

LA PROBLEMÁTICA ECONÓMICA DEL TURISMO II

UN ABORDAJE TEÓRICO, APLICADO Y PRÁCTICO

Liliana María Dieckow
Elvira Alicia Lansse

A decorative graphic on the left side of the cover, consisting of a vertical stack of horizontal bars. The bars alternate between orange and white, with the top bar being orange. The text 'Colección: Cuadernos de Cátedra' is positioned to the right of this graphic.

Colección: Cuadernos de Cátedra



Editorial Universitaria

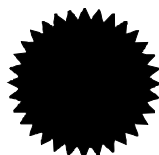
LA PROBLEMÁTICA ECONÓMICA DEL TURISMO II

Un abordaje teórico, aplicado y práctico

Liliana María Dieckow
Elvira Alicia Lansse

2017

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales
Universidad Nacional de Misiones
(UNaM)



EDITORIAL UNIVERSITARIA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

EDITORIAL UNIVERSITARIA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

Comandante José Félix Bogado 2160
Tel-Fax: 03764-428601

Correos electrónicos:
direccion@editorial.unam.edu.ar

Página WEB: www.editorial.unam.edu.ar

Colección: Cuadernos de Cátedra
Coordinación de la edición: Claudio O. Zalazar
Preparación para la WEB: Francisco A. Sánchez

Dieckow, Liliana María
La problemática económica del turismo II / Liliana María
Dieckow; Elvira Alicia Lansse. - 1a ed. - Posadas: EdU-
NaM - Editorial Universitaria de la Universidad Nacional
de Misiones, 2017.
Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-950-579-455-3

1. Turismo. 2. Investigación de Mercado. I. Lansse, Elvira
Alicia II. Título
CDD 338.4791

ISBN: 978-950-579-455-3
Impreso en Argentina
©Editorial Universitaria
Universidad Nacional de Misiones
Posadas, 2017

LAS AUTORAS

Liliana María Dieckow

FORMACIÓN ACADÉMICA

Licenciada en Turismo. FHyCS. UNaM (1997).

Técnica en Investigación Socioeconómica (TISE). FHyCS. UNaM (1998).

Profesora Universitaria en Turismo. Ciclo de Profesorado para Profesionales. UGD.

Especialista en Gestión de Producción y Ambiente. F. I. UNaM (2002).

Magister en Administración Estratégica de Negocios. F. C. E. UNaM (2002).

Doctora en Administración. F. C. E. UNaM (2006).

DOCENCIA ACTUAL

Profesor adjunto: Cátedra Problemática Económica del Turismo; Taller de Monografía de Grado, Pasantías y Elaboración de la Monografía Final, Productos Turísticos Nacionales desde 01/05/03. FHyCS. UNaM. Cátedras Investigación de Mercados, Investigación Científica. UGD Posadas, Misiones, desde 2002.

PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN UNIVERSITARIOS

Dirección de proyectos de investigación

Proyectos con impacto tecnológico y social de políticas públicas 2015-2016.

Proyecto: *“La gestión de calidad en empresas turísticas de Posadas (Argentina) y Encarnación (Paraguay) como destino turístico binacional. Análisis del programa SIGO y propuestas de medición integral de gestión de calidad”*. Código 16H/415.

Proyecto: *“Diagnóstico del destino turístico Posadas-Encarnación (2015-2017)”*. Código: 16H/416.

Proyecto: *“¿Desarrollo local o enclave turístico? El caso paradigmático de Santa Ana, Misiones, Argentina”*. FHyCS. UNaM.

Proyecto de Investigación Científica y Tecnológica orientados (PICTO 2006 N° 37038) *“Estudio de Calidad de los Servicios Turísticos e imagen del Destino Iguazú Cataratas”*. UNaM- ANPCyT - FONCyT PICTO 2006.

Proyecto: *“Estudio de las nuevas modalidades y tendencias de turismo en la provincia de Misiones. Estudio de caso: Destino turístico Iguazú, Argentina”*. Código: 16H/ 250. FHyCS. UNaM.

Participación en proyectos de investigación. Interuniversidades

Proyectos de Investigación Orientada (PIO) CONICET-MINTUR: concurso 2016-2017. Resolución 2788/16 del Directorio del CONICET. Número de proyecto: 21020150100001CO. Directora: Alicia Iglesias. Proyecto: *“Desarrollo turístico sustentable en espacios fronterizos de integración. Pautas teórico-metodológicas para el diseño, planificación y gestión público-privada de circuitos transfronterizos potenciales. Estudio de casos”*. Período: 2017- 2018.

Fondos ANCYF y FONCYT / PICT 00013 (2003-2007)

Proyecto: "Las universidades frente a las demandas productivas: el rol promotor y la capacidad de intervención. Las respuestas de reorientación y cambio curricular".

PUBLICACIONES

Libros impresos

DIECKOW, Liliana; LANSSE, Elvira (2014): *El turismo y la investigación. Particularidades de su abordaje*. Posadas, EdUNaM. ISBN 978- 950- 579-341-9.

DIECKOW, Liliana M.; TAMAGNI, Lucia; SENN, Jorge y CÁCERES, Angelina N. (2012): *La calidad e imagen de los destinos turísticos emergentes. Estudio de caso: Destino Iguazú Cataratas*. Buenos Aires. Editorial Tierra Colorada. ISBN: 978-987-27963-0-3.

DIECKOW, Liliana María (2010): *La problemática económica del turismo I: un abordaje teórico, aplicado y práctico*. 1a ed. Posadas, EdUNaM. ISBN 978-950-579-171-2. 1.

Libros digitales:

DIECKOW, Liliana María (2006): *Factores de gestión claves para la inclusión, continuidad y éxito en el agroturismo en Misiones, Argentina*. Publicado por la Universidad de Málaga en: <http://www.Eumed.net/tesisdoctorales/2006>. ISBN 13- 978-84-690-8109-9. Número de registro: 07/76454

DIECKOW, Liliana María (2010): *Turismo. Un abordaje micro y macroeconómico*. Publicado por la Universidad de Málaga en: <http://www.Eumed.net/libros/2010b/678/index.htm>. ISBN 13-978-84-693-2358-8 Número de registro: 10/45569

Elvira Alicia Lansse

FORMACIÓN ACADÉMICA

Guía de Turismo. FHyCS. UNaM (1997).

Licenciada en Turismo. FHyCS. UNaM (2005).

Magister en Desarrollo y Gestión Del Turismo. Universidad Nacional de Quilmes (2013).

Doctoranda del Doctorado en Ciencias Humanas y Sociales. FHyCS. UNaM.

DOCENCIA ACTUAL

Jefe de Trabajos Prácticos: Cátedra Productos Turísticos Mundiales, desde 01/05/03. FHyCS. UNaM.

Jefe de Trabajos Prácticos: Cátedra Taller de Monografía de Grado, Pasantías y Elaboración de la Monografía Final: Expansión Territorial Iguazú. Ciclo de la Licenciatura en Turismo. Año 2014. FHyCS. UNaM.

PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN UNIVERSITARIOS

Integrante de proyectos de investigación

Proyectos con impacto tecnológico y social de políticas públicas 2015-2016

Proyecto: "La gestión de calidad en empresas turísticas de Posadas (Argentina) y Encarnación (Paraguay) como destino turístico binacional. Análisis del programa SIGO y propuestas de medición integral de gestión de calidad". Código 16H/415.

Proyecto: "Diagnóstico del destino turístico Posadas-Encarnación (2015-2017)". Código: 16H/416.

Proyecto: "La profesionalización de los graduados universitarios en turismo en Misiones. Análisis de competencias, desempeño y propuestas de mejora" (2012-2014). Código: 16H 371.

Proyecto: "Diagnóstico y potencialidades para el diseño de un clúster turístico para la región costera del Río Uruguay. Misiones. Argentina" (2011-2013). Código: M193.

Proyecto: "El mercado de trabajo y empleo de profesionales en turismo en Misiones. Análisis de la inserción, movilidad y nivel de salarios" (2011-2012). Código: 16H 231.

Proyecto: RE.SA.MA.JA. V. "Patrimonio, Historia y Turismo: Plan Estratégico Situacional (PES) del territorio de las Misiones del río Uruguay" (2009-2010). Código: 16H 282.

Participación en proyectos de investigación. Interuniversidades.

Proyectos PICT orientados (PICTO'S) N° del Proyecto 4-559. Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica. Directora: Graciela Cambas. Proyecto: "Preliminares para un plan de manejo de la Misión Jesuítica de Santos Mártires del Japón". Período: 2005-2007.

PUBLICACIONES

Libros impresos

DIECKOW, Liliana; LANSSE, Elvira (2014): *El turismo y la investigación. Particularidades de su abordaje*. Posadas. EdUNaM. ISBN 978- 950- 579-341-9.

LANSSE, Elvira (2014): *Diagnóstico y potencialidades para el diseño de un clúster turístico. Región Ruta costera del Río Uruguay. Misiones. Argentina*". Posadas. EdUNaM. ISBN 978-950-579-353-2.

Publicaciones en revistas periódicas

DIECKOW, Liliana; LANSSE, Elvira; CASTELLS, Claudia; FERNANDA, Fiorino; MACIEL, Aldo; GROH, Marcelo; BALUSTRA, Daniel (2016): "Implementación Programa SIGO en empresas de Posadas". Anuario de Estudios en Turismo – Investigación y Extensión. ISSN 1850-1206. Año 16 – Vol. XI. Universidad Nacional del Comahue.

DIECKOW, Liliana; LANSSE, Elvira; BRONDANI, Nancy; CASTELLS, Claudia; MACIEL, Aldo; GROH, Marcelo (2014): "El Mercado Laboral de Profesionales en Turismo en Misiones". Revista CONDET *Realidades, Tendencias y Desafíos en Turismo*. ISSN 1850-4787. Año XIV, Vol. 12.

LANSSE, Elvira (2005): "Producción Turismo y Desarrollo Local". Revista *Estudios Regionales*. Año 13, N° 30. Secretaría de Investigación y Postgrado, FHyCS. UNaM. ISSN 0328-0977.

