía tiene ahora tres sectores: dos sectores privados —donde uno de ellos es

¹⁹ El PBI del sector turístico es $LA'B'Z'$ (con LZ' trabajadores), el del sector público es $L^*CB'Z'$ (con L^*Z' trabajadores) y el de toda la economía es $LA'B'CL^*$.

el sector turístico— y el sector público. Las ecuaciones que resumen a esta economía son

$$\begin{array}{lll}
Q_t = Q_t(L_t, R, K) & \text{donde} & \partial Q_t / \partial L_t > 0 ; \partial^2 Q_t / \partial^2 L_t < 0 ; \partial^2 Q_t / \partial^2 L_t \partial K > 0 \\
Q_a = Q_a(L_a, A) & \text{donde} & \partial Q_a / \partial L_a > 0 ; \partial^2 Q_a / \partial^2 L_a < 0 \\
Q_g = Q_g(L_g) & \text{donde} & \partial Q_g / \partial L_g > 0 ; \partial^2 Q_g / \partial^2 L_g < 0
\end{array}$$

donde Q_t es el bien que produce el sector turístico; Q_a es el bien que produce el resto del sector privado; Q_g es el bien que produce el sector público; L es el factor trabajo; R es el factor específico del sector turístico; K es un factor complementario del factor específico del sector turístico y A es el factor específico del resto del sector privado.

El objetivo en esta economía es nuevamente la maximización del producto total

$$\begin{array}{l}
\text{Max. PBI} = P_t \cdot Q_t(L_t, R, K) + P_a \cdot Q_a(L_a, A) + P_g \cdot Q_g(L_g) \\
\text{s.a. } L_g + L_t + L_a = \bar{L}
\end{array}$$

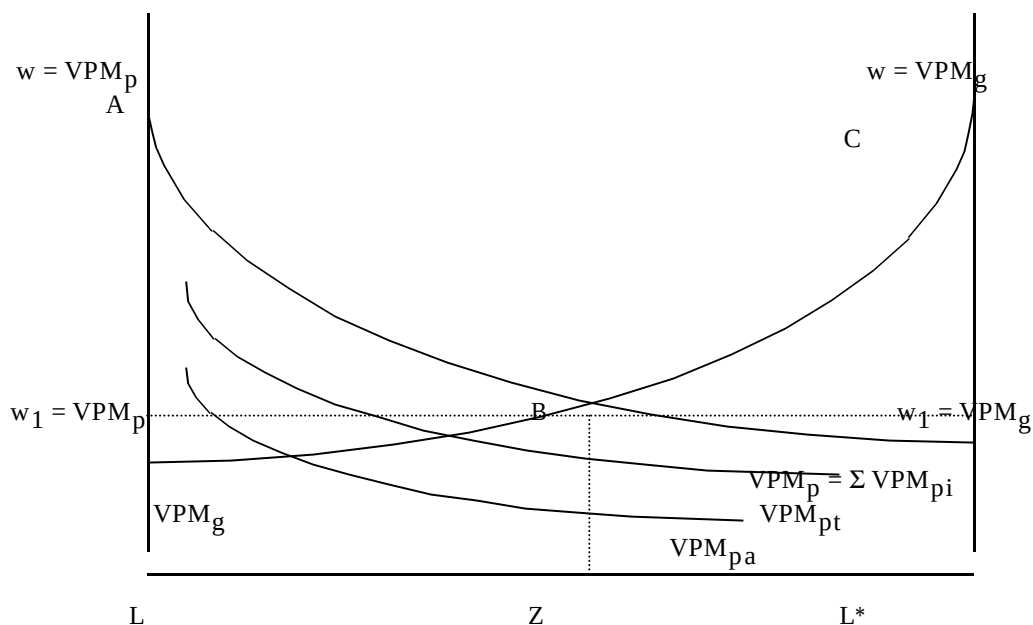
Las condiciones de primer orden son

$$\begin{array}{ll}
(22) & P_t \cdot (\partial Q_t / \partial L_t) - \lambda = 0 \\
(23) & P_a \cdot (\partial Q_a / \partial L_a) - \lambda = 0 \\
(24) & P_g \cdot (\partial Q_g / \partial L_g) - \lambda = 0 \\
(25) & \bar{L} - (L_t + L_g + L_a) = 0
\end{array}$$

La condición de segundo orden es tal que el determinante es negativo y los menores principales positivos.

De (22), (23) y (24) surge la condición que determina la asignación del trabajo entre sectores al igualarse el valor de las productividades marginales de cada uno de los sectores con el salario (gráfico 5).

Gráfico 5



VPM_p es la curva de valor del producto marginal del sector privado total (sumatoria de los dos sectores que representan al sector privado), VPM_{pt} representa al sector turístico y VPM_{pa} representa al resto del sector privado.

II.3.e. Externalidades del sector turístico sobre el resto del sector privado.

Esta sección incorpora externalidades positivas que se generan entre sectores. Los efectos derrame que genera el sector turístico sobre los otros sectores toman varias formas y entre ellas se destaca la educación o capacitación de los recursos humanos involucrados en el sector.²⁰ Estos efectos se capturan al suponer que la producción de uno de los bienes de los sectores privados se ve afectada por la producción del otro bien del sector privado

$$Q_a = Q_a(L_a, A, Q_t)$$

²⁰ Entre los efectos positivos que genera el desarrollo de la actividad turística pueden mencionarse efectos demostración positivos - como el cuidado sanitario y la educación -, el realce de un panorama, el aumento del valor de la cultura, la conservación de la flora y fauna (Bull, 1994) y la promoción de una mejor imagen de la región en otras naciones (Gibson, 1993).

$$\partial Q_a / \partial Q_t > 0$$

El objetivo es nuevamente la maximización del producto total de esta economía

$$\begin{aligned} \text{Max. PBI} &= P_t \cdot Q_t (L_t, R, K) + P_a \cdot Q_a (L_a, A, Q_t) + P_g \cdot Q_g (L_g) \\ \text{s.a. } L_g + L_t + L_a &= \bar{L}. \end{aligned}$$

Las condiciones de primer orden son

$$(26) \quad P_t \cdot (\partial Q_t / \partial L_t) + P_a \cdot (\partial Q_a / \partial Q_t) \cdot (\partial Q_t / \partial L_t) - \lambda = 0$$

$$(27) \quad P_a \cdot (\partial Q_a / \partial L_a) - \lambda = 0$$

$$(28) \quad P_g \cdot (\partial Q_g / \partial L_g) - \lambda = 0$$

$$(29) \quad \bar{L} - (L_t + L_g + L_a) = 0$$

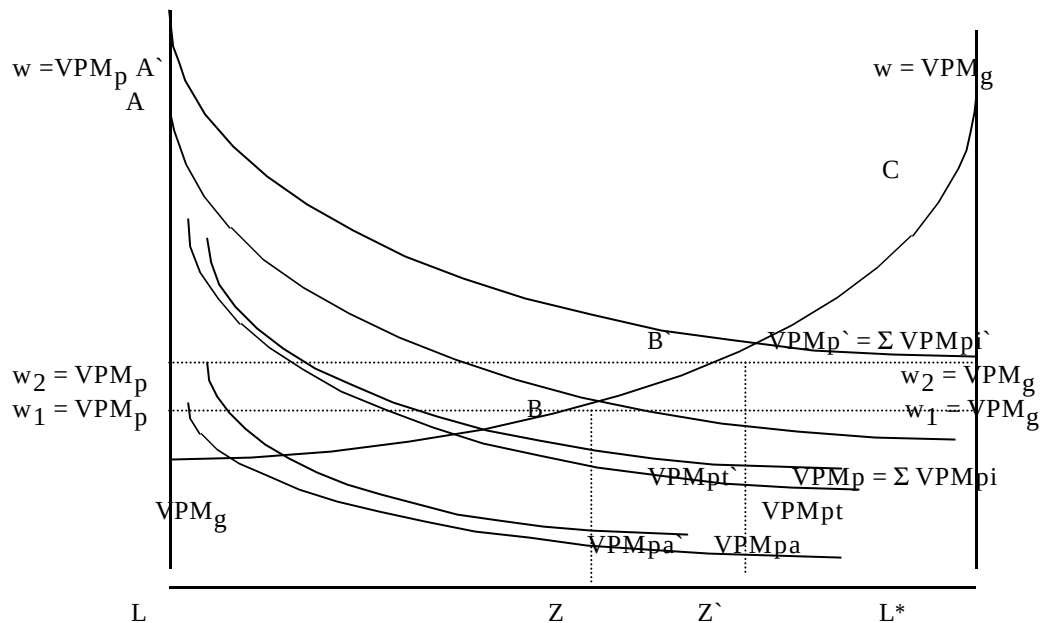
La condición de segundo orden es tal que el determinante es negativo y los menores principales positivos.

De (26), (27) y (28) surge la igualdad del valor de la productividad marginal de cada uno de los sectores y el salario

$$(P_t + P_a \cdot \partial Q_a / \partial Q_t) \cdot (\partial Q_t / \partial L_t) = P_a \cdot (\partial Q_a / \partial L_a) = P_g \cdot (\partial Q_g / \partial L_g) = \lambda$$

Se supone ahora que se produce una inversión en infraestructura (gráfico 6). Esto hace que la curva de valor del producto marginal del sector turístico se traslade hacia arriba (y con ella la del sector privado total). Los efectos de la inversión en infraestructura son similares a los que se explican en la sección anterior. La diferencia es que la inversión en infraestructura lleva a que la cantidad de gente empleada en el sector turístico sea mayor y esto tiene efectos positivos sobre el resto del sector privado. Una mayor asignación de empleo en el sector turístico da lugar a externalidades positivas que si son suficientemente importantes se trasladan al otro sector, aumentando su productividad y aumentando el valor del producto marginal del sector privado total. Es decir, se produce un aumento en la fuerza de trabajo asignada al sector privado, un aumento del salario y un aumento del producto total de la economía.

Gráfico 6



Si las externalidades no existieran, las medidas que afectan a la productividad del sector turístico (y trasladan la curva hacia arriba) no afectarían la productividad del resto del sector privado. La curva denominada VPM_{pa} no existiría y la curva correspondiente al sector privado total (VPM_p) estaría por debajo de lo que muestra el gráfico 6.

Las externalidades positivas generadas por el sector turístico parecen haber sido una de las características del desarrollo del sector en otros países. Es usual encontrar como ejemplo que el turismo puede considerarse producción conjunta ya que produce el bien turismo pero también capacita personal que luego puede ser utilizado en otros sectores.

CAPÍTULO III.

ESTIMACIÓN DE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO A NIVEL REGIONAL EN LA ARGENTINA.

Este capítulo se ocupa de los aspectos cuantitativos. La sección III.1. plantea la dicotomía entre los enfoques del lado de la demanda o del lado de la oferta para la valuación de la actividad turística. La sección III.2. estima un producto bruto interno turístico para las provincias argentinas. La sección III.3. muestra la distribución geográfica del número de turistas según el INDEC. La sección III.4. analiza distintos criterios que permiten aproximar la importancia relativa de la actividad turística en las economías de las distintas provincias. La sección III.4.a trabaja con medidas de empleo: analiza la participación provincial en el empleo del sector turístico —con respecto al empleo del sector turístico de todo el país— y la participación provincial en el empleo de otros sectores de la economía, y analiza la estructura interna del empleo. La sección III.4.b. trabaja con medidas de ingresos de divisas: analiza la participación provincial en los ingresos por turismo —con respecto a los ingresos por turismo de todo el país— y la participación provincial en los ingresos por exportaciones, y analiza la estructura interna de los ingresos de divisas de las provincias.

III.1. Valuación de la actividad turística: ¿enfoque de demanda o enfoque de oferta?

El principal problema que se plantea al realizar una valuación de la actividad turística se relaciona con el enfoque más correcto a utilizar. La dicotomía se plantea entre el enfoque del lado de la demanda y el de la oferta. Se puede considerar que la valuación de la actividad turística debe realizarse inevitablemente desde el punto de vista de la demanda. Como no existe una producción homogénea de bienes y servicios turísticos y la "producción turística" no es un concepto fácil de definir, se considera más preciso el análisis del lado de la demanda. Existe una brecha entre los conceptos de gasto turístico —resultado del enfoque del lado de la demanda— y producción turística —resultado del enfoque del lado de la oferta (Auriolés Martín y Manzanera Díaz, 1998).

Sin embargo —a pesar de la falta de definición de la "producción turística"— la valuación de la actividad turística con un enfoque de demanda presenta algunas limitaciones. En general, se estudia la demanda que los turistas realizan en los países receptores. Sin embargo, un análisis completo debería también analizar la demanda que realizan estos individuos en los países emisores o de residencia.