Índice

	Página
Introducción	9
Capítulo I: Crecimiento, desarrollo y el debate sobre su medición	10
La macroeconomía y sus indicadores e índices	10
El Crecimiento económico	13
El Desarrollo económico	19
Indicadores e índices tradicionales	21
Pobreza e indigencia.	21
Índice de Desarrollo Humano (IDH)	22
Índice de Competitividad Global o Global Competitiveness (GCI).	23
Índice de densidad económica	24
Cuestionamientos a los indicadores e índices tradicionales	24
Índice de Desarrollo Socioeconómico (IDSE)	25
Preguntas de reflexión	27
Ejercicios y tareas	27
Bibliografía	30
Capítulo II: La medición global del turismo.	31
El turismo y el crecimiento	31
El turismo y el desarrollo	38
Preguntas de reflexión	46
Ejercicios y tareas	46
Bibliografía	47
Capítulo III. Los emprendedores y el turismo.	50
La definición de emprendedor	50
Características del emprendedor	53
Tipos de emprendedores	57
Resultados de una investigación en Misiones (años 2011 y 2015)	58
Éxito y fracaso de los emprendedores	60
Emprendedores, crecimiento y desarrollo	61
Emprendedores y turismo	64
Preguntas de reflexión	65
Ejercicios y tareas	65
Bibliografía	66
Capítulo IV. La nueva economía y las tendencias de mercado.	68
El nuevo paradigma económico.	68
La nueva demanda y oferta turística	73
La adaptación necesaria de los emprendedores y las empresas	74
Los profesionales en turismo ante estos nuevos escenarios.	75
Preguntas de reflexión	75
Ejercicios y tareas	75
Bibliografía	75
Epílogo: La toma de decisiones y la incertidumbre del futuro	77

Índice de tablas

	Página
Tabla N° 1: Comparación entre los modelos de crecimiento económico	14
Tabla N° 2: IDH de la Argentina entre los años 1980 y 2014	23
Tabla N° 3: El Índice GCI de la Argentina entre los años 1997 y 2016	23
Tabla N° 4: Dimensión económica y social del IDSE	25
Tabla N° 5: Tipos de competencias para ser emprendedor según autores	55
Tabla N° 6: Licenciados radicados en Posadas: Requisitos para ser emprendedor.	58
Tabla N° 7: Licenciados radicados en Puerto Iguazú: Requisitos para ser emprendedor	59
Tabla N° 8: Relación entre el tipo de graduado en Turismo y tipo de emprendimiento	59

Índice de gráficos

	Página
Gráfico N° 1: Evolución del crecimiento del PBI mundial, de las economías desarrolladas y de las economías emergentes (años 1996-2008)	16
Gráfico N° 2: Crecimiento del PBI de Argentina. Serie encadenada del PBI 1913-2013	17

Presentación

Este libro, más analítico que descriptivo, es la continuación de *La problemática económica del turismo I. Un abordaje teórico, aplicado y práctico* (2010), en el cual se analizaban -desde la microeconomía hasta la metaeconomía- los aspectos que comprenden la economía y sus particularidades en el turismo. En el mismo se avanzará sobre las nociones de crecimiento y desarrollo en general en la economía y en el sector turístico, se priorizarán cuestiones de mediciones (indicadoras e índices) y formas alternativas, se utilizarán herramientas de la innovación y la configuración de nuevas estructuras y modalidades a partir de las tendencias, teniendo siempre presente la toma de decisiones.

En el capítulo I se analiza la importancia de la medición económica objetiva y las particularidades del crecimiento y el desarrollo. Debe recordarse que desde los primeros humanos que se dedicaron a la caza, la pesca y la recolección de frutos, hasta la conformación de grandes imperios (como el Incaico o Romano) o las actuales naciones, siempre ha estado presente el tema del crecimiento y las posibilidades de desarrollo.

Con las revoluciones industriales y la mirada positiva de Adam Smith, y luego con las críticas de Malthus, Marx (de la escuela clásica), Raúl Prebisch y A. Sen, entre otros, la preocupación por la desigualdad, la calidad de vida y el desarrollo ponen en evidencia la tensión permanente de ambos términos, confrontándolos en algunos momentos y complementándolos en otros. La escasez de recursos (factores de producción y materias primas) muchas veces es utilizada como excusa para fundamentar la falta de desarrollo, aunque la causa no sea su escasez sino problemas de distribución u otras formas de uso relacionadas con nuevas formas de economía, temas que se abordarán en el capítulo II, o con formas más creativas e innovadoras de empresas que se analizarán en el capítulo III, y de modificaciones en las estructuras económicas y el paradigma económico, considerando que todo cambia y ello lleva a la existencia de nuevas tendencias de mercado en general y de turismo, en particular, temas que se estudiarán en el capítulo IV.

Se espera que este material sirva como apoyo didáctico para los alumnos universitarios de las carreras de Turismo y que permita a todo lector mejorar su comprensión acerca de la lógica y la dinámica de la economía y del sector turístico, ambos fenómenos cambiantes y multidimensionales.

Para concluir, se agradece la colaboración de la Mgter. Elvira Lansse, quien se ha sumado a esta publicación con sus aportes desde el Doctorado en Ciencias Sociales, con temáticas vinculadas al desarrollo y a las nuevas economías. Asimismo, se agradece a la adscripta graduada Licenciada en Turismo Silvia Liliana Paredes por su colaboración en la profundización de los índices de desarrollo y a los adscriptos alumnos de la Licenciatura en Turismo Maira Zuber y Fernando Pérez Levitt, por participar en la revisión de tareas y ejercicios de los diversos capítulos.

Liliana M. Dieckow

Capítulo I

Crecimiento, desarrollo y el debate sobre su medición¹

*No puede haber una sociedad floreciente y feliz
cuando la mayor parte de sus miembros
son pobres y desdichados.
(Adam Smith)*

Con frecuencia escuchamos en los discursos de los gobernantes, políticos y economistas hablar de crecimiento y desarrollo. Sin embargo, poco sabemos de su significado y sus implicancias. Todos tenemos noción de que hay países que crecen mucho, pero con desigualdad (como EE. UU.), otros que solo tienen pobreza, aunque con muchos recursos potenciales (como algunos países africanos y Haití) y otros que son estables, crecen y tienen una población con alta calidad de vida (como Noruega, Suecia, Finlandia y Suiza). Entonces: ¿a qué se deben estas diferencias entre los países?, ¿cómo se mide?, ¿qué medidas se pueden tomar?

La macroeconomía y sus indicadores e índices

Se considera que la macroeconomía «es la rama de la ciencia económica que estudia la economía como un todo. Busca entender el cuadro completo en lugar de los detalles de las elecciones individuales. En especial estudia la determinación a nivel global de la actividad económica: el desempleo, el ingreso agregado, los precios medios, la inflación y la distribución de la riqueza» (Parkin, 1995, p. 24).

En términos generales, se estudia la economía de un país en su conjunto mediante la determinación de ciertas variables económicas (aspectos que varían de un país a otro), analizadas en términos de indicadores e índices.

John Maynard Keynes fue uno de los primeros pensadores económicos en analizar la macroeconomía al estudiar el consumo (la función del consumo), los gastos y el ingreso general de un país.

Si queremos evaluar el comportamiento de una variable económica, una vez elaboradas las definiciones teóricas correspondientes, debemos encontrar los diversos indicadores capaces de medir y expresar los valores que asume en distintos espacios y tiempos.

Así, un indicador es una comparación entre dos o más tipos de datos que sirve para elaborar una medida cuantitativa o una observación cualitativa. Esta comparación

¹ Liliana M. Dieckow

arroja un valor, una magnitud o un criterio, que tiene significado para quien lo analiza. Entre las ventajas de utilizar indicadores están la objetividad y comparabilidad; representan un lenguaje común que facilita una medida estandarizada. Son herramientas útiles porque permiten valorar diferentes magnitudes. Debe ser construido con un claro criterio de utilidad, para asegurar la disponibilidad de los datos y resultados más relevantes en el menor tiempo y con el menor costo posible. (Cfr. OIT, 29/12/16)

El indicador permite comprender el comportamiento de una variable a través del proceso de operacionalización. A través de cada indicador, podríamos obtener los datos pertinentes (estadísticas o series). No obstante, este no deja todavía medir claramente la variable, pues el indicador entrega información fragmentaria, que debe ser integrada o sintetizada para llegar a un valor único, que exprese lo que en realidad ocurre con la variable. Para lograrlo, debemos sumar de forma ponderada los valores de los indicadores, obteniendo un valor total que se denomina índice, y que es el que dará la información relevante sobre el problema en estudio (Cfr. INET, 29/12/16).

Al analizar un indicador -que es básicamente cuantitativo, pero con una interpretación cualitativa- debemos tener presentes determinados aspectos:

a) La definición conceptual de cada variable que luego se transforma en indicador o índice.

b) El año base que se toma para la comparación que debe ser un año promedio (ni el mejor ni el peor). Así, en Argentina se suele usar como año base 1993, que para algunas variables ya está muy lejos en el tiempo. En algunos momentos se usó para incluir sesgo el año 2001 como año base (2001=100) pero, en la actualidad, en los temas de empleo y salarios se usa el año 2012 (Cfr. Oyhanarte, 2013, p. 236).

c) La fuente de análisis, oficial (Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial, Ministerio de Economía, INDEC, etc.) o privada (consultoras, fundaciones, bancos, etc.), que en algunos casos puede incluir sesgos o errores de interpretación.

d) El período de análisis, que si es muy extenso o muy acotado en el tiempo puede distorsionar el gráfico o los valores.

e) La medida de cálculo, que debe ser a precios constantes en los que se eliminó el efecto de la inflación, a valores reales y no nominales.

f) El tipo de unidad en que es medido, ya sea en dólares, pesos o volumen físico.

g) La intención por la cual fue diseñado y calculado (por ejemplo, con intereses políticos o centralistas), porque justamente se los utiliza para tomar decisiones económicas o de políticas macroeconómicas. Como destaca Walter Sosa Escudero, experto en econometría y profesor de la Universidad de San Andrés: *«Hoy el problema es la abundancia y erraticidad de los indicadores, una proliferación que se puede convertir en un deporte indeseable. No es una discusión solo técnica, sino política, conceptual y comunicacional. Un indicador transmite una visión del mundo y es un instrumento, no se puede aislar de para qué se lo quiere usar»* (Pomeraniec y San Martín, 2016, p. 34).

Así, los indicadores e índices son números con aura o noción de inapelables y objetivos (aunque en realidad son construcciones) de ser el resultado de cálculos científicos precisos, inmaculados de todo error o discusión.

Pomeraniec y San Martín señalan: *«...pocas veces se advierte que los indicadores que comparan países con el sello de organismos internacionales usan datos recogidos en cada país con técnicas, alcances y precisión desparejos y a veces poco confiables...»*. Pero al considerar que los indicadores tienen la capacidad de transformar fenómenos complejos y variables en mediciones impersonales y comparables, permitir pasar de la ambigüedad a la certeza, de la teoría al hecho, se los utiliza para tomar decisiones. En este sentido, la antropóloga Sally Merry sostiene: *«Los indicadores representan las perspectivas y los esquemas de pensamiento de quienes los producen, tanto como su poder político y financiero. Lo*

que se cuenta depende de que grupos y organizaciones están en condiciones de contarlos» (Pomeraniec y San Martín, 2016, pp. 35-36). Por ejemplo, el PBI surge en el año 1944 como resultado de los acuerdos de Bretton Woods, el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional con un indicador genérico y absolutamente cuantitativo, que pronto tendrían sus críticas, que serían intensificadas en la década del 70. En contraste, en 1990 la Organización de las Naciones Unidas (ONU) crearía el Índice de Desarrollo Humano (IDH) como un índice más integral. Todo esto dio lugar a la proliferación de indicadores e índices complementarios y se incrementó el número de investigaciones nacionales, regionales y locales sobre crecimiento y desarrollo, poniendo foco muchos de ellos en temas como la pobreza, la desigualdad, el consumo y el bienestar (economía de la felicidad). Como decía Theodore Porter en *Trust in numbers* (1995): «Cuantificar es una manera de tomar decisiones sin aparentar decidir» (Porter, in Pomeraniec y San Martín, 2016, p. 48).

h) Cómo se combinan y relacionan los indicadores entre sí y su disparidad de resultados. De allí, la importancia de analizar varios de ellos, y comparar sus resultados. Se debe tener en cuenta que solo se puede comparar aquello que es medido en la misma unidad y en el mismo período de tiempo. Estos indicadores e índices al ser calculados a valores constantes (precios constantes) y a valores relativos (porcentajes en el caso de analizar la evolución) permiten hacer comparaciones objetivas en el tiempo y el espacio, e inclusive comprender la serie y las tendencias que generan.

Sin embargo, estos indicadores e índices -como cualquier cálculo estadístico de medida de tendencia central (promedio, por ejemplo) al utilizar series de números- son afectados por sus valores extremos y miden en términos generales sin distinguir particularidades espaciales y humanas. Asimismo, un solo indicador o índice no alcanza para entender la macroeconomía de un país. Además, es fundamental identificar las fuentes (oficiales o privadas) de estos datos y comprender si existiere algún sesgo en la registración o interpretación de los mismos.

En la macroeconomía siempre debemos determinar si el análisis se hace de forma coyuntural (a corto plazo, condicionado por medidas políticas concretas relacionadas a la inflación, desempleo, tasa de interés, tipo de cambio, etc.) o estructural (a largo plazo, con situaciones arraigadas o tendencias establecidas como el PBI, la balanza de pagos, etc.) y de que forma sucede (como cambios bruscos o graduales) (Cfr. Dieckow, 2010, pp. 91-97).

Entre los indicadores e índices más utilizados para medir la economía de un país destacamos el índice de PBI (Producto Bruto Interno), la tasa de crecimiento del PBI, el indicador de la PEA (Población Económicamente Activa), el IPC o Índice de Precios al Consumidor (para medir indirectamente la inflación), la tasa de Desocupación, la línea de pobreza a partir de la Canasta Total de Alimentos, la evolución del salario real, el Índice de Gini y Curva de Lorenz (para medir la desigualdad de ingresos) y la curva de Kuznetz, el Índice de Desarrollo Humano (IDH), las pruebas PISA (para medir la calidad educativa), la Balanza de pagos (ingreso y egresos de dinero de un país), la balanza comercial y el Riesgo País (EMBI+) para medir posibilidades de inversión privada desde el extranjero.

Concretamente, en el sector turístico, trabajamos con indicadores como el aporte del turismo a la economía (medido en porcentaje), la CST (Cuenta Satélite de Turismo), el empleo generado en turismo de forma directa, indirecta o inducida (medido en porcentaje), la evolución del tipo de cambio, el efecto multiplicador (cuánto y cómo se re distribuye el dinero del gasto turístico en el destino) y el efecto acelerador (cuánto y cómo se re distribuye el dinero de una inversión turística en el destino) y el índice de competitividad.

Entre los conceptos más relacionados con la macroeconomía establecemos el crecimiento y el desarrollo, los cuales serán analizados a continuación.

El crecimiento económico

El **crecimiento económico** representa la expansión del PIB potencial o producción nacional de un país, es decir, ocurre cuando la Frontera de Posibilidades de Producción (FPP) se desplaza hacia fuera, se incrementa. El mismo está ligado a variables macroeconómicas como el Producto Bruto Interno, la inversión, el consumo, el empleo, el salario, entre otros; una dimensión estrictamente económica.

Patricia Castillo Martín sostiene:

«El crecimiento económico determina el ritmo de evolución del ingreso per cápita... El crecimiento económico existe cuando las variables macroeconómicas reales toman valores que se ajustan a una tendencia ascendente. Las variables macroeconómicas más significativas a este hecho son: el Producto Nacional Bruto (PNB), el ingreso nacional, la inversión, el consumo. Los valores que se consideran al analizar el proceso de crecimiento son: el producto, el ingreso, la inversión y el consumo por personas en términos reales» (Castillo Martín, 28/12/16).

Entonces, el crecimiento económico es un cambio cuantitativo o expansión de la economía de un país. Según los usos convencionales, el crecimiento económico se mide como el aumento porcentual del Producto Bruto Interno (PBI) o el Producto Nacional Bruto (PNB) en un año. Este puede ocurrir de dos maneras: a) una economía puede crecer de manera "extensiva" utilizando más recursos (como el capital físico, humano o natural) o, b) bien de manera "intensiva", usando la misma cantidad de recursos con mayor eficiencia (en forma más productiva). Cuando el crecimiento económico se produce utilizando más mano de obra, no trae como resultado el aumento del ingreso por habitante; cuando se logra mediante un uso más productivo de todos los recursos, incluida la mano de obra, trae aparejado un incremento del ingreso por habitante y la mejora del nivel de vida, como promedio, de la población. El crecimiento económico intensivo es condición del desarrollo económico (Cfr. Castillo Martín, 28/12/16).

En cuanto a las escuelas de pensamiento económico, los **economistas clásicos** como Adam Smith (pensador de la escuela clásica que estaba a favor de la Revolución Industrial) y Thomas Malthus (crítico del crecimiento poblacional ante el escaso incremento de la producción) sostenían que el factor Tierra (T) desempeña un papel fundamental en el crecimiento económico. Establecían además la ley de rendimientos decrecientes como limitantes del crecimiento económico. Desde la **Escuela Neoclásica**, Robert Solow decía que se produce una intensificación en el uso de los factores Trabajo (t) y Capital (K), lo cual a su vez genera un aumento en los salarios de los trabajadores. El capital se intensifica cuando su stock crece más rápido que su población trabajadora. En ausencia de cambio tecnológico la intensificación del capital eleva la producción por trabajador el producto marginal del trabajo y los salarios, también hace que el capital muestre rendimientos decrecientes y que como consecuencia disminuya su tasa de rendimiento (Cfr. Dieckow, 2010)

Por su parte, Michael Parkin establece como variables condicionantes para el **crecimiento** el acelerado crecimiento de la población, la baja tasa de ahorro, la elevada deuda externa y el círculo vicioso del subdesarrollo (poco empleo, poca cualificación, poca tecnología, poca producción, y finalmente otra vez, poco empleo) (Cfr. Parkin, 1995, pp. 1152-1155)

En la actualidad, las explicaciones sobre crecimiento económico coinciden en destacar la importancia del aumento de la productividad y fundamentalmente del

progreso tecnológico. Sin embargo, la perspectiva para el siglo XXI y las explicaciones actuales del crecimiento económico generaron una profunda revisión acerca de la sostenibilidad de altas tasas de crecimiento económico. Desde mediados de los años 80, parecieron converger teorías y paradigmas en el llamado Consenso de Washington para América Latina y el Modelo de Wall Street para los Estados Unidos. Estos modelos fueron criticados y a partir de allí se plantea un nuevo modelo llamado Main Street y en América Latina se conoció como el Consenso post Washington. El modelo de Main Street establece entre otras cosas: a) se verificará mayor crecimiento económico solo si hay más inversión en capital físico, b) se logrará mayor inversión si se mantienen las tasas de interés bajas, c) habrá tasa de interés bajas solo en un contexto de mayor ahorro y estabilidad de precios, d) por lo tanto solo habrá mayor crecimiento económico si se logran altas tasa de ahorro y se mantiene la inflación controlada (Cfr. Dieckow, 2010, 125).

Tabla N°1: Comparación entre los modelos de crecimiento económico

Modelo de Wall Street	Modelo de Main Street
Equilibra el presupuesto nacional, acumular superavit	Invertir en investigación y desarrollo, infraestructura y capital humano
Fomentar un libre comercio ilimitado	Establecer un comercio libre basados en los derechos y las normas laborales
Mantener una presión a la baja sobre los salarios	Impulsar salarios más altos
Fomentar la inseguridad del empleo	Mejorar la seguridad en el empleo
Des regular los mercados internos	Crear incentivos para favorecer las mejores prácticas empresariales.
Imponer la política monetaria conservadora	Permitir una política monetaria expansiva
Des regular los mercados mundiales	Regular la especulación mundial

Fuente: Samuelson, 2004, p. 510.

En relación a la historia económica, hasta la llegada de la Primer Revolución Industrial (iniciada en Gran Bretaña hacia 1750 y que se prolongaría hasta aproximadamente el año 1870 que se caracterizó por el uso del carbón, la máquina de vapor y la industrialización), los cambios tecnológicos resultaron casi imperceptibles a escala de una vida humana (las personas imaginaban el futuro como una mera continuidad del presente). Luego, a fines del siglo XIX y comienzos del siglo XX (Segunda Revolución Industrial o Era del petróleo que se dio desde 1850 a 1970, caracterizada por el uso de combustibles fósiles que daría lugar a la hegemonía de Estados Unidos, Alemania y Rusia), la aceleración del avance tecnológico permitió pensar por primera vez un futuro diferente.

Así, el crecimiento económico mundial ha sido muy importante durante el siglo XX por el incremento de la producción real (corregida para tener en cuenta la inflación) que ha avanzado de manera espectacular. En particular, el período de posguerra (1950-1973) ha sido más acelerado que en los siglos anteriores beneficiados por los cambios tecnológicos de la postguerra que, luego con las crisis del petróleo de la década del 70 se verían afectados (Cfr. Dieckow, 2010)

La denominada Tercera Revolución Industrial o Revolución Científico-Tecnológica o Revolución de la Inteligencia (RCT) también conocida como la Era post industrial o Era del Conocimiento, término acuñado por Jeremy Rifkin en el año 2006 (aunque se considera que inició hacia 1980) y que se caracteriza por las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs), vinculadas con nuevas formas de energía alternativas para hacer frente al cambio climático y nuevas formas de organización y por primera vez con un enfoque desde la demanda y no desde la oferta. Establece la

hegemonía (por lo menos en el corto plazo) de Estados Unidos, la Unión Europea, Japón, Rusia y China (Cfr. Rifkin, 2014, 11).

Asimismo, se destaca el surgimiento de un nuevo paradigma económico mas allá del capitalismo, donde la convergencia del Internet de las comunicaciones, el Internet de la energía y el Internet de la logística ha dado lugar al «Internet de las Cosas»(IdC), un espacio en el que la productividad se incrementa hasta tal punto que el coste marginal de producción de muchos bienes y servicios es prácticamente nulo, permitiendo que se puedan ofrecer de manera gratuita y que dejen de estar sometidos a las fuerzas del mercado. Este fenómeno del coste marginal cero está dando lugar a una economía híbrida en la cual las personas, los «prosumidores», se conectan, creando y compartiendo su información, su esparcimiento, su energía limpia y sus productos impresos en 3D con un coste marginal casi nulo. Para Rifkin, el capitalismo seguirá existiendo, pero desempeñará un papel cada vez más especializado y señala, sobre todo, que estamos entrando en un mundo que, en parte, se encuentra más allá de los mercados, en el que aprendemos a convivir en un procomún colaborativo mundial cada vez más interdependiente (Cfr. Rifkin, 2014, pp. 11-21).