Este trabajo adopta un enfoque de oferta debido a que uno de los objetivos es analizar el grado de "especialización turística" de las provincias argentinas —de modo de inferir "cuán turísticas" son cada una de ellas— para su posterior clasificación.²¹

El problema de utilizar el enfoque de oferta para la valuación de la actividad turística reside en el hecho de que "no existe una producción homogénea de bienes y servicios turísticos." La mayoría de los autores coinciden en la dificultad de definir un "producto turístico." Los productos ofrecidos por cada uno de los miembros del sector no coinciden con el producto global que los consumidores demandan (Figuerola, 1985; Bull, 1994). La definición de las actividades involucradas en el sector turístico ocasiona dificultades no sólo por este motivo sino también porque el desarrollo del turismo está relacionado con una amplia gama de servicios (transporte, alojamiento, alimentación, etc.), los cuales pueden haberse desarrollarse como productos para los turistas y ser usados por los residentes o pueden haberse desarrollado como productos para los residentes y ser usados por los turistas (Brohman, 1996; Gibson, 1993).

García - Quismondo Fernández (1998) utiliza un índice de la actividad de la economía del turismo para analizar la evolución de la actividad del sector turístico andaluz y define las actividades que se consideran parte del sector turístico:

- a) oferta en origen
- b) hotelería y restaurantes
- c) oferta complementaria
- d) oferta auxiliar.

²¹ Un enfoque de demanda - considerando sólo el turismo internacional - puede derivarse de los datos del número de turistas del exterior ingresados al país y a los gastos de los mismos (ingresos de divisas) provistos por la Secretaría de Turismo de la Nación.

El índice mencionado considera sólo aquellas actividades de los sectores que van dirigidos mayoritariamente a satisfacer la demanda de los turistas, es decir hotelería y restaurantes y oferta complementaria.²²

III.2. Estimación del producto bruto interno turístico de las provincias argentinas.

Esta parte tiene como objetivo lograr una aproximación de cómo se distribuye la actividad turística —en términos de producción turística— entre las provincias argentinas. A partir de esta determinación, es posible identificar la potencialidad de las distintas regiones en términos de desarrollo del sector. El método consiste en obtener una medida de la contribución del sector turístico a las economías provinciales en base a la construcción de un indicador que considera algunas actividades del sector servicios del Censo Nacional Económico (1994). Se utilizaron ocho actividades como parte del producto bruto interno turístico de acuerdo a las opiniones mencionadas en relación a este tema en la sección anterior. Las actividades que se tuvieron en cuenta son las siguientes:

1. Actividades relacionadas con el alojamiento: hoteles, campamentos y otros tipos de hospedaje temporal
2. Actividades relacionadas con la alimentación: restaurantes, bares y cantinas
3. Actividades de transporte: otras actividades de transporte complementarias
4. Actividades de atención al turista: actividades de agencias de viajes y organizadores de viajes; actividades de asistencia a turistas no especificadas en otra parte
5. Actividades recreativas y de atractivos:
 - 5.1. actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas

²² Estas dos actividades incluyen: alojamientos (hoteles, pensiones, campings); servicios de restaurantes (restaurantes y cafeterías); servicios de intermediación turística (agencias de viajes, centrales de reservas); transportes (autos de alquiler, transporte turístico); esparcimiento, cultura y ocio (parques de atracciones, casinos, estaciones de esquí) y otras actividades (seguros de viaje, guías turísticas, revistas especializadas).

Existen diversas clasificaciones de las actividades productivas del turismo. Uno de los criterios utilizados por Figuerola (1985) refleja la actividad turística generada o finalidad. Dentro de este criterio, Figuerola distingue: alojamiento (hotelería, campings); alimentación y restaurantes (restaurantes, cafeterías y bares); recreación (espectáculos diversos, práctica deportiva, salas de juego); comunicación (teléfono, correo); trámites económicos (bancos, cambio de moneda); compra de artículos (diarios, almacenes, venta de recuerdos) y salud (servicios médicos de urgencias, farmacias).

Rodríguez Woog y Hiernaux Nicolás (1992) afirman que existen cuatro grandes bloques de actividades económicas alrededor del turismo: las que se relacionan con el transporte; las dedicadas al alojamiento; la producción y venta de alimentos y bebidas y las actividades destinadas a la recreación cultural, deportiva y social del turista.

- 5.2. otras actividades de entretenimiento no especificadas en otra parte
- 5.3. actividades de bibliotecas, archivos y museos y otras actividades culturales
- 5.4. actividades deportivas y otras actividades de esparcimiento.²³

El Cuadro III.2.1. presenta dos estimaciones del PBI turístico por provincias. Las estimaciones se realizaron en base a la suma del valor agregado bruto y a la suma de los puestos de trabajo ocupados en cada una de las actividades —para cada una de las provincias —con el objetivo de obtener una medida del producto bruto interno turístico.

Los resultados indican una gran concentración de la actividad en Capital Federal con cualquiera de los dos enfoques - valor agregado bruto o puestos de trabajo ocupados. Sin embargo, la concentración es mucho mayor si se la considera desde el punto de vista del valor agregado bruto. Capital Federal concentra alrededor del 65% del valor agregado bruto que se genera en el país, lo cual duplica el valor que se obtiene utilizando los puestos de trabajo ocupados (casi el 29%). En conjunto, Capital Federal y la provincia de Buenos Aires participan en más del 80% del valor agregado del total de estas actividades. En términos de empleo, si bien la participación es alta, es notablemente menor, concentrando cerca del 55%. El conjunto de provincias "avanzadas"²⁴ y Capital Federal participan en el 90% según el valor agregado bruto y casi en el 76% según los puestos de trabajo ocupados.

Llach y Amadasi (1998) —en un estudio relacionado con la hotelería y gastronomía en Argentina— encuentran resultados similares en términos de la elevada concentración de estas actividades. Los autores atribuyen la mayor participación de Capital Federal en términos del valor agregado —en relación a la

²³ Para las actividades relacionadas con el alojamiento y la atención al turista se consideró el total de los valores censales, por ser las más estrechamente relacionadas con el sector turístico. Para el resto de las actividades se consideró el 50 % de los valores censales.

Se realizaron estimaciones de la actividad turística tomando el total del valor censal para todas las actividades involucradas (ver anexo). El ordenamiento de las provincias es similar al que resulta de la estimación presentada en el texto. También se realizaron estimaciones de la actividad turística sólo con dos de las actividades: alojamiento y actividades relacionadas con agencias de viajes (ver anexo). Los resultados en este caso presentan mayores variaciones con respecto a los presentados en el texto.

²⁴ Las provincias avanzadas son Buenos Aires, Córdoba, Mendoza y Santa Fe.

participación en términos de puestos de trabajo— a la mayor productividad de esta jurisdicción en relación a todo el resto de las jurisdicciones del país (donde la participación según puestos de trabajo ocupados es siempre mayor que la participación según valor agregado bruto). Esto significa que en la Capital Federal se necesita menos personal que en el resto del país para obtener un determinado valor agregado.

El nexo entre el enfoque de oferta (valuación de la actividad turística según producción turística) y el enfoque de demanda (número de llegadas de turistas e ingresos por turismo) se materializa a partir de los resultados obtenidos en la estimación anterior. Se trata de distribuir entre las provincias —de acuerdo a la participación de cada una en el PBI turístico— las llegadas de turistas internacionales y los ingresos por turismo para el total del país.²⁵

Los resultados empíricos demuestran una alta concentración de la actividad en Capital Federal y en la provincia de Buenos Aires según la estimación del PBI turístico y por lo tanto, según la distribución del número de turistas internacionales llegados y de los ingresos por turismo. Sin embargo, las teorías que sustentan y pretenden explicar el surgimiento y desarrollo del sector turístico en Argentina se orientan en otra dirección. Nuestro país posee las condiciones para un desarrollo exitoso del sector y el país está homogéneamente dotado de características que podrían dar lugar a que el turismo sea una actividad rentable en todo el territorio. Es decir, las dotaciones de recursos, las características geográficas, las características de suerte o de historia podrían sostener al turismo como una actividad importante, implicando una generalización del fenómeno turístico. La evidencia empírica demuestra que la concentración de la actividad es importante, principalmente en Capital Federal y desde el punto de vista del valor agregado bruto. Una posible interpretación de esto es Capital Federal concentra las actividades de comercialización de los servicios turísticos.

²⁵ Se trabaja con la estimación del PBI turístico que se obtiene a partir de los puestos de trabajo ocupados en el conjunto de las actividades seleccionadas. La justificación de este método es la siguiente: es probable que la cantidad de trabajadores ocupados de una idea más exacta del lugar en el que se generó el producto, tanto por la remuneración de los factores variables como por la "renta" del factor turístico específico. En cambio, el valor agregado puede contabilizarse (por problemas de información) en otras regiones si los propietarios del o los factores complementarios con el trabajo no residen en el lugar en el que se realiza propiamente la actividad turística

Cuadro III.2.1.

Estimación del PBI turístico. Provincias y Capital Federal.		
Año 1994.		
En porcentaje.		
	Participación del valor agregado bruto	Participación de puestos de trabajo ocupados
	de cada jurisdicción sobre el valor	de cada jurisdicción sobre los puestos
	agregado bruto del total del país	de trabajo ocupados del total del país
Capital Federal	65,04	29,41
Buenos Aires	15,69	25,66
Córdoba	4,13	10,02
Santa Fe	3,68	8,25
Mendoza	1,05	3,12
Entre Ríos	1,14	2,49
Tucumán	1,77	2,39
Río Negro	1,20	2,07
Salta	0,54	1,95
Chaco	0,58	1,59
Corrientes	0,51	1,52
Sgo. del Estero	0,36	1,34
Misiones	0,86	1,33
Neuquén	0,62	1,19
Chubut	0,51	1,16
Jujuy	0,24	1,06
San Juan	0,28	0,96
Catamarca	0,20	0,96
San Luis	0,47	0,91
La Pampa	0,20	0,62
Santa Cruz	0,38	0,59
La Rioja	0,14	0,58
Formosa	0,11	0,41
Tierra del Fuego	0,32	0,41
Total	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Censo Nacional Económico, INDEC (1994).

III.3. Distribución de las llegadas de turistas del exterior según el INDEC.

Esta sección presenta la distribución entre regiones del total de turistas internacionales llegados al país según la Encuesta Internacional de Turismo realizada por el INDEC en 1996 (cuadro III.3.1.). El 65% de los turistas se concentra en Capital Federal y en la zona Atlántica, el 6% en el sur, la zona de

Mendoza hacia el norte concentra el 17% y debe notarse la existencia de un 11% que pertenece a otras zonas del país no especificadas.

Cuadro III.3.1.

Movimiento de turistas internacionales no residentes en Argentina.		
Año 1996.		
Lugares visitados.	En miles	Porcentaje
Capital Federal	1533,52	58,97
Zona Atlántica	170,00	6,54
Mendoza	227,44	8,75
Córdoba y Noroeste	138,79	5,34
Bariloche. San Martín de los Andes	88,08	3,39
Cataratas del Iguazú	66,60	2,56
Ushuaia. Glaciar Perito Moreno. Puerto Madryn	76,93	2,96
Resto del país	299,20	11,51
Total	2600,56	100,00

Fuente: Encuesta internacional de turismo, INDEC (1997).

III.4. Perfil turístico de las provincias argentinas.

Esta sección estudia la importancia relativa del sector turístico en las provincias argentinas. La primera parte analiza los puestos de trabajo ocupados en el sector turístico con respecto al empleo en otros sectores. La segunda parte analiza los ingresos por turismo con respecto a los ingresos por exportaciones.

III.4.a. Puestos de trabajo ocupados.

Esta sección analiza los puestos de trabajo ocupados. Se trata de comparar la participación provincial en el empleo del sector turístico —en relación al empleo del sector turístico de todo el país— con respecto a la participación provincial en el empleo de otros sectores de la economía. Los sectores considerados son el manufacturero, comercio, servicios y público. Además, es importante observar la relación entre la participación provincial en el PBI turístico y la participación provincial en el producto bruto interno total de la economía. Se estudia también la estructura interna del empleo provincial teniendo en cuenta los cinco sectores mencionados (manufacturero, comercio, servicios, turístico y público).

Estructura vertical del empleo en las provincias argentinas.

Esta sección analiza por un lado, la relación entre la participación provincial en el empleo del sector turístico y en el PBI total de la economía y por el otro la relación entre la participación provincial en el empleo del sector turístico y en el empleo de los sectores manufacturero, comercio, servicios y público.²⁶ El cuadro III.4.a.1. presenta una primer clasificación de las provincias de acuerdo a la participación provincial en el empleo del sector turístico con respecto al empleo en otros sectores.

Córdoba es la única provincia que presenta un número mayor que cien tanto para la relación entre empleo en el sector turístico y PBI de la economía como para la relación entre empleo en el sector turístico y empleo en los otros sectores de la economía. La participación de Córdoba —con respecto al total del país— en el empleo del sector turístico es mayor que su participación en el PBI total de la economía y mayor que su participación en el empleo de cada uno de los sectores considerados.