Los grandes cambios que se avecinan podrán estar ligados desde lo macro económico con los reposicionamientos de los países (desiguales, emergentes y avanzados), y en lo microeconómico con los logros de las impresoras 3D, la inteligencia artificial, las comunicaciones, entre otros (Cfr. Bilinkis, 2014). La economía colaborativa (con Uber y Airbnb), tema que se analiza en el Capítulo II y las nuevas generaciones de consumidores (generaciones Y y Z), tema que se profundizará en el Capítulo IV.

Asimismo, se deben analizar la forma, la velocidad y el tipo de cambios que suceden. En relación a la forma, señala Santiago Bilinkis que la sobreabundancia de estímulos e información no son los únicos desafíos que enfrentamos, también están los cambios tecnológicos y la asimilación de nuevos dispositivos (Cfr. Bilinkis, 2014).

Los aportes de factor Conocimiento (C) compuesto por datos e información ubicua, la innovación y -para Andy Freire- el emprendedurismo en los inicios del siglo XXI, serían determinantes para el desarrollo económico de los países (Cfr. Freire, 2015, p. 13).

En cuanto a la velocidad de los cambios, Bilinkis destaca que el ritmo de los cambios es cada vez más acelerado, al que estamos expuestos hoy respecto a décadas atrás y en el futuro va a acelerarse mucho más aún. Asimismo, los avances de las disciplinas como la biología artificial (desde que se descifró el ADN humano a la creación de vida artificial), las neurociencias y la inteligencia artificial; destacan cambios mucho más profundos y radicales.

Así, la denominada “Ley de Moore” (de Gordon Moore, creador de Intel) quien sostenía la duplicación de transistores cada dos años y que pone de manifiesto esta aceleración de los cambios, inicialmente observada en el mundo de la informática, pero luego trasladada a toda la economía (Bilinkis, 2014, pp. 21-41). Como ejemplos de estos cambios que superan las proyecciones personales, se mencionan a Thomas Watson (figura importante en IBM) quien en 1943 sostenía que habría un mercado mundial cómo mucho de 5 computadoras (destacando que sería un negocio poco rentable) y Ken Olsen en 1977 decía que no habría motivo para que una persona quiera tener una computadora en su casa (Cfr. Bilinkis, 2014, p. 46).

Alvin Toffler ya describía en 1965 en su libro «Shock del futuro» el impacto que este fenómeno producía, generando estrés despedazador y la desorientación en las personas cuando se ven enfrentadas a muchos cambios demasiado rápidos (Cfr. Bilinkis, 2014, pp. 19-20).

Otro análisis necesario es ver si este cambio en la macroeconomía es lineal, exponencial, multifacético o multidimensional y si se puede usar la retrospectiva para

elaborar escenarios de futuro. En relación a ello se debe recordar a Robert Lucas, quien sostenía que no se puede tomar al pasado para predecir el futuro, cuestionando la utilidad de la econometría. Por otro lado –y desde el punto de vista microeconómico– Steve Jobs (creador de Apple) decía que no se pueden unir los puntos clave de nuestra historia mirando hacia adelante, sino solo en retrospectiva (Cfr. Bilinkis, 2014, p. 24), destacando la importancia de la experiencia previa en las expectativas a futuro.

A continuación, se presenta -en valores cuantitativos- el crecimiento de las economías del mundo (medidos en términos de crecimiento del PBI), separándolas según economías avanzadas y emergentes (entre las que se encuentra la Argentina).

Gráfico N° 1: Evolución del crecimiento del PBI mundial, de las economías desarrolladas y de las economías emergentes (años 1996-2008).



Fuente: FMI, 28/12/16.

Se puede observar la caída generalizada del crecimiento mundial en tres momentos:

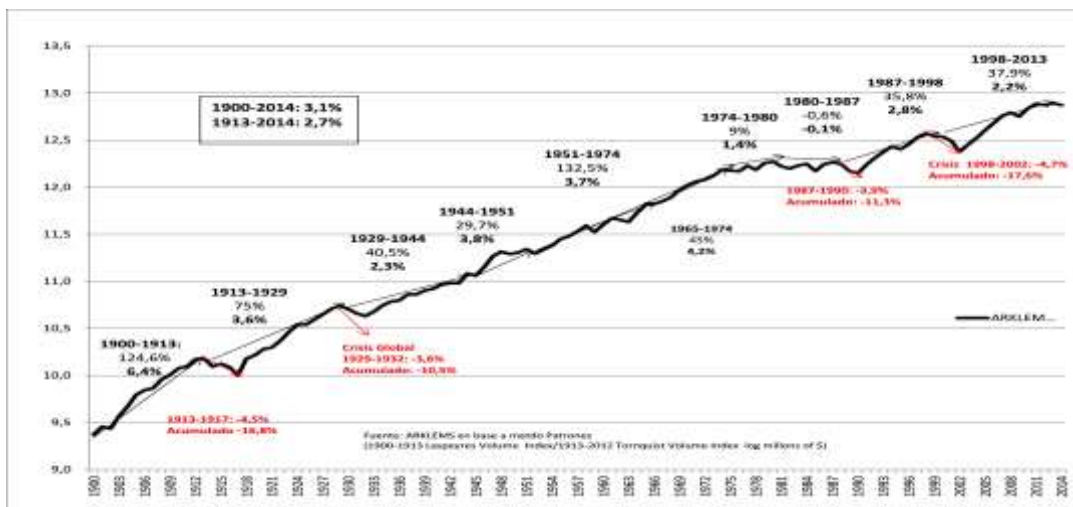
a) Año 1998: según el Fondo Monetario Internacional (FMI) las actividades en las economías de mercado emergentes se vieron afectadas adversamente no solo por un entorno financiero externo difícil sino también por la mayor debilidad de la demanda externa y la caída del precio de los productos de exportación. En lo que respecta a los países industriales, en Japón la recesión se agravó durante 1998, pero la actividad económica se recuperó a principios de 1999.

b) Año 2001: para América Latina fue un año difícil debido a la retracción de la economía y la huida de capitales, la deuda externa, la extranjerización de sus economías, la redistribución regresiva de los ingresos, la concentración económica, el incremento del desempleo y la pobreza eran características.

c) Año 2008: caída de la burbuja financiera de Estados Unidos y su repercusión en la Unión Europea.

A continuación, se analizará el crecimiento del PBI de la Argentina entre los años 1993 y 2013:

Gráfico N° 2: Crecimiento del PBI de Argentina. Serie encadenada del PBI 1913-2013



Fuente: Negre, 28/12/16

En el caso concreto de la Argentina, se observan claramente cinco caídas del PBI entre los años 1913 y 2016:

a) Entre 1913 y 1917, a causa de la Primera Guerra Mundial, por ser la Argentina un país básicamente agroexportador.

b) Entre 1929 y 1932, a causa de la «Crisis del 30» o «Gran Depresión» (generada por exceso de stock en Estados Unidos, proveedor de alimentos a la Europa de la posguerra, con su consecuente caída de precios) y las medidas proteccionistas de las economías a las cuales la Argentina quería exportar insumos y alimentos. Para tratar de remediarlo, en 1933 se firmó el pacto Roca-Runciman para exportar carne bovina con cupos de Argentina a Gran Bretaña.

c) Entre 1987 y 1990, a causa de la hiperinflación de precios.

d) Entre 1999 y 2002, coincidente con otra crisis global, con el final de la convertibilidad argentina y el denominado «corralito bancario».

e) En el 2014, que según la Fundación IERAL se debe a la escasa competitividad y la creciente desconfianza ante los desequilibrios fundamentales de la economía, que frena las decisiones de inversión y de compra de bienes durables. Además, se observa la caída en el consumo y existencia de alta inflación (Cfr. Shaalo, 26/12/14).

Se observa que el crecimiento del PBI tiene años mejores y peores, mostrando fluctuaciones que se conocen técnicamente como **ciclos económicos**, entendiéndose a los mismos como fluctuaciones recurrentes (pero no periódicas) en las actividades económicas de un país que pasan de una etapa de expansión (recuperación y auge) a uno de contracción (recesión y depresión). En la etapa de recuperación disminuye la caída de la inversión e ingreso, reaparece la expectativa positiva, vuelven a surgir los recursos escasos. En la etapa de auge, la producción e ingresos aumentan, disminuye el desempleo y aumentan los ingresos, la inversión y la confianza del consumidor. La recesión como primera etapa de contracción basada en la caída del PBI en un período de 6 meses como mínimo, suele implicar un aumento en el uso de recursos, aumentos de precios, especulación. La depresión, que es lo más crítico, suele generar caída de producción, de la inversión e ingresos, caída en la tasa de interés, caída general de la demanda y expectativas negativas.

Se han descrito diversos tipos de ciclos económicos generales y ciclos sectoriales. Los generales serían:

- **Ciclos cortos**, pequeños o de Kitchin, con una duración promedio de 40 meses.
- **Medios o de Juglar**, 8 años y medio en promedio; se distinguirían por la presencia de auges y crisis cíclicas.
- **Largos**, de ondas largas o ciclos de Kondratiev, de 50 o 60 años de duración: durante la expansión los ascensos son prolongados y más fuertes, las crisis son suaves y las recesiones, cortas; durante la depresión, los ascensos son débiles y cortos, las crisis muy fuertes y las recesiones, prolongadas, hasta alcanzar el grado de depresiones económicas generales. El ciclo mundial anterior se inició en 1950 y el actual es el que comenzó en el año 1990.

Destaca Víctor Giudice Vaca que cada escuela de pensamiento económico se ha esforzado por identificar una causa determinante de los ciclos económicos. Así:

«Para la Escuela Monetarista los excesos de liquidez o los “errores” de la autoridad monetaria han sido la causa de la Gran Crisis de 1929. La misma causa es identificada por la Escuela Austriaca. La Escuela Keynesiana atribuye las Crisis, Ciclos y Depresiones a la caída de la demanda de la población. Por ello propone la política de obras públicas e incentivos al Sector Privado para iniciar obras e inversiones creadoras de empleo. La Escuela Marxista estima que la causa fundamental de las crisis es la caída de la Tasa de ganancia. Asimismo, la causa de la crisis y los ciclos económicos son la Ley de depauperación de la población y la creación de ejércitos de desempleados, sin salarios o poder de compra. La escuela de Schumpeter considera que los ciclos económicos son naturales al capitalismo y provienen de oleadas de innovación de nuevos productos y nuevas empresas. Las patentes e inventos se acumulan en el Ciclo de Crecimiento y se convierten en innovación durante las crisis. Con el nuevo ciclo de crecimiento desaparecen del mercado las empresas y empresarios que no han realizado innovación. El crecimiento puede re –anudarse en nuevas regiones, en nuevos centros de crecimiento, con nuevos empresarios y nueva generación de trabajadores, más calificados. La Escuela Nueva Clásica liderada por George Lucas considera que la población y los empresarios predicen las políticas del gobierno y las políticas del estado solo pueden ser eficientes si se toman por sorpresa. Las expectativas tienen un costo de información. Las expectativas de los empresarios e instituciones financieras son más eficientes y constituyen las expectativas racionales. La Escuela Neokeynesiana es muy apropiada para las crisis del siglo 21... considera que los ciclos económicos son causados por shocks aleatorios de innovación. Esta hipótesis es la más apropiada, pues hoy existen centros de innovación en todos los continentes, con excepción de África. Tokio, Seul, Shangai, Londres, Bonn, Texas, California, Taiwan, son centros de Innovación de comportamiento aleatorio o “no predecibles”» (Giudice Baca, 30/12/16).

En función de los aumentos y caídas del crecimiento del PBI, los gobiernos pueden tomar diferentes tipos de medidas:

- **Medidas Procíclicas:** es cuando se logra que el indicador económico se mueva en la misma dirección que la economía. Si a la economía le va bien, este número es por lo general cada vez mayor, mientras que si estamos en una recesión este indicador está disminuyendo. El Producto Interno Bruto (PIB) es un ejemplo de un indicador económico procíclico. Como políticas económicas pro cíclicas se podría fomentar la inversión privada o incentivar con subsidios cierta actividad para generar mayor crecimiento del PBI, incentivar el consumo, mayor recaudación, generar más empleo.
- **Medidas Contracíclicas:** es cuando el indicador se mueve en la dirección opuesta a la economía. Ejemplo: Fomentar el empleo, con políticas como aquella en la que el Estado se responsabiliza de las cargas laborales para disminuir la tasa de desempleo.

- **Medidas Acíclicas:** tomar medidas que no tienen relación con la salud de la economía y en general son de poca utilidad. Bajas alícuotas a los impuestos ecológicos a quienes generan externalidades negativas o multas bajas (Cfr. AA. VV., 28/12/16).

También se deben evaluar si las medidas económicas tomadas son a tiempo o no. Entonces se destacan: a) las medidas adelantadas que se dan antes de momento como permisos de construcción, el índice de confianza de los consumidores, etc., b) medidas retardadas cuando llegan más tarde que lo necesario o se demoran mucho en concretarse y que por ello traen consecuencias, c) medidas coincidentes que van acorde a la etapa del ciclo.

Más allá de todas las medidas posibles a tomar, mantener el crecimiento económico de un país no es fácil. De allí, la importancia que le otorgan los gobiernos al crecimiento económico. Castillo Martín dice que *«el crecimiento económico es un objetivo fundamental para los países. Los que no crecen van quedándose en el camino»* (Castillo Martín, 28/12/16).

El desarrollo económico

Si bien es cierto que el crecimiento económico puede llevar al desarrollo económico, esta relación no es siempre lineal y directa. Sostiene Castillo Martín:

«Es cierto que el crecimiento económico, al aumentar la riqueza total de una nación, también mejora las posibilidades de reducir la pobreza y resolver otros problemas sociales. Pero la historia nos presenta varios ejemplos en los que el crecimiento económico no se vio acompañado de un progreso similar en materia de desarrollo humano, sino que se alcanzó a costa de una mayor desigualdad, un desempleo más alto, el debilitamiento de la democracia, la pérdida de la identidad cultural o el consumo excesivo de recursos necesarios para las generaciones futuras. A medida que se van comprendiendo mejor los vínculos entre el crecimiento económico y los problemas sociales y ambientales, los especialistas, entre ellos los economistas, parecen coincidir en que un crecimiento semejante es, inevitablemente, insostenible, es decir, no se puede mantener mucho tiempo» (Castillo Martín, 28/12/16).

La autora define el **desarrollo económico** como el proceso en virtud del cual la renta real per cápita de un país aumenta durante un largo período de tiempo. En otros términos, el desarrollo es un proceso integral, socioeconómico, que implica la expansión continua del potencial económico, el auto sostenimiento de esa expansión en el mejoramiento total de la sociedad. También se conoce como el proceso de transformación de la sociedad o proceso de incrementos sucesivos en las condiciones de vida de todas las personas o familias de un país o comunidad. El desarrollo económico, aparte de ser un factor económico, debe tener una elevada capacidad de transformación de las condiciones determinantes, en lo institucional y lo material, de la vida económica, social y cultural del país. La misma considera que el desarrollo económico necesita de recursos humanos (calificados), recursos naturales, capital y tecnología. Recuerda que Joseph Schumpeter sostenía que el desarrollo económico es un proceso nuevo de producción, que implica nuevas combinaciones de factores, que necesita financiamiento por dinero creado, que no es función de las variables y funciones previas del sistema económico, sino que supone un cambio discontinuo en la historia de la economía real, y que tiende a concentrarse en algunos sectores del sistema económico.

Por último, Catillo Martín afirma:

«El desarrollo conjuga la capacidad de crecimiento con la capacidad de transformación de la base económica y con la capacidad de absorción social de los frutos del crecimiento. Además

implica una elevación sostenida del ingreso real por habitante, un mejoramiento de las condiciones de vida y de trabajo, una composición equilibrada de la actividad económica, una difusión generalizada de los beneficios del progreso entre toda la población, una efectiva autonomía nacional de las decisiones que afectan fundamentalmente el curso y el nivel de la economía, una elevada capacidad de transformación de las condiciones determinantes, en lo institucional y lo material, de la vida económica, social y cultural del país, una aptitud de la sociedad para el disfrute pleno de los dones económicos y culturales, que en esencia constituyen la denominada calidad de vida» (Castillo Martín, 28/12/16).

El crecimiento es una variable cuantitativa, mientras que el desarrollo es una variable más bien cualitativa. Michael Parkin considera como factores claves para alcanzar el desarrollo: mantener un control demográfico (sanitario y educativo), obtener ayuda externa, eliminar las restricciones al comercio internacional y estimular la demanda agregada (Cfr. Parkin, 1994, pp. 1156-1158).

Indicadores e índices tradicionales

A continuación, se analizan algunos indicadores e índices de desarrollo.

La pobreza e indigencia. Lorenz, Gini y Kuznets

La pobreza puede medirse de dos maneras: a) con índices integrales como el Índice de Necesidades Insatisfechas (NBI) que se utilizó para medir la pobreza en Argentina por parte del Estado hasta el año 1984 y, b) en términos de ingresos (salarios) en relación a los valores de la canasta total de alimentos. Así, se distingue la pobreza como algo integral o como algo meramente monetario.

El NBI es un índice que trabaja con umbrales (mínimos) e incluye indicadores vinculados a:

- 1) condiciones habitacionales esenciales (calidad de la vivienda, hacinamiento),
- 2) acceso a los servicios (condiciones sanitarias),
- 3) acceso a la escolarización en el nivel primario de educación formal y,
- 4) capacidad económica que incluye la cantidad de miembros del hogar, cantidad

de miembros ocupados, y el nivel de educación del jefe del hogar y analiza la inserción en el mercado laboral de los integrantes del hogar, conceptos estos que están muy vinculados a la calidad de vida. Como dato, se destaca que, en la Argentina en el año 2001, el 17,7 % de la población tenía NBI mientras que en el año 2010 se redujo al 12,5 % de la población (Cfr. Ministerio de Hacienda, 03/01/17).

En un estudio realizado por la Universidad Católica Argentina (UCA) en el último trimestre del año 2015, destacaba que el 53,7 % de la población estaba con alguna necesidad básica no satisfecha y el 25,6 % de la población tenía pobreza multidimensional (Cfr. Stang, 3/01/17).

Entre las críticas que se le hacen al cálculo de NBI es que no todos sus indicadores se pueden aplicar a todos los hogares, que no se hace diferencia entre hogares urbanos y rurales, que tanto indicadores como umbrales están desactualizados y que no hay fundamento teórico para determinar los umbrales, además que sus datos se obtienen de los Censos Nacionales de Población y Vivienda (CNPV) que se hacen cada 10 años. Para ello, se recomienda reformular indicadores y aplicarlo en base a la Encuesta Permanente de Hogares (EPH), medición que se hace todos los años mediante cierta adaptación de sus preguntas (Cfr. Arakaki, 03/01/17).

En relación al cálculo por Canasta para medir pobreza, se consideran los valores en precios de la Canasta Básica de Alimentos (CBA) para medir la indigencia (línea de

indigencia o LI) y la Canasta Básica Total (CBT) para medir la pobreza (Línea de pobreza o LP). Como dato, se destaca que según el INDEC en el año 2016 el 32,2 % de la población se encontraba bajo la LP, mientras que el 6,3% estaba bajo al LI, es decir, alrededor de 8,7 millones de personas que viven en grandes centros urbanos eran pobres, y, entre ellas 1,7 millones de personas eran indigentes, destacando los valores de 12.489,37 pesos para poder adquirir la Canasta Básica Total (CBT) y 5.175,92 pesos para cubrir los alimentos (CBA) en una familia tipo de 4 integrantes, montos ambos que establecen la línea de pobreza e indigencia a partir del ingreso del grupo familiar.

Asimismo, se identifican regiones más afectadas: la región del Noroeste, con el 40,1 % es la que tiene mayor tasa de pobreza, seguida por la del Noreste con el 35,8 % y Cuyo 35,6 % (Cfr. TELAM, 03/01/17).

Relacionado con la pobreza e indigencia se analiza la **distribución del ingreso** a partir de tres cálculos: el Coeficiente o índice de Gini, la Curva de Lorenz y la Curva de Kuznetz.

La **Curva de Lorenz** (creado por Max Lorenz en el año 1905) es una representación gráfica utilizada frecuentemente para mostrar la distribución relativa del ingreso de los hogares o las personas en un conjunto de hogares o personas de una región o país, por ejemplo. La curva se trazaría considerando en el eje horizontal el porcentaje acumulado de personas u hogares del dominio en cuestión y en el eje vertical el porcentaje acumulado del ingreso. Cada punto de la curva se lee como porcentaje acumulativo de los hogares o las personas. La curva parte del origen (0,0) y termina en el punto (100,100). Si el ingreso estuviera distribuido de manera perfectamente equitativa, la curva coincidiría con la línea de 45 grados que pasa por el origen (por ejemplo, el 30 % de los hogares o de la población percibe el 30% del ingreso). Si existiera desigualdad perfecta, o sea, si un hogar o persona poseyera todo el ingreso, la curva coincidiría con el eje horizontal hasta el punto (100,0) donde saltaría al punto (100,100). En general, la curva se encuentra en una situación intermedia entre estos dos extremos.

Por su parte, el **Coeficiente de Gini** es una medida de concentración del ingreso entre los individuos de una región, en un determinado periodo. Esta medida está ligada a la Curva de Lorenz. Toma valores entre 0 y 1, donde 0 indica que todos los individuos tienen el mismo ingreso y 1 indica que solo un individuo tiene todo el ingreso. El grado de desigualdad de la distribución del ingreso o la desigualdad de la riqueza de una región (Cfr. Universidad ICESI, 07/02/17)

Finalmente, Simon Kuznets hacia 1955, desarrolla la **Curva de Kuznets**, con base en un estudio realizado para un conjunto de países desarrollados, formuló como hipótesis la existencia de una relación directa entre crecimiento y desigualdad en las primeras etapas del desarrollo de una economía, y de un punto crítico a partir del cual la desigualdad se reduce a medida que el crecimiento avanza y la economía presenta rasgos más propios de un sistema capitalista. Gráficamente, la relación de largo plazo entre crecimiento y desigualdad que encontró Kuznets presenta la forma de una u invertida cuando el primero se representa a lo largo del eje horizontal y la segunda a lo largo del eje vertical. Esta curva en forma de u invertida se ha conocido desde entonces en los estudios sobre crecimiento y distribución como la curva de Kuznets o hipótesis de Kuznets, y en torno a ella se han elaborado numerosos trabajos para confirmar o desvirtuar su validez (Cfr. Ochoa, 09/02/17)

En todos estos indicadores se mide la distribución del ingreso a partir de una o algunas pocas variables, pero no de forma completa e integral.