Capital Federal y las provincias de Catamarca, Río Negro y Santiago del Estero presentan una relación mayor que cien para cuatro de las cinco relaciones consideradas. Capital Federal tiene una relación menor que cien cuando se compara el empleo en el sector turístico con el empleo en el sector servicios. Catamarca, Río Negro y Santiago del Estero presentan una relación menor que cien cuando se compara el empleo en el sector turístico con el empleo en el sector público. Es decir, la participación de estas provincias en el empleo del sector turístico es menor que su participación en el empleo del sector público. Este resultado es interesante en términos de lo mencionado en el capítulo II donde se describe el modelo analítico. Estas tres provincias tienen mayor participación en el

²⁶ Esta relación es

$$\left[\left(\frac{Lt_j}{\sum_j Lt_j} \right) / \left(\frac{Lo_j}{\sum_j Lo_j} \right) \right]$$

donde Lt_j son los puestos de trabajo ocupados en el sector turístico en la provincia j

$\sum_j Lt_j$ es la suma de los puestos de trabajo ocupados en el sector turístico en todas las provincias

Lo_j son los puestos de trabajo ocupados en otro sector en la provincia j

$\sum_j Lo_j$ es la suma de los puestos de trabajo ocupados en otro sector en todas las provincias

o = PBI total, sector manufacturero, sector comercio, sector servicios y sector público.

empleo público cuando se lo compara con el empleo en el sector turístico. De las 24 jurisdicciones consideradas, sólo tres (Córdoba, Capital Federal y Santa Fe) tienen una relación mayor que cien para la relación entre participación provincial en el empleo del sector turístico y participación provincial en el empleo del sector público. Solamente en estas tres jurisdicciones la participación del empleo en el sector turístico es mayor que la del sector público.

Algunas provincias como Buenos Aires y Mendoza por un lado, y Santa Fe y San Juan por el otro, muestran lo opuesto a Córdoba, Catamarca, Río Negro, Santiago del Estero y Capital Federal, con una relación menor que cien para todos los casos considerados (Buenos Aires y Mendoza) y una relación menor que cien para cuatro de los cinco casos considerados (Santa Fe y San Juan). La participación de Buenos Aires y Mendoza en el empleo del sector turístico es menor que su participación en el PBI total de la economía y menor que su participación en el empleo de todos los sectores considerados. San Juan y Santa Fe muestran una relación menor que cien para cuatro de los cinco casos considerados. Santa Fe es una de las tres jurisdicciones que tiene una relación mayor que cien al compararse empleo en el sector turístico y empleo en el sector público (es decir, mayor participación en el empleo del sector turístico que en el empleo del sector público).

Cuadro III.4.a.1.

Estructura vertical del empleo en las provincias argentinas (incluida Capital Federal).					
Año 1994.					
	Sector turístico	Sector turístico	Sector turístico	Sector turístico	Sector turístico
	y PBI total	y manufacturero	y comercio	y servicios	y público
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Córdoba	132,76	128,50	103,33	123,63	134,70
Capital Federal	135,97	156,44	165,23	86,82	361,23
Catamarca	174,59	160,04	160,04	321,86	45,78
Sgo del Estero	150,23	334,25	111,42	158,16	46,90
Río Negro	118,30	295,74	108,96	193,39	78,53
Santa Cruz	75,14	296,79	118,72	147,74	48,28
Chaco	144,57	176,70	88,35	159,03	46,52
Corrientes	107,25	190,37	84,61	163,04	41,23
Tierra del Fuego	107,66	81,82	136,37	160,55	88,28
Entre Ríos	120,87	146,46	95,76	124,74	68,97
Misiones	119,67	110,69	88,55	159,20	45,83
San Luis	108,52	41,44	113,95	151,40	61,01
Neuquén	63,41	237,15	91,21	140,54	45,90
Salta	94,43	195,46	93,08	134,16	52,15
La Rioja	181,57	83,00	96,84	182,46	30,87
Jujuy	94,24	133,11	88,74	134,53	42,05
Formosa	80,84	137,42	51,53	111,20	14,28
La Pampa	50,51	123,25	61,62	121,35	46,21
Tucumán	83,82	125,74	95,56	106,25	62,56
Chubut	69,76	105,91	97,08	121,71	68,76
San Juan	99,10	80,10	68,66	143,25	44,44
Santa Fe	85,81	85,90	85,01	96,56	113,52
Buenos Aires	77,20	60,24	77,06	86,06	98,86
Mendoza	69,23	81,98	69,23	95,70	74,89

(1) Relación entre la participación provincial en el empleo del sector turístico (con respecto al empleo del sector turístico de todo el país) y la participación provincial en el PBI total.

(2) Relación entre la participación provincial en el empleo del sector turístico (con respecto al empleo del sector turístico de todo el país) y la participación provincial en el empleo del sector manufacturero.

(3) Relación entre la participación provincial en el empleo del sector turístico (con respecto al empleo del sector turístico de todo el país) y la participación provincial en el empleo del sector comercio.

(4) Relación entre la participación provincial en el empleo del sector turístico (con respecto al empleo del sector turístico de todo el país) y la participación provincial en el empleo del sector servicios.

(5) Relación entre la participación provincial en el empleo del sector turístico (con respecto al empleo del sector turístico de todo el país) y la participación el empleo del sector público.

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Censo Nacional Económico, INDEC (1994).

Estructura horizontal del empleo en las provincias argentinas.

Además de observar la participación de cada una de las provincias en el empleo de los sectores mencionados con respecto al total del país, un análisis completo implica estudiar la estructura interna del empleo de las provincias. La estructura interna consiste en establecer cómo se asigna la estructura laboral entre sectores, es decir, la participación de cada una de las ramas consideradas (sector manufacturero, comercio, servicios, turístico y público) en el total de empleo de la provincia.²⁷ El Cuadro III.4.a.2. presenta la estructura interna del empleo de cada una de las provincias.

La provincia de Córdoba es la que presenta una mayor participación del empleo en el sector turístico en relación a su estructura interna de empleo: 6,41%; los sectores manufacturero, servicios y público absorben alrededor del 29% de la fuerza de trabajo cada uno y el sector comercio sólo ocupa el 4% del empleo total.

Capital Federal se encuentra segunda en importancia con respecto a estructura interna del empleo en el sector turístico: 5,84%. Este valor es superado por la participación del empleo público (10%), el sector servicios es importante (39%) y los otros dos sectores (manufacturero y comercio) ocupan el 22% del empleo total cada uno de ellos.

Río Negro, Catamarca, Tierra del Fuego y Santa Cruz son las que siguen en importancia —en términos de porcentaje del empleo en el sector trabajo dentro de una provincia— en relación a otras provincias. Entre ellas, Catamarca es la cuarta en importancia en cuanto a su participación de empleo en el sector turístico en relación con el empleo total de la provincia (casi 4%) mientras que el empleo público absorbe más del 56% del total de los trabajadores (los sectores manufacturero y comercio ocupan cerca del 15% cada uno mientras que el sector servicios cerca del 7%).

Entre las provincias con una participación menor del empleo en el sector turístico en relación al empleo total de la provincia se encuentran Formosa, La Rioja, San Juan, San Luis y La Pampa (menos del 3% del empleo de cada provincia está

²⁷ Esta relación es

$(L_i / \bar{L})$

donde i = sector manufacturero, sector comercio, sector servicios, sector turístico y sector público.

dedicado a la actividad turística). Sólo el 1,5% del empleo de la provincia de Formosa pertenece al sector turístico y más del 65% del empleo total pertenece al empleo público. La Rioja tiene un pequeño porcentaje de trabajadores en el sector turístico (2,65%) mientras que su estructura laboral se centra en el empleo del sector público, el cual absorbe más del 50% del empleo total (53,49%). San Luis presenta una estructura laboral bien distinta con una gran participación del empleo del sector manufacturero y una pequeña participación del empleo del sector turístico.

Las relaciones entre empleo en el sector turístico y empleo en el sector público dentro de la estructura laboral de una provincia están estrechamente vinculadas al modelo presentado en el capítulo II. Algunas provincias cuya participación en el sector turístico es alta también tienen una participación importante del empleo público en su estructura interna de empleo. Este es el caso principalmente de Catamarca, Santa Cruz y Santiago del Estero. También se observa una participación importante del empleo público en relación al empleo total en algunas provincias donde el porcentaje de empleo del sector turístico no es significativo en relación a otras provincias (Jujuy, La Rioja, Formosa).

Cuadro III.4.a.2.

Estructura horizontal del empleo en las provincias argentinas (incluida la Capital Federal).						
Año 1994.						
En porcentaje.						
	Participación	Participación	Participación	Participación	Participación	Total
	del sector	del sector	del sector	del sector	del sector	
	manufacturero	comercio	servicios	público	turístico	
Córdoba	29,69	4,09	30,15	29,66	6,41	100,00
Capital Federal	22,15	22,79	39,13	10,08	5,84	100,00
Río Negro	10,15	30,20	15,02	39,64	4,99	100,00
Catamarca	16,21	15,51	7,51	56,61	4,16	100,00
Tierra del Fuego	31,90	19,66	15,02	29,28	4,15	100,00
Santa Cruz	7,06	21,42	15,77	51,74	4,01	100,00
Sgo del Estero	7,70	22,16	14,36	51,89	3,90	100,00
Entre Ríos	16,23	26,45	18,18	35,24	3,90	100,00
Santa Fe	25,75	27,96	22,28	20,31	3,70	100,00
Chubut	20,56	24,97	17,54	33,26	3,67	100,00
Salta	11,36	25,21	15,90	43,85	3,67	100,00
Tucumán	17,17	24,15	19,54	35,57	3,57	100,00
Neuquén	8,29	25,52	14,63	48,02	3,54	100,00
Chaco	11,64	25,34	12,77	46,76	3,49	100,00
Corrientes	10,60	25,21	11,63	49,30	3,26	100,00
Misiones	17,23	23,63	11,84	44,06	3,24	100,00
Mendoza	22,94	29,07	18,94	25,93	3,12	100,00
Buenos Aires	30,69	25,87	20,88	19,48	3,09	100,00
Jujuy	14,52	23,29	13,35	45,76	3,09	100,00
La Pampa	13,22	29,75	14,18	39,90	2,96	100,00
San Luis	41,31	15,49	11,02	29,31	2,87	100,00
San Juan	21,39	25,36	11,33	39,13	2,79	100,00
La Rioja	18,29	17,12	8,45	53,49	2,65	100,00
Formosa	6,66	18,67	7,83	65,34	1,50	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Censo Nacional Económico, INDEC (1994).

III.4.b. Ingresos de divisas.

En esta sección se establecen relaciones en términos de los ingresos de divisas de las provincias (por turismo y por exportaciones).²⁸ Se analiza la estimación de los

²⁸ Como ingresos por turismo se consideran los que surgen de distribuir entre las provincias los ingresos por turismo correspondientes al total del país de acuerdo a la estimación realizada en la sección III.2. en base a los puestos de trabajo ocupados.

ingresos por turismo e ingresos por grandes rubros de exportación de las provincias argentinas. Primero, se compara la participación provincial en los ingresos del sector turístico - en relación a los ingresos por turismo de todo el país —con respecto a la participación provincial en los ingresos por grandes rubros de exportaciones (productos primarios, manufacturas de origen agropecuario, manufacturas de origen industrial y combustibles y energía). Segundo, se estudia la estructura interna de los ingresos de divisas provinciales teniendo en cuenta los cinco sectores generadores de divisas (el sector turístico y las exportaciones de productos primarios, manufacturas de origen agropecuario, manufacturas de origen industrial y combustibles y energía).

Estructura vertical de los ingresos de divisas en las provincias argentinas.

Esta sección presenta la relación que existe entre la participación provincial en los ingresos por turismo - en relación a los ingresos por turismo de todo el país - con respecto a la participación provincial en los ingresos por exportaciones (productos primarios, manufacturas de origen agropecuario y de origen industrial y combustibles y energía).²⁹ El cuadro III.4.b.1. presenta una clasificación de las provincias de acuerdo a la participación provincial en los ingresos del sector turístico con respecto a los ingresos en otros sectores.

Catamarca tiene la mayor participación provincial en los ingresos por turismo - en relación a los ingresos totales de todo el país - con respecto a los ingresos por exportaciones y presenta una relación mayor que cien para las cuatro relaciones. Corrientes, Jujuy, Formosa, Salta, Santiago del Estero, La Pampa, Chaco y San Juan presentan participación provincial en los ingresos por turismo mayor que cien en tres de los cuatro casos considerados.

²⁹ Esta relación es

$$[(It_j / \sum_j It_j) / (Io_j / \sum_j Io_j)]$$

donde It_j son los ingresos por turismo en la provincia j

$\sum_j It_j$ es la suma de los ingresos por turismo en todas las provincias

Io_j son los ingresos por otra actividad en la provincia j

$\sum_j Io_j$ es la suma de los ingresos por otra actividad en todas las provincias

o = ingresos por exportaciones de productos primarios, ingresos por exportaciones de manufacturas de origen agropecuario, ingresos por exportaciones de manufacturas de origen industrial e ingresos por exportaciones de combustibles y energía.

La provincia de Córdoba —la "más turística" de acuerdo a la sección III.4.a.— muestra gran diversificación en los ingresos de divisas de las provincias.

Las provincias de Tierra del Fuego y Chubut muestran una relación menor que cien para todos los casos considerados.

Cuadro III.4.b.1.

Estructura vertical de los ingresos de divisas en las provincias argentinas (incluida Capital Federal).				
Año 1996.				
	Ingresos por turismo	Ingresos por turismo	Ingresos por turismo	Ingresos por turismo
	y PP	y MOA	y MOI	y C y E
	(1)	(2)	(3)	(4)
Catamarca	243,90	1463,38	719,69	
Sgo del Estero	36,56	5557,13	1971,89	
Jujuy	52,86	200,36	347,76	8114,47
Formosa	45,42	179,51	1884,90	128,22
Chaco	19,78	198,66	1154,11	
Salta	36,97	950,71	519,57	115,76
La Pampa	25,45	361,22	971,55	170,76
Corrientes	78,06	380,50	203,60	
San Juan	184,65	65,69	156,40	
La Rioja	5312,80	24,37	98,39	
Santa Fe	48,51	11,23	121,78	1401,59
Río Negro	34,78	95,90	782,22	122,29
Bs As y Capital	144,13	91,72	57,76	512,08
Neuquén	98,75	114,86	426,88	8,01
Entre Ríos	45,77	78,73	272,34	
San Luis	313,36	38,99	41,02	
Misiones	142,89	78,77	51,60	
Tucumán	87,59	82,81	70,47	
Córdoba	59,15	61,69	89,85	
Santa Cruz	8,48	97,97	326,97	3,16
Mendoza	140,89	54,16	89,92	59,15
Tierra Del Fuego	78,26	30,92	64,95	13,36
Chubut	25,97	30,09	25,76	34,14

* Buenos Aires y Capital Federal están juntas debido a que el dato de exportaciones no está disponible por separado para estas jurisdicciones.

(1) Relación entre la participación provincial en los ingresos por turismo (con respecto a los ingresos por turismo de todo el país) y la participación provincial en los ingresos por exportaciones de productos primarios.

(2) Relación entre la participación provincial en los ingresos por turismo (con respecto a los ingresos por turismo de todo el país) y la participación provincial en los ingresos por exportaciones de manufacturas de origen agropecuario.

(3) Relación entre la participación provincial en los ingresos por turismo (con respecto a los ingresos por turismo de todo el país) y la participación provincial en los ingresos por exportaciones de manufacturas de origen industrial.

(4) Relación entre la participación provincial en los ingresos por turismo (con respecto a los ingresos por turismo de todo el país) y la participación provincial en los ingresos por exportaciones de combustibles y energía.

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Censo Nacional Económico, INDEC (1994) y Estudios Fiscales N° 64 (1998).

Estructura horizontal de los ingresos de divisas en las provincias argentinas.

Además de observar la participación de cada una de las provincias en los ingresos de divisas de los sectores mencionados con respecto al total del país, un análisis completo implica estudiar la estructura interna de los ingresos de divisas. La estructura interna consiste en establecer cómo se asigna la estructura de ingresos entre sectores, es decir, la participación de cada uno de los rubros considerados (productos primarios, manufacturas de origen agropecuario, manufacturas de origen industrial, combustibles y energía y turismo) en el total de ingresos de la provincia.³⁰ El Cuadro III.4.b.2. presenta la estructura interna de los ingresos de divisas de cada una de las provincias.

En Catamarca los ingresos por turismo representan el 62% de los ingresos de divisas de la provincia. Las provincias de Corrientes, Jujuy, San Juan y Santiago del Estero (con un porcentaje de ingresos por turismo que varía entre 25 y 33%) siguen en orden de importancia.

Santa Cruz presenta una estructura interna de divisas basada fundamentalmente en los ingresos por exportaciones de combustibles y energía con una pequeña participación de los ingresos por turismo. Neuquén también basa sus ingresos de divisas en las exportaciones de combustibles y energía (80%) y los ingresos por turismo (si bien es uno de los menores en relación a otras provincias), iguala o supera la participación de los ingresos derivados de otros sectores.

³⁰ Esta relación es

$(I_i / \bar{I})$

donde i = ingresos por exportaciones de productos primarios, ingresos por exportaciones de manufacturas de origen agropecuario, ingresos por exportaciones de manufacturas de origen industrial, ingresos por exportaciones de combustibles y energía e ingresos por turismo.

Cuadro III.4.b.2.

Estructura horizontal de los ingresos de divisas en las provincias (incluida Capital Federal).						
Año 1996.						
	Ingresos	Productos	Manufacturas	Manufacturas	Combustibles	Total
	por turismo	primarios	de origen	de origen	y Energía	
			agropecuario	industrial		
Catamarca	61,83	25,35	4,23	8,59	0,00	100,00
Corrientes	32,95	42,21	8,66	16,18	0,00	100,00
Jujuy	27,10	51,26	13,52	7,79	0,33	100,00
San Juan	27,00	14,62	41,11	17,27	0,00	100,00
Santiago del Estero	26,29	71,91	0,47	1,33	0,00	100,00
Formosa	21,78	47,95	12,13	1,16	16,98	100,00
Bs As y Capital	21,23	14,73	23,14	36,75	4,15	100,00
Tucumán	20,97	23,94	25,33	29,76	0,00	100,00
Entre Ríos	20,74	45,31	26,34	7,61	0,00	100,00
Salta	20,55	55,58	2,16	3,96	17,75	100,00
Misiones	20,38	14,26	25,87	39,49	0,00	100,00
Córdoba	18,44	31,17	29,88	20,52	0,00	100,00
Río Negro	17,06	49,03	17,79	2,18	13,95	100,00
La Pampa	16,97	66,66	4,70	1,75	9,94	100,00
La Rioja	16,29	0,31	66,84	16,56	0,00	100,00
San Luis	15,82	5,05	40,57	38,56	0,00	100,00
Mendoza	15,73	11,16	29,04	17,49	26,59	100,00
Chaco	15,05	76,07	7,58	1,30	0,00	100,00
Santa Fe	7,78	16,03	69,25	6,39	0,55	100,00
Tierra del Fuego	6,88	8,79	22,25	10,59	51,49	100,00
Chubut	6,67	25,70	22,18	25,91	19,54	100,00
Neuquén	6,41	6,49	5,58	1,50	80,01	100,00
Santa Cruz	2,18	25,75	2,23	0,67	69,17	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Censo Nacional Económico, INDEC (1994) y Estudios Fiscales N° 64 (1998).

III.5. Clasificación de las jurisdicciones.

Esta sección clasifica a las jurisdicciones de acuerdo a su grado de "especialización turística" según los criterios desarrollados en las secciones III.4.a. y III.4.b. El cuadro III.5.1. muestra el orden de las jurisdicciones de acuerdo a las distintas clasificaciones.

Cuadro III.5.1.

Orden de las provincias (incluida Capital Federal) de acuerdo al grado de especialización turística.				
Varios criterios.				
	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4
Buenos Aires	23	18	17	8
Capital Federal	2	2	16	7
Catamarca	3	4	1	1
Chaco	7	14	3	18
Chubut	20	10	23	21
Córdoba	1	1	19	12
Corrientes	8	15	4	2
Entre Ríos	10	8	12	9
Formosa	17	24	7	6
Jujuy	16	19	6	3
La Pampa	18	20	9	14
La Rioja	15	23	10	15
Mendoza	24	17	21	17
Misiones	11	16	13	11
Neuquén	13	13	17	22
Río Negro	4	3	15	13
Salta	14	11	8	10
San Juan	21	22	5	4
San Luis	12	21	11	16
Santa Cruz	6	6	20	23
Santa Fe	22	9	14	19
Sgo del Estero	5	7	2	5
Tierra del Fuego	9	5	22	20
Tucumán	19	12	18	8

Criterio 1: según relaciones de empleo en el sector turístico - empleo en otros sectores mayores que cien (estructura vertical del empleo; cuadro III.4.a.1.)

Criterio 2: según participación del empleo en el sector turístico en la estructura interna del empleo (estructura horizontal del empleo; cuadro III.4.a.2.)

Criterio 3: según relaciones de ingresos por turismo - ingresos por exportaciones mayores que cien (estructura vertical de los ingresos de divisas; cuadro III.4.b.1.)

Criterio 4: según participación de los ingresos por turismo en la estructura interna de ingresos de divisas (estructura horizontal de los ingresos de divisas; cuadro III.4.b.2.).

Fuente : Elaborado en base a los cuadros III.4.a.1., III.4.a.2., III.4.b.1. y III.4.b.2.

El cuadro III.5.2. presenta los coeficientes de correlación entre los distintos criterios utilizados para clasificar a las provincias. Los criterios 1 y 2, por un lado y los criterios 3 y 4 por el otro, muestran cierto grado de correlación (0,6704 para los dos primeros y 0,6514 para los dos segundos) y esto se debe principalmente a la metodología empleada.

Los criterios 1 y 2 se basan en clasificaciones de acuerdo a las características laborales de las provincias, tanto desde el punto de vista de la estructura vertical del empleo (participación provincial en el empleo del sector turístico con respecto al empleo del sector turístico del total del país) como desde el punto de vista de la estructura horizontal (participación del sector turístico dentro del total de empleo de una provincia). Por su parte, los criterios 3 y 4 se basan en clasificaciones de acuerdo a las características de los ingresos de divisas de las provincias, tanto desde el punto de vista de la estructura vertical de los ingresos (participación provincial en los ingresos por turismo con respecto a los ingresos por turismo del total del país) como desde el punto de vista de la estructura horizontal (participación de los ingresos por turismo dentro del total de ingresos de divisas de una provincia).

Cuadro III.5.2.

Coefficientes de correlación de los criterios utilizados para la clasificación de las provincias				
	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4
Criterio 1	1,0000	0,6704	0,1757	0,1168
Criterio 2	0,6704	1,0000	-0,3122	-0,1157
Criterio 3	0,1757	-0,3122	1,0000	0,6514
Criterio 4	0,1168	-0,1157	0,6514	1,0000

Fuente: Elaboración propia en base al cuadro III.5.1.

CAPÍTULO IV.

EL ROL DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS.

El objetivo de este capítulo es examinar algunos de los principales problemas que enfrenta el sector turístico en nuestro país y brindar elementos para el diseño y la evaluación de las políticas públicas para el sector. El accionar del sector público y del sector privado requieren la definición previa de los "problemas" de la industria turística - tanto como consecuencia de la etapa particular que esté atravesando el destino o como consecuencia de problemas intrínsecos del sector. De este modo, se puede llevar adelante la actividad asignando de manera eficiente los esfuerzos y lograr resultados exitosos en la aplicación de las políticas.

La sección IV.1. describe las etapas de desarrollo de un destino turístico, elemento importante para el diseño adecuado de políticas. La sección IV.2. enumera los principales problemas del sector turístico en nuestro país - tanto del lado de la demanda como del lado de la oferta. La sección IV.3. estudia el rol del sector público en cuanto a políticas promocionales y políticas de desarrollo regional.

IV.1. Etapas de desarrollo de un destino turístico.

Los destinos turísticos atraviesan diferentes etapas en su desarrollo y su identificación es importante para el diagnóstico de la situación y el diseño y la evaluación de políticas.

Varios estudios en el área del turismo han tratado este tema (Kermath y Thomas, 1992; Lickorisch, 1994; Sessa, 1996). Siguiendo a Lickorisch, un destino turístico atraviesa tres etapas: la exploración, experimentación e iniciación; el desarrollo; y la maduración.³¹

La etapa de exploración, experimentación e iniciación distingue entre las acciones "involuntarias" de los individuos y las acciones deliberadas del sector privado y

³¹ Butler (1980) distingue las etapas en el ciclo de vida del destino en función de las relaciones turistas - residentes (exploración; "involvement ;" desarrollo; consolidación; estancamiento y rejuvenecimiento del área o declinación). Lickorisch (1994) las distingue en función del papel que deben jugar el sector público y el sector privado (exploración, experimentación e iniciación; despuegue; y maduración).

del sector público. El papel del sector público suele ser decisivo. La segunda etapa —desarrollo del destino turístico— determina que la etapa 1 ha sido exitosa y es el período donde la actividad experimenta el mayor crecimiento. La situación es dominada por el sector privado. Finalmente, la etapa de maduración puede derivar en estancamiento, crecimiento lento o declinación. Posibles opciones de continuación incluyen el "rejuvenecimiento" del área a través del desarrollo de una atracción artificial, la explotación de recursos anteriormente desaprovechados o su renovación. El ciclo completo por el que atraviesa un destino turístico —desde la exploración hasta la maduración— puede llevar muchos años o incluso siglos.³² Algunos indicios muestran que nuestro país está atravesando los primeros pasos de la etapa de desarrollo.³³

IV.2. Identificación de los problemas del sector turístico en nuestro país.