El Índice de Desarrollo Humano (IDH)

Es una medida del desarrollo humano por país, aplicado desde el año 1990 por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Este índice es una herramienta sintética de los logros medios obtenidos en las dimensiones fundamentales del desarrollo humano: a) salud: tener una vida larga y saludable, b) educación: adquirir conocimientos y c) riqueza: disfrutar de un nivel de vida digno. El IDH es la media geométrica de los índices normalizados de cada una de las tres dimensiones. «El IDH se creó para hacer hincapié en que las personas y sus capacidades – y no el crecimiento económico por sí solo – deben ser el criterio más importante para evaluar el desarrollo de un país» (United Nations Development Programme, 04/01/17).

Categorizan a los países en cuatro niveles: muy alto, alto, medio y bajo nivel de desarrollo humano. En el caso concreto de la Argentina, los datos que arroja el IDH son los siguientes:

Tabla N°2: IDH de la Argentina entre los años 1980 y 2014

Año	IDH	Puesto
2014	0,836	40
2010	0,799	49
2005	0,758	51
2000	0,753	43
1990	0,694	51
1980	0,665	34

Fuente: AA. VV., 04/01/17.

Específicamente, los indicadores de esperanza de vida en Argentina están en 76,16 años, su tasa de mortalidad en el 7,57 y su renta per cápita sea de € 9.275.

Índice de Competitividad Global o Global Competitiveness (GCI)

Desde 1979, cada año el Foro Económico Mundial publica este índice que mide cómo utiliza un país los recursos de que dispone y su capacidad para proveer a sus habitantes de un alto nivel de prosperidad. Se construye en base a datos estadísticos de los organismos reconocidos a nivel internacional, como el Fondo Monetario Internacional (FMI), la Organización para la Educación, las Naciones Unidas y la Organización Mundial de la Salud (OMS) y encuestas de opinión a más de 14.000 líderes empresariales. Para clasificar los países según su competitividad, analiza través de 12 indicadores su prosperidad económica: 1) Instituciones, 2) Infraestructuras, 3) Entorno macroeconómico, 4) Salud y educación primaria, 5) Educación superior y formación, 6) Eficiencia del mercado de bienes, 7) Eficiencia del mercado laboral, 8) Desarrollo del mercado financiero, 9) Preparación tecnológica, 10) Tamaño del mercado, 11) Sofisticación en materia de negocios y, 12) Innovación. Se mide un total de 142 países.

Tabla N°3: El índice GCI de la Argentina entre los años 1997 y 2016

Año	GCI	Puesto
2016	3,79	106
2014	3,76	104
2010	3,91	85
2007	4,02	70
1997	--	30

Fuente: AA. VV., 04/01/17

En este sentido, la Argentina ha caído permanentemente desde el año 1997. Específicamente, para 2016:

«...cayó dos lugares debido a la continuación de los malos resultados en las diferentes dimensiones. Las excepciones son el tamaño del mercado (puesto 27), la absorción de las tecnologías de la información y comunicación (52), y la educación de nivel superior y formación (39), lo que ubica al país entre los mejores de la región. Sin embargo, el rendimiento cae notablemente en la calidad general de la educación (108). Asimismo, el Foro analiza que un entorno macroeconómico débil (114) y el sector financiero ineficiente (132) frenan la inversión, a la vez que afirma que los líderes empresariales consideran la inflación y la regulación de las divisas como los dos factores más problemáticos para hacer negocios en la Argentina. El informe también destaca que el país se enfrenta a una profunda crisis institucional y que la calidad de la infraestructura (122) también se encuentra entre los más bajos de la región» (Slipczuk, 04/01/17).

En 2016 la Argentina se encontraba en el puesto N° 13 dentro de América Latina, superado por Chile, Brasil, Uruguay, entre otros.

El índice de densidad económica

El índice de densidad económica es la masa económica por unidad de superficie en una determinada área, o la compactación geográfica de la actividad económica (Informe de Desarrollo Mundial 2009, Banco Mundial). La medición de la densidad económica tiene como objetivo conocer cuáles son los territorios económicamente más productivos, es decir, qué zonas dentro de cada país genera más riqueza. En la mayoría de los casos, fruto del efecto de las economías de aglomeración, las áreas de mayor densidad económica coinciden con las áreas más urbanizadas y la presencia, en todo caso, de urbes más pobladas (Cfr. Ventura, 04/01/17).

Cuestionamientos a los indicadores e índices tradicionales

La mayor parte de los indicadores e índices son medidas elaboradas y aplicadas por organismos oficiales como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional, o la Organización de las Naciones Unidas. Estos organismos diseñan muchos índices que se pueden utilizar para medir el desarrollo. El Producto Interior Bruto (PIB o PBI) creado en 1934, el PIB per capita (distribución del PBI por habitante), el Índice de Desarrollo Humano (IDH) que parte de las ideas del economista Amartya Sen en los años ochenta y se aplicó desde 1990 y el Índice de Densidad Económica son los más conocidos. La mayor crítica hacia estos índices es que sustentan y apoyan la idea de la dinámica centro -periferia (Brecha norte - sur que destacaba en la década del '50 Raúl Prebisch). Además, estos indicadores tradicionales son herramientas desactualizadas y anticuadas para medir el desarrollo, ya que no reflejan fielmente la realidad de la segunda década de este siglo XXI. Por otra parte, la mayor parte de los indicadores tradicionales se crearon desde la óptica de Occidente y no considera la multipolaridad, la heterogeneidad y la diversidad mundial. Finalmente:

«Los indicadores tradicionales se enmarcan dentro de lo que Peter Dicken llama Mainstream Economy, la corriente predominante a la hora de analizar la economía. De esta manera, estos indicadores tienen un sesgo Mainstream, en el sentido de que miden y analizan parámetros sobre el desarrollo teniendo una determinada concepción del desarrollo» (Ventura, 04/01/17).

Así, surge un nuevo índice de desarrollo que trata de superar estas deficiencias, denominado Índice de Desarrollo Socioeconómico.

Índice de Desarrollo Socioeconómico (IDSE)

El IDSE mide el grado de desarrollo de sociedades y territorios considerando variables alternativas, como el número de usuarios de redes sociales, el bienestar ambiental, la

felicidad, el coste de la vida, la exportación de productos de alta tecnología, etc. De este modo, el IDSE utiliza indicadores económicos y sociales tradicionales como el crecimiento del PBI, e indicadores alternativos como la inversión extranjera directa.

Tabla N° 4: Dimensión económica y social del IDSE

Tipo de indicador	Dimensión económica	Dimensión social
Indicadores tradicionales	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento económico (mediante el - Crecimiento del PBI) - Densidad económica (mediante la densidad del PBI) 	<ul style="list-style-type: none"> - Coste de vida (mediante el Índice de precios al consumidor) -Estado de bienestar (mediante la Tasa de suicidios)
Indicadores alternativos	<ul style="list-style-type: none"> -Atractivo financiero (mediante la Inversión extranjera directa) -Productos alta tecnologías (mediante la Exportación alta tecnología) 	<ul style="list-style-type: none"> - Felicidad y sostenibilidad (mediante el Índice planeta feliz) - Presencia de redes sociales (mediante el número de Usuarios de redes sociales)

Fuente: Ventura, 04/01/17

Así:

«...el perfil de los grandes países emergentes, que lideran el ranking del IDSE para la región de América latina: Colombia, México, Brasil o Argentina. Son países que han obtenido una buena puntuación tanto en la dimensión económica como en la dimensión social, y que consiguen superar a potencias como Estados Unidos por la intervención de ambos factores (aunque pierden toda comparación económica frente a EEUU), y también por el efecto del filtro de la justicia, que otorga una mayor puntuación a los países menos desarrollados (según el IDH). Todos los países del TOP 5 tienen un IDH inferior al de Estados Unidos, en cambio todos le superan en el IDSE» (Ventura, 04/01/17). Como aspectos positivos del IDSE, es menos sesgado que los indicadores e índices tradicionales, puesto que beneficia a todos los países de la periferia, y no deja a ninguno en situación de marginalidad. Es más complejo, pues considera hasta ocho variables distintas que describen dos dimensiones básicas del desarrollo: la económica y la social. Es más actual, porque maneja concepciones modernas del desarrollo, incluyendo temáticas propias del siglo XXI, como las nuevas tecnologías, y también variables que miden temas relacionados con el medio ambiente. Es revelador de contrastes distintos, porque realza cualidades de la periferia y describe posibles debilidades de los países del centro. Es atenuador de diferencias, deja patente que hay varios tipos de desigualdades y que no es tanta la brecha entre el centro y la periferia. Finalmente, es descriptor de la realidad económica del siglo XXI, ya que, a diferencia de otros indicadores, pone de relevancia el ascenso del Sur, la aparición de países emergentes que ya superan en varios indicadores a países del centro.

A la vista de los resultados del IDSE, se puede concluir que los países mejor puntuados coinciden con los denominados *países emergentes*. Tomando como ejemplo los informes del BBVA Research sobre los países que liberarán la economía mundial en el futuro próximo y haciendo caso a lo que el economista Jim O'Neill adelantaba en su libro *El mapa del crecimiento* (2011) se observa que, efectivamente, hay una serie de países que todos los indicadores (también el IDSE) señalan como *especiales*. Como apuntan los estudios macroeconómicos, varios países que hace pocas décadas eran subdesarrollados se están acercando, e incluso adelantando, a los países centrales. Por

ejemplo, Malasia o Chile ya son economías más competitivas en el mundo global actual que España o Italia. Según los análisis del BBVA Research, los países emergentes son China, India, Rusia, Brasil, México, Corea del Sur, Indonesia, Egipto, Taiwán y Turquía. Los economistas han llamado a estos países EAGLEs, acrónimo de *Emerging and Growth-Leading Economies*. En los estudios de Goldman Sachs y de Jim O'Neill, quien ya acertó en el año 2001 cuando vaticinó que los BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica) liderarían el crecimiento de la década 2000-2010, En un informe de 2005, Jim O'Neill presentó los Next Eleven (N-11), los «próximos once», que en este caso hacía referencia a Bangladesh, Corea del Sur, Egipto, Filipinas, Indonesia, Irán, México, Nigeria, Pakistán, Turquía y Vietnam. Para el futuro próximo también apuntan a los mismos países que el BBVA y los 13 del IDSE: India, Indonesia, Colombia, México, Tailandia, Filipinas, Brasil, Argentina, China, Malasia, Chile, Bangladesh, Turquía (Cfr. Ventura, 04/01/07).