Como se ha mencionado, el diseño adecuado de las políticas que afectan al sector turístico depende en parte de la identificación de los problemas que enfrenta el sector, tanto del lado de la demanda como del lado de la oferta. A continuación se enumeran algunos de los principales.

³² Algunas características de las etapas mencionadas son importantes para el diagnóstico de la situación por la que atraviesa un destino turístico.

Dentro de la primer etapa, la acción "involuntaria" de los individuos se traduce en nuevos destinos turísticos que surgen sin el apoyo de una estructura detrás para su desarrollo, donde no hay patrones estacionales de demanda como tampoco facilidades designadas especialmente para los turistas. México es un claro ejemplo de acciones deliberadas del sector público o del sector privado en relación a "planificación" o "experimentación" turística (Cancún, Huatulco, Ixtapa - Zihuatanejo, Los Cabos).

En la etapa de desarrollo surge un patrón de demanda estacional, se proveen cada vez más facilidades y servicios para los visitantes y comienza la publicidad. Aparece un área turística bien definida y hay una gran actividad promocional.

La etapa de maduración puede derivar en tres resultados: estancamiento caracterizado por el debilitamiento de las llegadas de turistas, apertura de pocos nuevos establecimientos y desvanecimiento de la popularidad del destino; crecimiento lento; o declinación.

³³ Según The World Travel and Tourism Council (1995a), la contribución de viajes y turismo al PBI en Argentina es de 1,6 % en 1991 y la Secretaría de Turismo de la Nación (1997b) considera que la contribución es del 4 % en 1994.

Durante el año 1992 ingresaron al país casi 3 millones de turistas y esto generó ingresos por 3.000 millones de dólares, representando cerca del 20 % en el total de ingresos de divisas provenientes de turismo y exportaciones. En este año, se realizaron en el país 385 congresos y convenciones nacionales y 143 internacionales que implicaron un total de 180.000 participantes. Entre los años 1991-92, 319 proyectos muestran la evolución de la oferta hotelera con 177 hoteles inaugurados, 26 próximos a inaugurarse, 17 ampliaciones, 99 en construcción. En este período, también se registraron 192 proyectos de inversión.

IV.2.a. Problemas del lado de la demanda.

Estacionalidad de la demanda.

La estacionalidad de la demanda de turismo es uno de los problemas más importantes que enfrenta la actividad y afecta —en menor o mayor grado— a la mayoría de los destinos turísticos del mundo. La estacionalidad surge con motivo de diversos factores —el clima, las fiestas o eventos particulares, las vacaciones escolares, la estructura laboral que concentra los períodos vacacionales, etc.— y en general no está condicionada por factores propios de los destinos turísticos (Sánchez, 1997).

La principal consecuencia de la estacionalidad es la capacidad ociosa del capital que resulta durante la parte del año que no concentra la actividad. Los datos disponibles acerca de la capacidad ociosa hotelera para algunas provincias argentinas son un claro ejemplo.³⁴ La capacidad ociosa implica subutilización del capital instalado (Bull, 1994; Gibson, 1993) y fluctuaciones en los ingresos que afectan a los trabajadores locales y comerciantes, dando lugar al fenómeno de la temporalidad del empleo asociado al carácter eventual del contrato (Bull, 1994; Gibson, 1993; Rodríguez Woog y Hiernaux Nicolás, 1992).³⁵

El problema de la estacionalidad de la demanda o "demanda fluctuante" dentro de un período es común a muchas actividades económicas como por ejemplo el consumo de la mayoría de los servicios públicos (energía eléctrica, teléfonos, gas, transporte, etc). Las características comunes a estas actividades no son sólo la estacionalidad de la demanda (demanda cíclica, que fluctúa fuertemente en el tiempo) sino la imposibilidad de almacenar los productos derivados (Berg y Tschirhart, 1988).

³⁴ Ver trabajos del Consejo Federal de Inversiones en este tema.

³⁵ Rodríguez Wood y Hiernaux Nicolás (1992) relacionan el carácter eventual del contrato especialmente en los centros de playa y en las categorías más altas de la hotelería. También suponen que esta eventualidad es más marcada en el caso de la economía "informal."

Se puede corregir la estacionalidad a través de cierta flexibilización en las normas laborales o educativas de modo que se pudiera elegir el período de vacaciones, fraccionarlas o escalonarlas (Montaner Montejano, 1991; Vellas, 1995; Vanhove, 1996). La introducción de nuevos productos o la creación de "factores específicos regionales" pueden brindar oportunidades para el desarrollo sostenible de los destinos turísticos durante todo el año.³⁶ La estacionalidad deriva en distintos "productos turísticos" que surgen en el mercado según la época del año, dando lugar principalmente a condiciones diferentes de precios (Bull, 1994). Esto implica que deben surgir políticas de precios para atraer a los turistas en épocas distintas a las de demanda pico. Además de las políticas de precios, en la solución de este problema están implicadas - entre otras - las políticas de inversiones en el sector y las de estímulo al uso del servicio fuera del pico. Algunas políticas de promoción específicas al problema pueden ser efectivas.^{37 38}

Duración de la estadía media.

La duración de la estadía promedio es otro de los problemas del sector que se relaciona directamente con la reducida oferta de atractivos turísticos naturales y culturales, cuya escasez provoca que la estadía promedio sea de sólo 2 o 3 días y al mismo tiempo, evita la generación de turistas reincidentes.

El logro de una estadía promedio más prolongada y la reincidencia necesitan de la creación de actividades complementarias al atractivo principal de los destinos turísticos. Esto es, la creación de productos complementarios de modo de lograr el crecimiento de los destinos en base a economías de diversificación (Berg y

³⁶ Sánchez (1997) menciona la importancia de desarrollar nuevos productos turísticos para prolongar la temporada alta de modo que la concentración de la demanda abarque un período de tiempo mayor así como para "promocionar" la temporada baja.

³⁷ Uno de los factores que puede jugar un papel importante en la determinación de la estacionalidad de la demanda de un destino es el fenómeno de las catástrofes naturales. Una de las "soluciones" planteadas para atenuar la caída en la demanda producto de la temporada de huracanes en el Caribe ha sido ofrecer al turista un viaje adicional si el suyo se viera afectado por un huracán.

³⁸ En nuestro país, la estacionalidad es un problema que afecta a la mayoría de las provincias, ocurriendo la concentración de la demanda principalmente en los meses de verano y durante un corto período en invierno. Numerosos estudios en la Argentina se refieren a este problema (Sánchez, 1997; Gemelli, Arrieta y Nemerich, 1989; Viola, 1996; Rojas, 1991).

Tschirhart, 1988). Del mismo modo, el alentar políticas de precios no lineales (descuento por estadías más prolongadas) puede ser otra de las alternativas paliativas del problema.³⁹

Gasto medio de los turistas.

Jefferson (1994) y Vanhove (1996) consideran que la tendencia mundial parece demostrar que la demanda de altos estándares es cada vez mayor y que existe una tendencia a querer satisfacer necesidades con un alto grado de calidad del producto turístico. Vellas (1995) considera que el período del turismo masivo ha concluido y que se prevé una mayor selectividad en la demanda de turismo, con limitaciones cuantitativas y no cualitativas.

Es importante la distinción del origen de los flujos turísticos debido a las diferentes propensiones a gastar de cada uno de ellos, lo que se traduce en diferentes gastos medios (ver cuadro IV.3.a.3.). La distinción entre turismo interno o externo, turismo recreativo o de negocios, etc. son algunos de los aspectos a tener en cuenta para el diseño adecuado de políticas promocionales en relación principalmente a la elección de los mercados meta.

Destinos terminales o destinos de paso.

Las alternativas a la hora de visitar un destino turístico dependen de si se lo considera como de paso o como terminal. Muchos lugares de la Argentina —con importante potencialidad turística— no son considerados como destinos terminales sino como lugares de paso. Los destinos deben asociarse.⁴⁰

Concentración de la demanda de turismo.

La sección III.2. del capítulo III demostró el fenómeno de la concentración de la actividad turística según la medición del PBI turístico, principalmente a partir del valor agregado bruto. Del mismo modo, como se observa en la sección III.3, la

³⁹ La estadía promedio varía entre las provincias argentinas e incluso dentro de una misma provincia, pero la corta estadía promedio es en general un problema inherente a todas (ver Sánchez (1997) y Viola (1996)).

⁴⁰ Entre las provincias argentinas, La Pampa (Mayol, 1996) y Formosa (Defino, 1993) son ejemplos de este problema.

concentración de la demanda de turismo según el INDEC (1997) en la provincia de Buenos Aires y Capital Federal es importante. El objetivo es tratar de lograr polos de atracción de turistas centrados en algunas ciudades del interior del país.

IV.2.b. Problemas del lado de la oferta.

Infraestructura.

La base de una infraestructura adecuada para el desarrollo de la industria turística es una de las claves para el crecimiento sostenido de la actividad. En nuestro país, el problema se manifiesta a través del déficit de infraestructura adecuada —tanto específica del sector como general de la economía.

El sector público debe tener un grado importante de responsabilidad en la creación de las condiciones adecuadas para que el turismo se pueda desarrollar en nuestro país y debe definir políticas claras y precisas para proveer las condiciones mínimas para el desarrollo del sector. Sin embargo, es importante determinar que —para el desarrollo exitoso de la actividad— se necesita no sólo la actuación del sector público sino su actuación conjunta con el sector privado. Pareciera que —al menos en esta etapa del desarrollo del turismo en nuestro país y bajo la actual coyuntura económica— la inversión pública debería sentar las bases para el crecimiento económico y la posterior inversión privada (Munnell y Cook, 1990). El modelo del capítulo II aborda el tema de la inversión en infraestructura y su importancia como factor de crecimiento.

El tema de capacidad ociosa —que se da en numerosos lugares de nuestro país en épocas de baja demanda— ocasiona algunos problemas relacionados con la escasa capacidad de alojamiento en épocas de alta demanda. En algunos casos, los hoteles tienen su capacidad establecida para empresarios; en otros, no son aptos para recibir a grandes grupos.⁴¹

Capacitación de los recursos humanos.

⁴¹ Para el caso de las provincias argentinas, ver Laurencera de Dumais (1993).

El sector turístico es un sector intensivo en mano de obra (Bull, 1994). Gibson (1993) considera que uno de los beneficios del turismo es la creación de puestos de trabajo para aquellos individuos con pocas habilidades. Sin embargo, los requerimientos de capacitación en cada una de las áreas del sector son cada vez mayores y la falta de capacitación de los recursos humanos es uno de los problemas a solucionar.⁴²

Sector informal en el mercado de trabajo.

El desarrollo del sector turístico en algunas economías puede dar lugar al surgimiento de un sistema dual en el mercado de trabajo donde conviven un sector formal —derivado directamente de las necesidades de la actividad— y un sector informal. La dinámica del sector informal depende en parte de la dinámica del sector formal y de la actitud que asuma el gobierno (Kermath y Thomas, 1992).

IV.3. El rol del sector público.

Esta sección estudia el rol del sector público en el desarrollo de la actividad. La primera sección examina el rol del sector público como agente promotor de la actividad turística mientras que la segunda focaliza las acciones del sector público dirigidas al crecimiento de las economías regionales.

IV.3.a. Presupuestos totales y promocionales de las Administraciones Nacionales de Turismo. ⁴³

⁴² La Encuesta Nacional sobre Recursos Humanos en Turismo realizada por el INDEC (1996) muestra algunos resultados interesantes en relación a la necesidad de capacitación de los recursos humanos involucrados en el sector. El 77 % de los establecimientos hoteleros requiere capacitación, el 49 % de ellos manifiesta tener dificultades para reclutar personal, principalmente en los sectores de recepción y alimentos y bebidas (que son los dos sectores más intensivos en mano de obra calificada). El 92 % de las agencias de viajes y turismo requieren capacitación, el 64 % de ellos manifiesta dificultades para reclutar personal, principalmente en los sectores de ventas y promoción (que son los dos sectores más intensivos en mano de obra calificada).

⁴³ La Organización Mundial del Turismo (1996b) define como Administración Nacional de Turismo a los organismos del gobierno central con responsabilidad administrativa en turismo al más alto nivel, facultados para intervenir directamente en el sector turístico; y a los organismos autónomos de estatuto público, semipúblico o privado, establecidos o reconocidos por el Estado como organismos competentes a escala nacional para la promoción y el marketing del turismo internacional receptor.

El aumento de los presupuestos totales de las Administraciones Nacionales de Turismo (ANT) en los últimos cinco años ha sido persistente aunque no tan rápido como en épocas anteriores, con los mayores incrementos en países en desarrollo y con los mayores presupuestos en países como España y Francia —dos de los principales destinos turísticos del mundo.⁴⁴ Los presupuestos promocionales de las ANT parecen aumentar a una tasa ligeramente superior a la de los presupuestos totales, con los mayores aumentos en algunos países en desarrollo y con España y Francia con los mayores presupuestos promocionales - al igual que en el caso de los presupuestos totales.⁴⁵ En el mundo, casi el 50 % de los presupuestos totales y promocionales de las ANT corresponde a Europa mientras que la participación de América Latina es del 20 % (OMT, 1996b).

En la Argentina, el monto del presupuesto del año 1997 asignado a la Secretaría de Turismo de la Nación ha sido de un poco más de 56 millones de pesos (cuadro IV.3.a.1.). Esto es el 10 % dentro de los presupuestos totales de las ANT de América Latina y cerca de un 4 % dentro de los presupuestos promocionales de ellas.⁴⁶ El principal objetivo del programa "Desarrollo y promoción del turismo" es "fiscalizar, incentivar y promover el turismo, tanto en el orden nacional como internacional." La participación de este rubro dentro del presupuesto total de la Secretaría de Turismo es de sólo el 13,9 % mientras que los presupuestos promocionales en el mundo representan aproximadamente del 50 al 55 % de los presupuestos totales de las ANT.

⁴⁴ Los países en desarrollo mencionados no pertenecen a América Latina. Algunos de ellos son Bonaire, Myanmar, Costa de Marfil y Líbano. Además de España y Francia, Israel, Tailandia y Puerto Rico son algunos de los países con mayores presupuestos totales de sus ANT.

⁴⁵ Dentro de los países en desarrollo con mayores incrementos en los presupuestos promocionales se encuentran Líbano, Camerún, Lesotho, Israel y Filipinas. Se agregan dentro de los países con mayores presupuestos a Australia, el Reino Unido y Portugal.

⁴⁶ Los datos del presupuesto de la Secretaría de Turismo de la Nación Argentina corresponden al año 1997. Para la obtención de su participación en los presupuestos totales y promocionales de América Latina se trabaja con los datos de los presupuestos de las ANT correspondientes al año 1994 y se les aplica la tasa de crecimiento que tuvieron desde el año 1991 hasta dicho año. Argentina es uno de los países que no está incluido en el informe de la OMT sobre presupuestos de las ANT (que incluye a 109 países) por no haber enviado la información solicitada.

Cuadro IV.3.a.1.

Programas de la Secretaría de Turismo de la Nación.		
Presupuesto 1997.		
	En millones de pesos.	En porcentaje.
1. Dirección, planificación y administración	8,8	15,54
2. Desarrollo y promoción del turismo	7,8	13,88
3. Prestaciones turísticas	30,4	53,98
4. Postulación Olimpíadas Buenos Aires 2004	3,9	6,88
5. Gastos realizados fuera de las categorías	5,5	9,72
Total	56,4	100,00

Fuente: Presupuesto Nacional (1997).

Particularidades de las políticas promocionales.

Las políticas promocionales deben diseñarse y aplicarse de acuerdo a la segmentación de la demanda del mercado y en general, se desarrollan a partir de determinados objetivos que son los mercados meta. Estos pueden ser tanto el mercado interno como el externo y dentro de éste, se plantea el inconveniente de cuál es el país emisor de turismo que se debería captar a través de las políticas.

Las políticas promocionales pueden estar dirigidas hacia los países donde la afluencia de turistas hacia nuestro país ya es importante o hacia los países donde la afluencia de turistas hacia nuestro país es un mercado emergente. En el período comprendido entre 1983 y 1996, el promedio de participación de las llegadas de turistas de países limítrofes ha sido del 76 % mientras que casi el 11% del total de turistas proceden de Europa. Si bien en el período mencionado la participación de los turistas de países limítrofes ha sido siempre superior al 70%, existe una leve tendencia decreciente, junto con la participación decreciente de Estados Unidos. Por el contrario, el resto de América, el resto del mundo y Europa han ido aumentando paulatinamente su participación.

Cuadro IV.3.a.2.

Participación de los mercados emisores en el total de turistas ingresados al país.						
Años 1983-1996.						
En porcentaje.						
	Países límites	Resto de América	Estados Unidos	Europa	Resto del mundo	Total
Promedio 1983-1988	79,29	4,12	9,33	9,72	2,93	100,00
Promedio 1989-1996	73,78	5,56	5,02	11,33	4,31	100,00
Promedio 1983-1996	76,35	4,89	7,03	10,58	3,66	100,00

Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación (1997a).

Dos variables importantes afectan la decisión de elección de los mercados meta para la aplicación de las políticas promocionales: el gasto promedio y la estadía promedio de los turistas internacionales (cuadro IV.3.a.3.). Si bien la mayor parte de los turistas provienen de países limítrofes (esto podría indicar que no es necesaria la búsqueda de nuevos mercados emisores), es importante observar que tanto la estadía promedio como el gasto promedio (diario y por compras) es menor para estos países que para los del resto del mundo. La cuestión central radica en el objetivo a lograr: atraer el mayor número posible de turistas internacionales u obtener el mayor ingreso de divisas posible.

Cuadro IV.3.a.3.

Gasto promedio y estadía media de los turistas extranjeros ingresados a Argentina.					
Año 1993.					
Lugar de residencia.	Estadía	Gasto	Gasto	Gasto per	Gasto
	media	promedio	promedio	capita	promedio
	(días)	diario	por compras	(por estadía)	diario total
		(pesos)	(pesos)	(pesos)	(pesos)
Países limítrofes	5	85,50	141,00	568,50	113,70
EEUU y resto de América	10	168,00	330,00	2010,00	201,00
Europa y resto del mundo	12	168,00	330,00	2346,00	195,50

Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación (1997a).

Efectividad de las políticas promocionales.

La evaluación de la efectividad de las políticas promocionales no es una tarea fácil. La principal dificultad radica en la imposibilidad de aislar el impacto de la promoción de otros factores que pueden influir en el mercado turístico tales como el tipo de cambio, los acontecimientos políticos y sociales, las catástrofes naturales, etc.⁴⁷

Una de las medidas utilizadas para verificar la efectividad de las políticas promocionales es la relación entre el presupuesto asignado a políticas promocionales y el número de llegadas de turistas internacionales por un lado y los ingresos por turismo internacional por el otro.

El cuadro IV.3.a.4. muestra que el promedio de los países considerados invierten 8,19 dólares para obtener una llegada turística u 8,75 dólares para obtener mil dólares de ingresos, mientras que la Argentina tendría una gran efectividad en sus políticas promocionales. Para lograr una llegada turística, se invierten 1,82 dólares en políticas promocionales y para obtener mil dólares de ingresos se invierten sólo 1,71 dólares. Es decir que desde este punto de vista, Argentina aparece como uno de los países con políticas promocionales más efectivas en relación a las llegadas turísticas (después de Francia y España) y con mayor efectividad en relación a los ingresos por turismo.⁴⁸

Sin embargo, la medida de efectividad utilizada, si bien permite obtener algunas conclusiones, debe ser interpretada cuidadosamente. En un extremo, si un país no gastara nada en políticas promocionales para el turismo y recibiera un mínimo de un turista con mínimo gasto, el indicador de efectividad tendería a infinito.^{49 50}

⁴⁷ Con respecto al efecto de los acontecimientos políticos como factor importante que impacta en el turismo - y la relación entre estos hechos y las políticas promocionales de los países - un ejemplo claro es el de Egipto. En el año 1994, el gobierno de Egipto destinó 42 millones de dólares a una campaña de promoción en países extranjeros destinada a combatir las incidencias negativas de los actos terroristas (OMT, 1996b).

⁴⁸ Es importante mencionar que España y Francia se encuentran entre los países con mayores llegadas de turistas internacionales.

⁴⁹ El mismo problema se presenta al medir efectividad en otras áreas del sector público. Por ejemplo, es usual comparar dentro de un país o entre países el costo por peso recaudado para medir la eficiencia de las agencias recaudadoras. Como en el ejemplo del texto, si no se asignaran fondos a la agencia recaudadora pero existiera algún(os) individuo(s) que pagara voluntariamente, la eficiencia tendería a infinito. El ejercicio correcto es medir el costo marginal de la recaudación o, en el caso del texto, la productividad marginal del gasto promocional.

Cuadro IV.3.a.4.

Efectividad de los presupuestos promocionales de las ANT.			
Año 1995.			
	Presupuestos promocionales	Presupuestos promocionales	Ingresos por 1 dólar
	por llegadas turísticas	por mil dólares de ingresos	de promoción
Australia	23,32	12,80	78
Reino Unido	3,47	4,50	222
España	1,74	3,10	319
Francia	1,20	2,70	375
Singapur	8,35	7,10	141
Tailandia	7,42	6,80	148
Países Bajos	7,88	8,20	122
Irlanda	8,60	21,00	48
Portugal	3,92	8,30	121
Israel	15,97	13,00	77
Promedio	8,19	8,75	165,10
Argentina	1,82	1,71	584,58

Fuente: Organización Mundial del Turismo (1996b).

IV.3.b. El rol del sector público y el turismo como factor de desarrollo regional.

Para estimular el crecimiento de las economías provinciales es necesario aprovechar las ventajas comparativas. "Para que en los próximos años las economías del interior puedan crecer, la clave está en introducir modificaciones en la organización económica del país que aseguren que las decisiones individuales y colectivas promuevan el aprovechamiento eficiente de las ventajas comparativas de las distintas regiones y eviten los procesos de excesiva e ineficiente concentración económica y demográfica." (Cavallo y Zapata, 1986: 155). Es necesario, además, aprovechar los entornos físicos. La "variedad de recursos se distribuye a lo largo y a lo ancho de una geografía pródiga en ambientes naturales de excepcional belleza. Ello ha permitido el asentamiento de la población en

⁵⁰ Como muestra el cuadro IV.3.a.4., en Argentina se invierten 1,82 pesos en políticas promocionales para obtener una llegada turística (el presupuesto promocional es de aproximadamente 8 millones de pesos). Bajo el supuesto de que sólo se asignara 1 peso al presupuesto promocional, para obtener una llegada turística serían necesarios \$ 0,00000023 lo cual indicaría una gran efectividad de las políticas promocionales, lo que ciertamente constituye un absurdo.

entornos físicos que, lejos de ser inhóspitos, proveen ambientes agradables tanto para el trabajo como para el esparcimiento y pueden, además, constituirse en motivo de gran atracción turística" (Cavallo y Zapata, 1986: 24). Esto indica que nuestro país puede basar el crecimiento de algunos centros regionales en la actividad turística.

Numerosos estudios han planteado al turismo como un sector a incluir dentro de los programas de desarrollo regional debido a la importancia del mismo como actividad económica (Gibson, 1993; Jenkins, 1994). Los gobiernos centrales que persiguen objetivos de desarrollo regional pueden utilizar la planificación del turismo, a través del incentivo al crecimiento en algunas áreas más que en otras. En la actualidad, el Programa de Inversión para el Desarrollo Regional (MEyOSP, 1994) considera al sector turismo como uno de los sectores a financiar —además de vialidad, recursos hídricos y comercio exterior— debido a que se ha detectado el déficit de infraestructura actual considerado como uno de los principales limitantes para el desarrollo del potencial productivo. Con respecto a este punto, se ha mencionado la importancia del rol de las políticas públicas relacionadas con la infraestructura soporte del sector. La falta —o no— de infraestructura adecuada es determinante de la situación relativa de algunas provincias. La definición y realización de políticas adecuadas en este ámbito puede ser el factor clave que lleve a un crecimiento sostenido de la actividad en las economías regionales de nuestro país.⁵¹

El desarrollo de las provincias argentinas ha sido enfocado —en general— vía transferencias a los gobiernos que generaron distorsiones en la economía y asignación ineficiente de los recursos o bien vía promoción de actividades o sectores sin ventajas comparativas.

El modelo presentado en el capítulo II muestra un caso donde las transferencias a los gobiernos se traducen en un tamaño excesivo del sector público con respecto a

⁵¹ En relación a esto, Díaz (1994: 27) menciona que "a prerequisite for an efficient and competitive performance of the tourism sector lies in the existence of well - functioning support sector, in particular infrastructure (telecommunications, transportation, public utilities), public services (health, education and security - related services) and others such as financial services, professional and business - related services (e.g. consulting management and engineering)."

otros sectores en provincias que podrían haber basado su crecimiento en actividades rentables como el turismo. Algunas de las viejas ideas de Cavallo y Zapata (1986: 146) son ilustrativas en este caso. "La ausencia de demanda de mano de obra para actividades productivas que abortaron por la superposición de las distorsiones asociadas a las políticas nacionales, la ineficacia de los regímenes de promoción (...) recibieron como respuesta de los gobiernos provinciales la tendencia a demandar crecientes volúmenes de fondos federales para financiar la creación de empleo en el sector público." En este sentido, Cavallo y Zapata (1986: 151) concluyen que "el empleo público tiende no sólo a crear una fuerte dependencia de la economía regional hacia la remisión de fondos federales, sino que (...) crea condiciones que adormecen el espíritu creativo de la juventud, dando lugar a un temprano abandono de aspiraciones de progreso y a un acostumbramiento a la vida con fuertes limitaciones materiales, pero con pocos riesgos."