Por último, hay otros indicadores e índices de desarrollo, que, al ser más específicos, solo se citarán a continuación: 1. Existencia de cooperativas y fomento a las mismas (legislación), 2. Existencia de Pymes y leyes de promoción a las mismas. Emprededurismo, 3. Fomento a la producción local (desarrollo local con recursos endógenos), 4. Descentralización del gobierno (gobierno federal), gobernanza local, 5. Sostenibilidad ambiental, huella ecológica, 6. Diversificación y adecuada distribución.

Para ir concluyendo, la humanidad siempre se ha preocupado por sobrevivir como individuo y como especie y para ello debió tomar decisiones lo más objetivas y racionales posibles, ante un ser humano no racional ni objetivo. La búsqueda de una medición objetiva, para hacer comparaciones en tiempo y espacio con fuentes confiables que permitiera tomar decisiones acertadas y ayude a comprender las causas de las coyunturas y estructuras, siempre fueron ejes centrales en la economía como ciencia. Siempre se ha buscado mejorar la medición, hacerla más útil, completa e integral. Por otra parte, los temas de crecimiento y desarrollo siempre han estado presentes en las reflexiones y análisis de los economistas, políticos y académicos, y anticipaban la reconfiguración de los países desde los del centro y la periferia que destacara en la década del 50 Raúl Prebisch, a los BRICS (los nuevos países emergentes de Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica, con alto crecimiento del PBI pero mucha desigualdad) y a los PIGS (término acrónimo peyorativo en inglés con el que medios financieros anglosajones se refieren al grupo de países de la Unión Europea conformado por Portugal, Italia, Grecia y España, países con serios problemas de déficit y balanza de pagos) y tal vez, a nuevas formas y configuraciones mundiales de poder y liderazgo a partir de la asunción del nuevo presidente de EEUU en 2017 y el Brexit (posible salida de Gran Bretaña de la Unión Europea). Con los años veremos las nuevas formas y configuraciones.

Preguntas de reflexión

1. ¿Por qué se deben usar indicadores para medir el crecimiento e índices para medir el desarrollo?
2. ¿A qué se debe el cambio y reemplazo de ciertos indicadores e índices por otros a lo largo del tiempo y entre países?
3. ¿Cómo se ubica la Argentina en términos de crecimiento y desarrollo en las últimas dos décadas? ¿Cuáles son los indicadores más positivos y más negativos?
4. Imagina el planeta Tierra en el año 2050: ¿Cómo consideras que estará reconfigurado? ¿En base a que se haría esta reconfiguración?

Ejercicios y tareas

Portafolio

Primera Parte

Hacer una investigación mediante el uso de fuentes secundarias (básicamente estadísticas descriptivas e informes) sobre los principales indicadores macroeconómicos de un país de elección entre los del listado y compararlos con la Argentina.

Listado de países a elegir: Brasil, Paraguay, Uruguay, Chile, Perú, Bolivia, Venezuela, Colombia, México, Cuba, Haití, Honduras, Guatemala, España, Portugal, Grecia, Marruecos, República de Sudáfrica, Rusia, India, China.

Consignas:

a- Crecimiento económico

1. Indicadores macroeconómicos de crecimiento: (considerar la definición de cada indicador y su alcance según cada país)
2. La importancia de los cuatro sectores económicos del país y la posición del sector turístico.
3. Evolución de la población total del país (últimos cinco años y desde el Censo de Población de 2010).
4. La evolución del PBI (últimos 5 años por lo menos y proyección para el año actual).
5. La evolución de los precios minoristas y/o del consumidor (IPC) para ver el nivel de inflación (últimos cinco años por lo menos y proyección al año actual).
6. La cantidad de Población Económicamente Activa (PEA) y situación de empleo y desempleo y nivel de salarios (salario promedio, mínimo vital y móvil). (Últimos 5 años por lo menos y proyección al año actual).
7. La balanza comercial (rubro y monto de las exportaciones e importaciones) del país con el resto del mundo y saldo de la balanza (positivo o negativo) (últimos cinco años por lo menos y proyección al año actual).
8. La evolución y situación actual de la deuda externa (últimos 5 años por lo menos y proyección al año actual).
9. La evolución del Riesgo País (consultora JP Morgan) en los últimos 5 años y proyección al año actual.
10. El tipo de cambio actual (oficial y otros, tendencias).

Se espera que cada alumno compare estos indicadores entre el país elegido y la Argentina, (preferentemente para los años 2013 hasta el año actual, e identifique proyecciones, estimaciones o tendencias al año actual), en cuanto a cifras actuales, evolución y definición del mismo. Pueden hacer tablas o gráficos comparativos y tablas síntesis. Seguido a cada tabla o gráfico hacer la interpretación del mismo.

Interesa en este trabajo el esfuerzo de búsqueda de datos, la capacidad de síntesis e interpretación.

- Elaborar una opinión crítica y conclusiones parciales.

- Citar las fuentes consultadas.
- Incorporar tablas y gráficos, enumerándolos por separado, interpretarlos y agregar la fuente utilizada en cada una de ellas.
- En el texto usar cita americana (APELLIDO, nombre; año: página) y debajo de cada tabla o gráfico poner su fuente. En citas de Internet poner la dirección completa y la fecha de lectura del mismo.
- Es un trabajo aplicado, por lo que solo se deben incluir –cuando corresponda– definiciones específicas del país en estudio.
- Asegurarse de trabajar con fuentes confiables: de gobiernos nacionales, Ministerios, organismos de estadísticas oficiales, consultoras reconocidas, diarios locales, etc. Puede ser interesante comparar datos de fuentes oficiales con consultoras privadas.
- Registrar adecuadamente la fuente con cita y fuentes consultadas al final del trabajo. Si es Internet, poner la página web completa y la fecha.

Estructura del trabajo

- Carátula.
- Resumen ejecutivo (objetivos del trabajo, fuentes utilizadas, síntesis de los principales resultados, conclusiones) en no más de 500 palabras.
- Índice de contenidos.
- Índice de tablas, gráficos y figuras.
- Resultados: ordenados por indicadores a analizar (aquí se incluyen las tablas, gráficos del país elegido y la Argentina, y se interpreta y compara entre años y países). Enumerar por separado tablas y gráficos y poner la fuente a cada uno de ellos.
- Opinión crítica y conclusiones parciales.
- Bibliografía y otras fuentes consultadas.
- Extensión del trabajo: entre 15 y 18 páginas.
- Letra Times o Ariel 12. Interlineado 1,5 puntos. Hojas A4.

Segunda parte

Para la realización del segundo portafolio, deberán hacer una investigación mediante el uso de fuentes secundarias (básicamente estadísticas descriptivas e informes) sobre los principales indicadores e índices de desarrollo macro económicos, sociales y ambientales del país elegido para la primera parte del portafolio y compararlos con la Argentina.

Consignas

1) Indicadores macroeconómicos, sociales y ambientales de desarrollo (considerar la definición de cada indicador y su alcance según cada país) ligados a la economía tradicional o *Mainstream*:

- a) Analizar cuál es la situación actual del índice de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) y cómo se distribuyen en ambos países.
- b) Analizar los niveles de pobreza e indigencia de los últimos 10 años.
- c) Desigualdad social: ¿cómo están distribuidas las denominadas “clases sociales” (alta, media y baja) y cómo es su evolución en los últimos 10 años?
- d) Analizar la evolución del consumo en general y el gasto turístico en los últimos 10 años.
- e) ¿Cuál es la situación de la balanza de pagos del país analizado y de la Argentina en los últimos 10 años?

- f) ¿Cómo evolucionó el tipo de cambio en los últimos 10 años? ¿Cómo afectó al turismo?
 - g) Analizar el Índice de Desarrollo Humano (IDH) en los últimos 10 años y cuáles son sus indicadores más críticos en ambos países.
 - h) Evaluar la situación de ambos países en relación al Índice de Competitividad Global (GCI).
 - i) Analizar la situación de ambos países en relación al Índice de Desarrollo Socioeconómico (IDSE).
 - j) Analizar en qué momento del ciclo económico se encuentran ambos países y cuál es la variable macroeconómica más crítica.
 - k) ¿Encuentra algún condicionante de la coyuntura internacional en la Crisis del 30, en la del 2008 o en la actual? ¿Qué medidas se intentaron para revertirlas? ¿Qué rol ocupa el Estado en ambos países ante las crisis internacionales? ¿Se toman medidas procíclicas o anticíclicas? ¿El país es emergente, parte del Brics o del Pigs?
 - l) ¿Cuál es la situación actual del turismo en el país analizado? Problemas, intervención del Estado (incentivos-controles), principales destinos, regulaciones laborales de vacaciones, feriados, presencia de enclaves, tipo de cambio, enfermedades, clima, contaminación, etc.
- 2) Elaborar una opinión crítica y conclusiones finales relacionando indicadores del primer portafolio con los indicadores e índices del segundo portafolio. Puede utilizar una tabla síntesis o esquema.
- 3) Elaborar un árbol de problemas de la economía de la Argentina y del país elegido, bajo análisis de coyuntura (corto plazo).
- 4) Elaborar un diagrama de Pareto de la situación de la Argentina, bajo análisis de estructura (largo plazo).

Bibliografía

Libros

- BILINKIS, Santiago (2014): *Pasaje al futuro*. Buenos Aires. Sudamericana.
- DIECKOW, Liliana (2010): *La problemática económica del turismo I. Un abordaje teórico, aplicado y práctico*. Posadas. Editorial Universitaria.
- FREIRE, Andy (2015): *Argentina emprendedora. Cómo innovar puede producir cambios reales y decisivos en el destino de un país*. Buenos Aires. Aguilar.
- OYHANARTE, Mario (2013): *Indicadores económicos*. Buenos Aires. Pluma Digital Ediciones.
- PARKIN, Michael (1995): *Microeconomía*. Delaware. Addison Wesley Iberoamericana.
- POMERANIEC, H.; SAN MARTÍN, R. (2016): *¿Dónde queda el primer mundo? El nuevo mapa del desarrollo y el bienestar*. Buenos Aires. Aguilar.
- RIFKIN, Jeremy (2011): *La tercera revolución industrial*. Buenos Aires. Paidós.
- RIFKIN, Jeremy (2014): *La sociedad de coste marginal cero*. Buenos Aires. Paidós.
- SAMUELSON, Paul (2004): *Economía*. Buenos Aires. Mc Graw Hill.

Internet

- AA. VV.: “Indicador económico”. Disponible en <http://n-economia.blogspot.com.ar/2011/09/indicador-economico.html>, 28/12/16.
- AA. VV.: “Índice de competitividad global”. Disponible en <http://www.datosmacro.com/estado/indice-competitividad-global/argentina>, 04/01/17.
- Arakaki, A.: “Segmentación del mercado de trabajo en Argentina. 2003-2013”. Disponible en <http://www.unse.edu.ar/trabajosociedad/27%20ARAKAKI%20AGUSTIN%20CONICET%20NBI.pdf>, 03/01/17.
- Castillo Martín, P.: “Política económica: crecimiento económico, desarrollo económico, desarrollo sostenible”. Disponible en <http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/wp-content/uploads/RIMED-Pol%C3%ADtica-econ%C3%B3mica.pdf>, 28/12/16.
- FMI: “El FMI rebaja el crecimiento económico de Latinoamérica y Caribe”. Disponible en http://www.invertia.com/etfs/default1.asp?idtel_sec=ME, 28/12/16.
- Giudice Baca, Víctor: “Teorías de los ciclos económicos”. Disponible en http://economia.unmsm.edu.pe/org/arch_doc/VGiudiceV/publ/TeoriasCiclosEconomicos.pdf, 30/12/16.