En muchas provincias, las actividades productivas se centraron en base a actividades promocionadas poco rentables por sí mismas. "La magnitud de los beneficios que conceden estos regímenes alienta una ineficiente asignación de recursos económicos que necesariamente conduce a un deterioro de las posibilidades de crecimiento del país, al sustituirse inversiones rentables por otras que se vuelven muy redituables exclusivamente por la presencia de los beneficios y que en ausencia de ellos no pueden subsistir" (Artana, 1991: 24).

Tanto las transferencias como la promoción de actividades sin ventajas derivan en altos costos de eficiencia en la asignación de recursos y significativos costos fiscales (Cavallo, 1984; Cavallo y Zapata, 1986; Artana, 1991). Es necesaria una nueva dimensión en la participación del Estado en las actividades productivas del país.

Con respecto a la relación entre el turismo y el empleo, es interesante el análisis de Baussola y Fiorito (1994). Estos autores estudian las políticas promocionales hacia el sur de Italia y concluyen que la posibilidad de creación de puestos de trabajo adicionales en el sector privado (sector servicios) puede ser un elemento que permita convencer a los gobiernos de evitar subsidios al sector industrial

cuyo objetivo sea solamente el de mantener el stock de empleo existente en un momento dado del tiempo. Bajo estas circunstancias, se plantea la conveniencia de estimular al sector servicios a partir de nuevas actividades empresariales que se conviertan en la base del crecimiento. Es así como se plantea la necesidad de asignar recursos para la creación de políticas promocionales en el sector turístico que permitan el desarrollo de la actividad y la creación de puestos de trabajo genuinos. El modelo del capítulo II plantea la relación entre el empleo en el sector turístico (considerado como un sector de servicios dentro del sector privado) y el sector público mientras que Baussola y Fiorito (1994) se refieren a la relación entre el empleo en el sector servicios y el empleo en actividades industriales promocionadas.

En relación a la creación de empleo o los niveles de empleo en este tipo de actividades, el crecimiento en el sector turístico (sector servicios) versus la declinación de otros sectores (por ejemplo, la agricultura) ha mejorado las oportunidades de empleo y ha ido cambiando los requerimientos de las habilidades laborales.⁵² Porto, Sosa Escudero y Lamarche (1998) demuestran que las regiones de nuestro país más especializadas en servicios (y construcción) tiene menores tasas de desempleo. Por lo tanto, el desarrollo de las políticas para estimular al sector servicios a partir de nuevas actividades empresariales (y dentro del sector servicios, estimular nuevas actividades empresariales en el sector turístico) puede ser un instrumento para la lucha contra el desempleo. En relación a este tema, Patton (1985) sugiere que la actividad turística tiene el potencial para utilizar la capacidad ociosa (trabajo, infraestructura o capacidad institucional) en regiones deprimidas. De este modo, se podría reducir el desempleo y se podrían distribuir los costos fijos de la infraestructura y de la capacidad institucional entre mayores unidades de consumo.

La nueva visión sería que el gobierno asuma el rol en cuanto al desarrollo de la infraestructura adecuada y a las actividades de promoción vinculadas al desarrollo del sector privado, especialmente en el área de servicios. Brohman (1996) sostiene que la participación del estado en el desarrollo del turismo es

⁵² Zho et. al. (1994) se refieren al caso de Hawái.

fundamental si se quiere mantener la cohesión y dirección en una estrategia de largo plazo.

Hayward (1995), estudiando el rol de los estados en las políticas de promoción de exportaciones, encuentra que los gastos de los gobiernos en estas políticas han crecido en los últimos tiempos. Estas incluyen servicios de información, ayuda para actividades de marketing, ayuda financiera, cambio en las regulaciones, etc. - políticas cuya aplicación debería ser extendida a la promoción del turismo considerado también como un sector exportador no tradicional. Del mismo modo, así como Coughlin y Cartwright (1995) concluyen que las actividades de promoción de exportaciones de los gobiernos tienen un impacto significativo sobre la performance comercial de los estados, podría inferirse que el impacto sobre los resultados turísticos - dada su característica de sector exportador - podría también ser significativo.

El desarrollo de la "capacidad empresarial" —que requiere la identificación de "factores de comportamiento empresarial"— para las exportaciones (empresarios dispuestos a asumir riesgos, estrategias de diferenciación de productos) es otra de las condiciones que Hayward (1995) considera más importantes para la acción de los estados, acciones que deberían ser dirigidas a promover estrategias apropiadas de negocios. El turismo es también un sector que requiere el desarrollo de una capacidad empresarial "específica."

CAPÍTULO V.

CONCLUSIONES.

Este trabajo se ocupa de la economía del sector turístico. La actividad turística — los viajes por razones de estado, comerciales, culturales, placer, etc.— remonta su origen a la época de "La Odisea," más de mil años antes de Cristo. Sin embargo, la actividad turística como estrategia para promover el crecimiento económico de los países es un fenómeno relativamente reciente.

La generación de divisas, el crecimiento económico, la creación de nuevos puestos de trabajo, la capacitación y calificación de los recursos humanos y la corrección de los desequilibrios regionales son algunos de los efectos más importantes del turismo como actividad económica.

Uno de cada diez empleos en el mundo es generado por la industria turística. En 1990, la contribución de la industria turística al PBI mundial fue de 10,8 % aproximadamente. En Argentina, el turismo se presenta como uno de los principales sectores generadores de divisas exhibiendo además un gran dinamismo. Entre 1983 y 1996, la tasa de crecimiento de los ingresos por turismo fue de casi el 400 % mientras que la de los ingresos por exportaciones del 200 %. Además, la participación de los ingresos por turismo en el total de ingresos de divisas del país aumentó en más del 100 % entre 1983 y 1993.

Nuestro país presenta potencialidades importantes para el desarrollo del sector turístico. Bellezas naturales, productos regionales, buen clima, grandes ciudades, aspectos históricos. Estos son los factores que explican el desarrollo y la distribución espacial de los destinos turísticos. Los recursos naturales y los factores vinculados a aspectos históricos son factores específicos regionales. Los accidentes históricos y las acciones de política económica pueden derivar en el surgimiento de un destino turístico explicado por las economías de aglomeración. La infraestructura pública —definida como cualquier facilidad, bien o institución provista por el estado que posibilita la unión entre la producción y el consumo— es un complemento importante de aquellos factores para la viabilidad del turismo como estrategia de crecimiento económico.

Las potencialidades para el desarrollo del sector en nuestro país permiten la identificación del grado de "especialización turística" de las provincias argentinas a partir de la estimación de la distribución de la actividad turística. En este trabajo, se obtuvo una medida de la contribución del sector turístico a las economías provinciales - a partir de la selección de ciertas actividades que se consideran parte del PBI turístico. Tanto los puestos de trabajo ocupados en el sector turístico y en otros sectores como los ingresos por turismo y por exportaciones son importantes indicadores que reflejan la posición relativa de cada una de las provincias y permiten clasificarlas de acuerdo a distintos criterios que denotan el grado de "especialización turística" de cada una de ellas. Por ejemplo, Córdoba es la provincia con mayor empleo en el sector turístico en términos de su estructura interna (6,4%) a pesar que sólo el 18% de sus ingresos de divisas proviene del turismo. Catamarca tiene casi el 62% de sus ingresos provenientes del turismo con el 4% de su oferta laboral empleada en el sector.

El diseño e implementación de políticas públicas adecuadas exige la identificación de los problemas que deben enfrentarse. La estacionalidad (capacidad ociosa, variabilidad en los ingresos de los trabajadores), la duración de la estadía media, y la concentración de la demanda son algunos de los problemas del lado de la demanda. El déficit de infraestructura, la falta de capacitación de los recursos humanos, las perturbaciones derivadas del desarrollo de un sector informal constituyen la problemática del lado de la oferta. En todas estas cuestiones, el sector público tiene un rol importante que cumplir.

En general, el desarrollo de las provincias argentinas ha sido enfocado vía promoción de actividades y sectores sin ventajas comparativas, o bien vía transferencias a los gobiernos provinciales para financiar sus propios presupuestos y los de sus municipalidades.

En nuestro país, las políticas de promoción industrial han sido utilizadas, con frecuencia, como estrategias para afrontar los desequilibrios territoriales y han generado ineficiencias productivas y altos costos fiscales. En otros países, se han utilizados estímulos similares (subsidios al sector industrial para mantener un

stock de empleo dado). Se puede concluir que actividades que se proyectan como muy rentables no lo son en ausencia de estos beneficios promocionales y, además, que es posible utilizar otras actividades (de tipo terciario) para generar empleo y equilibrar el desarrollo regional. San Luis es un claro ejemplo de una provincia con beneficios promocionales. Mientras que el sector manufacturero participa en más del 40% del empleo de la provincia, sólo el 2,8% pertenece al sector turístico. Además, la participación de la provincia en el empleo del sector turístico (con respecto al empleo en el sector turístico de todo el país) es menor que su participación en el empleo del sector manufacturero y en el del sector público.

Otro tipo de políticas usuales en Argentina ha sido la de realizar transferencias para financiar a los sectores públicos locales. La ausencia de ideas para el desarrollo de actividades productivas y las distorsiones emanadas de distintas políticas nacionales hicieron que los gobiernos provinciales fueran dependientes de la creación de empleo en el sector público. Es probable que la reducción de los impuestos que recaen sobre sectores rentables y la eliminación de los subsidios encubiertos al sector público logren efectos positivos sobre el empleo y sobre la eficiencia de la economía. Los impuestos sobre el sector turístico generan distorsiones en la posición competitiva de un destino, el desaprovechamiento de las ventajas comparativas y de las rentas de los recursos turísticos y la pérdida de eficiencia y competitividad de la economía. Ejemplos de este fenómeno son fáciles de encontrar entre las provincias argentinas. Sólo en tres de las 24 jurisdicciones (Córdoba, Santa Fe y Capital Federal) la participación provincial en el empleo del sector turístico (con respecto al empleo del sector turístico del total del país) es mayor que su participación en el empleo del sector público. Mientras que algunas provincias presentan una proporción alta —en términos relativos— tanto de empleo en el sector turístico como de empleo en el sector público (Catamarca, Santa Cruz y Santiago del Estero), otras presentan una proporción relativamente pequeña de empleo en el sector turístico comparada con la participación de más del 50 % en el empleo del sector público (Jujuy, La Rioja, Formosa).

Tradicionalmente, las políticas públicas orientadas al crecimiento han sido propiciadas por el Gobierno Nacional. Sin embargo, el margen para las políticas públicas locales (provinciales y municipales) es importante. Los instrumentos no

son los tradicionales: subsidios, créditos, exenciones impositivas. La nueva visión sería que el gobierno asuma el rol de eliminar las distorsiones existentes, fomentar el desarrollo de la infraestructura y llevar a cabo las actividades de promoción vinculadas al desarrollo del sector privado, especialmente en el área de servicios. Este nuevo rol del estado implica apoyar no sólo con infraestructura sino también con información para los empresarios y el público en general, la creación de un medio ambiente adecuado (limpieza, buen trato, ordenamiento urbano, socialización), el incentivo a la explotación de los recursos de la región, etc. Los servicios de información, la ayuda para actividades de marketing y el desarrollo de la capacidad empresarial "específica" a través de la identificación de "factores de comportamiento empresarial," entre otros son parte del nuevo rol que se sugiere debe asumir el sector público en reemplazo de las viejas políticas de transferencias a los gobiernos provinciales y municipales o de promoción a sectores sin ventajas comparativas. Desde esta visión, el esfuerzo del sector público argentino ha sido muy escaso comparado con los internacionales.

La introducción de nuevos productos y la creación de "factores específicos regionales" son los instrumentos que permitirán el desarrollo de la capacidad empresarial "específica" del sector turístico. El turismo como alternativa de crecimiento es búsqueda y creación de nuevos bienes regionales.

ANEXO.

Este anexo presenta dos alternativas para la distribución de la actividad turística y estimación del PBI turístico de las provincias argentinas. La que se presenta en el texto se realizó en base al total censal para las actividades relacionadas con el alojamiento y la atención al turista, por ser las más estrechamente relacionadas con el sector y para el resto de las actividades se consideró el 50 % de los valores del censo (el resto de las actividades comprenden restaurantes, transporte, actividades teatrales y musicales, actividades de entretenimiento, actividades de bibliotecas, actividades deportivas y otras).

Las alternativas consideradas en este anexo para la obtención del PBI turístico provincial son dos: la primera en base al total del valor censal para todas las actividades involucradas (cuadro 1) y la segunda en base al total del valor censal para dos de las actividades (alojamiento y actividades de atención al turista).

Cuadro 1.

Estimación del PBI turístico de las provincias (incluida Capital Federal)		
	Participación del valor agregado	Participación de puestos de trabajo
	bruto de cada provincia sobre el	ocupados de cada provincia sobre el
	valor agregado total del país	total de puestos de trabajo del país
Buenos aires	15,60	26,87
Capital	66,91	28,54
Catamarca	0,19	0,59
Chaco	0,58	1,61
Chubut	0,43	1,09
Córdoba	3,66	9,91
Corrientes	0,48	1,32
Entre Ríos	1,06	2,50
Formosa	0,10	0,34
Jujuy	0,25	0,95
La Pampa	0,18	0,54
La Rioja	0,13	0,39
Mendoza	0,86	1,97
Misiones	0,71	1,74
Neuquén	0,54	1,54
Río Negro	0,94	2,49
Salta	0,47	1,25
San Juan	0,24	0,85
San Luis	0,44	1,11
Santa Cruz	0,33	1,08
Santa Fe	3,58	8,72
Santiago del Estero	0,31	1,00
Tierra del Fuego	0,24	0,61
Tucumán	1,79	2,99
Total	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Censo Nacional Económico, INDEC (1994).

Cuadro 2.

Estimación del PBI turístico de las provincias (incluida Capital Federal)		
	Participación del valor agregado	Participación de puestos de trabajo
	bruto de cada provincia sobre el	ocupados de cada provincia sobre el
	valor agregado total del país	total de puestos de trabajo del país
Buenos Aires	16,53	18,02
Capital	48,04	35,09
Catamarca	0,30	0,68
Chaco	0,61	1,45
Chubut	1,25	1,66
Córdoba	8,41	10,78
Corrientes	0,78	1,41
Entre Ríos	1,84	2,38
Formosa	0,25	0,48
Jujuy	0,20	0,77
La Pampa	0,36	0,68
La Rioja	0,23	0,46
Mendoza	2,77	3,92
Misiones	2,23	1,86
Neuquén	1,36	1,88
Río Negro	3,55	4,16
Salta	1,16	1,85
San Juan	0,65	0,99
San Luis	0,71	1,28
Santa Cruz	0,81	0,93
Santa Fe	4,62	5,28
Santiago del Estero	0,79	1,45
Tierra del Fuego	1,05	0,83
Tucumán	1,52	1,74
Total	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Censo Nacional Económico, INDEC (1994).

REFERENCIAS.

- Ades, A.F. y E.L. Glaeser. (1994a). "Evidence on growth, increasing returns and the extent of the market." Working paper N°4.714. *National Bureau of Economic Research*. Cambridge.
- Ades, A.F. y E.L. Glaeser. (1994b). "Trade and circuses: explaining urban giants." Working paper N°4.715. *National Bureau of Economic Research*. Cambridge.
- Artana, D. (1991). "La promoción económica en la Argentina: introducción y síntesis de los principales resultados." En Porto, A. (compilador). *Regulación de actividades económicas y financieras*. Instituto Torcuato Di Tella. Buenos Aires: 13-25.
- Arthur, B. (1989). "'Silicon Valley' locational clusters: when do increasing returns imply monopoly ?". *Mathematical Social Sciences* 19: 235-251. North-Holland.
- Auriol Martín, J. y E. Manzanera Díaz. (1998). "La economía del turismo: principales indicadores." *Cuadernos Económicos de Granada* 7: 15-39.
- Baussola, M. y R. Fiorito (1994). "Regional unemployment in Italy: sources and cures." *Journal of Policy Modeling* 16 / 5:497-527.
- Berg, S.V. y J.Tschirhart. (1988). *Natural monopoly regulation. Principles and practice*.
- Bernecker, P. (1959). *La posición del turismo en el sistema de rendimiento de la economía*.
- Bogart, W.T. (1998). *"The economics of cities and suburbs."* Prentice Hall. Upper Saddle River. New Jersey.
- Brezis, E.S. y P.Krugman. (1993). "Technology and the life cycle of cities." Working paper N°4.484. *National Bureau of Economic Research*. Cambridge. Press Syndicate of the University of Cambridge. Melbourne.
- 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.
- Butler, R.W. (1980). "The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources." *Canadian Geographer* 14/ 1: 1-52.
- Carone, G. (1959). "La interdependencia sectorial del turismo." *Revista Estudios Turísticos* 9. Madrid.
- Cavallo, D.F. (1984). *Volver a crecer*. Editorial Sudamericana - Planeta. Buenos Aires.
- Cavallo, D.F. y J.A. Zapata (1986). *El desafío federal*. Editorial Sudamericana - Planeta. Buenos Aires.

CEPAL. (1984). "Estructura del gasto de consumo de los hogares según finalidad del gasto, por grupos de ingreso." *Cuadernos Estadísticos de la CEPAL*. Santiago de Chile.

Chisari, O. (1995). "Productividad de los insumos públicos y de la infraestructura. Una evaluación de equilibrio general para la economía argentina y para la provincia de Buenos Aires." *Cuadernos de Economía* N° 12. Convenio Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires - Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata.

Coughlin, C.C. y P.A.Cartwright. (1987). "An examination of state foreign export promotion and manufacturing exports." *Journal of Regional Science* 27 / 3: 439-449.

Crouch, G.I. (1992). "Effect of income and price on international tourism." *Annals of Tourism Research* 19: 643-664.

Defino, J. y N.Rosemberg. (1993). "Plan recreativo turístico de la provincia de Formosa". Consejo Federal de Inversiones. Buenos Aires.

Díaz, D. (1994). "Strategic commercial policies: a proposal aiming at increasing the participation of developing countries in interantional tourism markets." Seminar on GATS implications for tourism. Milán: 27-32.

Figuerola, M. (1985). *Teoría económica del turismo*. Alianza Editorial. Madrid.

García - Quismondo Fernández, J.J. (1998). "Nuevas herramientas para la medición de la actividad en el sector turístico y el gasto de los turistas en Andalucía." *Cuadernos Económicos de Granada* 7: 93-104.

Gemelli, A., M.E. Arrieta y R.J.Nemerick. (1989). "Estudio del mercado de turismo para el área del lago Argentino". Consejo Federal de Inversiones. Buenos Aires.

Gibson, L.J (1993). "The potential for tourism development in nonmetropolitan areas" en D.L. Barkley (ed.) *Economic Adaptation: Alternatives for nonmetropolitan areas*. Boulder, CO: Westview Press:145-164.

Harberger, A.C. (1974). *Taxation and welfare*.

Hayward, D.J. (1995). *International trade and regional economies. The impacts of European integration on the United States*. Westview Press. Colorado.

Henderson, V. (1994). "Externalities and industrial development." Working paper N°4.730. *National Bureau of Economic Research*. Cambridge.

Holtz-Eakin, D. y A.E.Schwartz. (1994). Working paper N°4.824. *National Bureau of Economic Research*. Cambridge.

Hulten, C.R. y R.M.Schwab (1993). "Endogenous growth, public capital, and the convergence of regional manufacturing industries." Working paper N° 4.538. *National Bureau of Economic Research*. Cambridge.

INDEC. (1994). Censo Nacional Económico.

INDEC. (1996). Encuesta nacional sobre recursos humanos en turismo. Buenos Aires.

INDEC. (1997). Encuesta de turismo internacional. Buenos Aires.

INDEC (1998). Encuesta nacional de gastos de los hogares. 1996-1997. Buenos Aires.

Jefferson, A. (1994). "Relaciones entre mercado y producto." En Lickorish, L.J. et. al. *Desarrollo de destinos turísticos*. Editorial Diana. México: 11-67.

Jenkins, C.L. (1994). "Estrategias de desarrollo." En Lickorish, L.J. et. al. *Desarrollo de destinos turísticos*. Editorial Diana. México: 71-122.

Kakabadse, M.A. (1994). "The general agreement on trade in services : opportunities for tourism." Seminar on GATS implications for tourism. Milán: 3-9.

Kermath, B.M. y R.N. Thomas. (1992). "Spatial dynamics of resorts. Sosúa, Dominican Republic." *Annals of Tourism Research* 19: 173-190.

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

Laurencena de Dumais, L. (1993). "Plan de desarrollo turístico de la provincia de Catamarca." Consejo Federal de Inversiones. Buenos Aires.

Llach, J.J. y E.Amadasi (1998). "Hotelería y gastronomía: la hora de un gran salto adelante. Evolución en la década del noventa y proyecciones futuras." Buenos Aires.

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.

Lickorisch, L.J. (1994). "Estructura administrativa para el desarrollo del turismo." En Lickorisch, L.J. et. al. *Desarrollo de destinos turísticos*. Editorial Diana. México: 125-166.

Mariotti, A.. (1974). *Raccolta di studi sul turismo*. Roma.

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

Matsuyama, K. y T.Takahashi. (1993). "Self-defeating regional concentration." Working paper N° 4.484. *National Bureau of Economic Research*. Cambridge.

Mayol, A. (1996). "Programa de desarrollo para emprendimientos turísticos." Consejo Federal de Inversiones. Buenos Aires.

Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos de la Nación. (1994). "Argentina en crecimiento: 1995-1999. Programación regional." Buenos Aires.

- 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.
- Munnell, A.H. y L.M. Cook. (1990). "How does public infrastructure affect regional economic performance ?." *New England Review* Septiembre-Octubre: 12-33.
- Organización Mundial del Turismo (1996a). *Anuario de Estadísticas de Turismo*. Volúmenes 1 y 2. Madrid.
- Organización Mundial del Turismo (1996b). *Presupuestos de las administraciones nacionales de turismo*. Madrid.
- Organización Mundial del Turismo (1997). "Tendencias del mercado turístico: las Américas." Madrid.
- Patton, S.G. (1985). "Tourism and local economic development: factor outlets ant the reading SMSA." *Growth and Change* 16 / 3: 64-73.
- Porto, G. (1996). *Las Economías Regionales en Argentina*. Nuevohacer Grupo Editor Latinoamericano. Buenos Aires.
- Porto, A. (coordinador) (1998). "Exportaciones argentinas por provincias." *Estudios Fiscales* N° 64. La Plata.
- Porto, A., W.Sosa Escudero y C.Lamarche. (1998). "Aspectos regionales del desempleo en Argentina." XXXIV Reunión Anual de la AAEP. Mendoza.
- Presupuesto Nacional. (1997).
- Pulido San Román, A. (1966). *Introducción al análisis econométrico del turismo*. Instituto de Estudios Turísticos. Madrid.
- Rodríguez Woog, M. y D.Hiernaux Nicolás. (1992). "Turismo y absorción de la fuerza de trabajo: el caso de México." *Estudios y perspectivas en turismo* 1 / 1: 21-43. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires.
- Rojas, D. (1991). *Conexión Cosquín - Pan de Azúcar - Unquillo*." Consejo Federal de Inversiones. Buenos Aires.
- Rugg, D. (1973). "The choice of journey destination: a theorethical and empirical analysis." *Review of Economics and Statistics* 55 / 1: 64-72.
- Sánchez, A.L. (1997). "Segmentación de la afluencia de turistas a Ushuaia, Río Grande, Tolhuim". Consejo Federal de Inversiones. Buenos Aires.

Secretaría de Turismo de la Nación Argentina. (1994). "El turismo en cifras: Años 1983-1993." Buenos Aires.

Secretaría de Turismo de la Nación Argentina. (1997a). "El turismo en cifras: Años 1990-1996." Buenos Aires.

Secretaría de Turismo de la Nación Argentina (1997b). "Argentina: oportunidades para inversiones y negocios en turismo." Buenos Aires.

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.

Smeral, E.(1996). "Globalisation and changes in the competitiveness of tourism destinations." En *Globalisation and tourism*. Publication of AIEST. 46th Congress. Rotorua: 391-415.

Smeral, E. y S.F. Witt. (1996). "Economic forecasts of tourism demand to 2005." *Annals of Tourism Research* 23: 891-907.

Vanhove, N. (1996). "Globalisation of tourism demand : the underlying factors and the impact on marketing strategy." En *Globalisation and tourism*. Publication of AIEST. 46th Congress. Rotorua: 47-113.

Vellas, F. (1995). *El turismo*. Librerías turísticas. Buenos Aires.

Viola, C.F. (1996). "Proyecto de inversión turístico Perilago La Angostura, Taí del Valle, Tucumán". Consejo Federal de Inversiones. Buenos Aires.

Wason, G. (1997). Estudio de la OMT sobre la fiscalidad del turismo. Seminario sobre fiscalidad del turismo. Madrid.

World Development Report. (1994). *Infrastructure for development*. Oxford University Press. Washington.

World Travel and Tourism Council (1995a). "Argentina. Viajes y turismo." Bruselas.

World Travel and Tourism Council (1995b). "Mercosur. Viajes y turismo." Bruselas.

Zho, D. et. al. (1996). "Estimating economic impacts from tourism." *Annals of Tourism Research* 24: 76-89.