INET: “Indicadores de evaluación institucional”. Disponible en http://www.etpcba.com.ar/Documentos/Sitios/Evaluacion_Intitucional/17_INDICADORES_E_%C3%8DNDICES.pdf, 29/12/16.

Ministerio de Hacienda. Presidencia de la Nación: “Trabajo y sociedad”. Disponible en <http://www.2mecon.gov.ar/hacienda/dinrep/Informes/archivos/NBIAmpliado.pdf>, <http://www.unse.edu.ar/trabajoysoiedad/27%20ARAKAKI%20AGUSTIN%20CONICET%20NBI.pdf>. 03/01/17.

Negre, J.: “Evolución del PBI en Argentina en 100 años (1913- 2013)”. Disponible en <http://jorgenegre.com.ar/web/index.php/2016/04/28/evolucion-del-pbi-en-argentina-en-100-anos-1913-2013/>, 28/12/16.

Ochoa, L.: “Crecimiento y distribución: una evaluación de la hipótesis de Kuznetz”. Disponible en http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47722003000100003, 09/02/17.

OIT: Oficina Internacional del Trabajo. CINTEFOR: “Guía para la evaluación del impacto de la formación profesional. ¿Qué son y cómo se construyen los indicadores en la evaluación de impacto?”. Disponible en <http://guia.oitcinterfor.org/como-evaluar/como-se-construyen-indicadores>. 29/12/16.

Shaalo, M.: “El 2014 cerrará con una caída del PBI de 2 % y una inflación de 37 %”. Disponible en <http://www.cronista.com/economiapolitica/El-2014-cerrara-con-una-caida-del-PBI-de-2-y-una-inflacion-de-37-20141226-0065.html>, 26/12/14.

Slipczuk, M.: “Macri: 'Estamos [10]6, entre 142 países, en el Índice de Competitividad Global del Foro Económico Mundial'.” Disponible en <http://chequeado.com/ultimas-noticias/macri-estamos-en-el-puesto-106-entre-142-paises-en-el-indice-de-competitividad-global-del-foro-economico-mundial>. 4/01/17.

Stang, S.: “Más de la mitad de los argentinos sufre alguna carencia social básica”. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1885823-mas-de-la-mitad-de-los-argentinos-sufre-alguna-carencia-social-basica>. 3/01/17.

TELAM: “Indec: El 32,2 % de los argentinos es pobre y el 6,3 % se encuentra en la indigencia”. Disponible en <http://www.telam.com.ar/notas/201609/164862-pobreza-indec-cifras-estadisticas.html>. 03/01/17.

United Nations Development Programme: “Human Development Reports”. Disponible en <http://hdr.undp.org/es/content/el-%C3%ADndice-de-desarrollo-humano-idh>, 04/01/17.

Universidad ICESI: “Glosario”. Disponible en <http://www.icesi.edu.co/cienfi/images/stories/pdf/glosario/coeficiente-gini.pdf>, 07/02/17.

Ventura, J.: "Un nuevo indicador para medir el desarrollo: el Índice de Desarrollo Socioeconómico (IDSE)". Disponible en <http://elordenmundial.com/2015/10/26/un-nuevo-indicador-para-medir-el-desarrollo-el-indice-de-desarrollo-socioeconomico-idse>, 04/01/17.

Capítulo II

La medición global del turismo²

La pobreza no la crea la gente pobre. Esta es producto del sistema que hemos creado, por ende, hay que cambiar los modelos y conceptos rígidos de nuestra sociedad.

(Muhammad Yunus)

El turismo puede ser analizado desde su contribución al crecimiento económico o por su colaboración con el desarrollo económico del país o el destino turístico. Como indicadores de **crecimiento** destacamos el aporte del turismo a la economía, la generación de empleo turístico, el gasto turístico, el tipo de cambio y el tiempo de estadía, entre otros. Por otro lado, el aporte del turismo al **desarrollo** lo podemos analizar de una forma más integral, con conceptos y *constructos* como los de desarrollo local, economía social y solidaria, economía colaborativa, desarrollo sostenible y sustentable, entre otros.

El turismo y el crecimiento

Para comenzar, debemos recordar que la actividad turística exige fuertes inversiones públicas (del Estado) y privadas (de emprendedores) para proveer de accesibilidad y servicios en destino, así como prever contingencias.

Adrián Bull sostiene que las inversiones en turismo deben darse en tres áreas fundamentales:

- a) Activos fijos nuevos: edificios, plantas, equipamiento e instalaciones.
- b) Restauración o sustitución de activos fijos que han llegado al final de su vida útil en su forma actual: nuevas estrategias de marketing, TIC como Internet y redes, etc.
- c) Capital circulante que suministre un fondo del que se puedan pagar los costes recurrentes de la producción, que suelen estar presentes en temporada baja (Cfr. Bull, 1994, 251).

El crecimiento de cualquier sector depende de su capacidad para generar un beneficio de la inversión, por lo tanto, debe ser capaz de consolidar esa inversión a través de los mercados de capital y de los ingresos internos. Los rendimientos se miden básicamente por medio del factor recompensa (intereses y dividendos) que se gana por la inversión, pero también por el crecimiento del capital y de otros beneficios. Las inversiones en el sector público pueden ser en infraestructura del transporte, en centros de información, centros de simulación, en parques nacionales o en centros de formación profesional y se miden en términos de la relación coste- beneficio y no de rentabilidad comercial. Las inversiones en el sector privado suelen ser en propiedades

² Elvira A. Lansse y Liliana M. Dieckow

y capital (hoteles, centros comerciales, y de convenciones, atracciones) o de estilos de vida lujosos como yates, mansiones o castillos. Entre las ventajas de la inversión en turismo se destaca que muchos proyectos permiten una rápida recuperación del capital invertido (como la gastronomía) y con frecuencia esa inversión puede tener otros usos (un hotel transformado en edificios de apartamentos o un casino en centro de convenciones) (Cfr. Bull, 1994, pp. 271-275).

El turismo es una actividad compleja de medir, debido a que sus límites con otras actividades son muy difusos (muchas actividades son compartidas con otras no actividades turísticas como el servicio de gastronomía o transporte interno) y porque con frecuencia se comete el error de duplicar el registro de datos (entradas, transportes y pernóctes).

Por otra parte, la actividad turística es muy sensible o vulnerable ante variaciones de precios u otras características de la oferta (elasticidad de la demanda), por lo cual al haber recesión o crisis en la economía en general, la actividad turística se retrae rápidamente, disminuyendo su demanda, producción y empleo. Manuel Figuerola analizó mediante una serie de datos y fórmulas la relación que existe entre el crecimiento económico y la tasa de expansión turística y logró demostrar la influencia directa de la primera sobre el turismo (Cfr. Figuerola, 1990, p. 25).

«La experiencia ha venido demostrando que cuando el ritmo de crecimiento de las economías se intensifica, el número de viajes con fines recreativos y turísticos aumenta de manera más que proporcional» (Figuerola, 1990, p. 23).

A nivel mundial, la actividad del turismo es una de las que más está incrementándose en términos de número de personas y de ingresos monetarios. Asimismo, la propia actividad turística está creciendo a niveles muy elevados:

«China, el mayor mercado de origen del mundo, siguió declarando un crecimiento superior al 10 % en gastos en viajes internacionales (+20 % en el primer trimestre de 2016), en beneficio de destinos de la región y del resto del mundo. En los Estados Unidos, el segundo mercado en tamaño del mundo, aumentaron los gastos en viajes emisores en un 8 % hasta julio, gracias a la fortaleza de la divisa. El tercer mercado, Alemania, declaró un incremento del 4 % en los gastos hasta julio» (Gómez Sobrino, 05/01/17)

En América Latina, la llegada de turistas internacionales se incrementó en el primer semestre de 2016 en un 4 % y con expectativas muy positivas para el segundo semestre, ubicando a la Argentina como el segundo destino elegido. Para Argentina, en octubre de 2016 se estimó un total de 187,7 mil llegadas de turistas no residentes, cifra que representó un incremento interanual de 7,2 %. Las salidas al exterior de turistas residentes alcanzaron 311 mil, lo que representó un aumento de 12,7 % con respecto al mismo mes del año anterior. Sin embargo, al analizar la relación entre salidas e ingresos de turistas al país, el saldo es negativo (balanza negativa o déficit).

«El saldo de los turistas internacionales resultó negativo en 123,3 mil, como consecuencia del menor flujo de llegadas de turistas no residentes respecto a las salidas al exterior de turistas residentes». (INDEC, 05/01/17)

Desde el Observatorio de Turismo de la Argentina de la Universidad Nacional de Lanús se sostiene:

«No caben dudas de la importancia económica del turismo en la Argentina. La participación del rubro turismo y viajes en el PBI argentino es del 7,6 por ciento. Igual de importante aún, la Argentina se encuentra lejos de la frontera internacional, en la cuál el turismo representa el 9,9 por ciento del PBI y explica el 8,4 por ciento del empleo total. De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo, la curva del mercado presenta una tendencia a la diversificación de los destinos: mientras en 1950, 15 destinos absorbían el 98 por ciento del turismo internacional, en 1970 ese porcentaje se redujo al 75 por ciento, para caer al 57 por

ciento en 2007, reflejando sin duda la emergencia de nuevos destinos, mayoritariamente en países en desarrollo» (Kopecek, 05/01/17).

Tal como lo destaca Adrián Bull, la teoría económica clásica supone que la distribución de la renta se corregirá ella misma por medio de las fuerzas del mercado para reflejar las productividades marginales de los factores de producción. Sin embargo, los economistas más actuales han puesto de manifiesto que ello no siempre ocurre (Cfr. Kaldor, 1955 in Bull, 1994, pp. 169).

Así:

«...los impactos directos (e indirectos) del gasto en turismo dependen de las formas en que se distribuyen los ingresos, lo que a su vez depende de la propiedad y de la utilización de los recursos del sector oferente del turismo. La intensidad de la utilización de los factores de producción no solo depende del factor de la productividad, sino también del tipo de turismo que se proporcione...» (Bull, 1994, p. 175).

Claramente, se evidencia que el turismo es una de las actividades que más **empleo** requiere y genera. Por lo general, en el turismo -como en otros sectores- los ratios de capital-trabajo están cambiando; reflejan la utilización de tecnología cada vez mayor y al crecer la demanda, y establecer los costes crecientes y las facilidades del factor tierra que hay en una oferta relativamente fija. Sin embargo, el proceso de sustitución de la mano de obra del sector turístico es más lento que en otros, debido al énfasis que han puesto tanto los productores como los consumidores en la característica del servicio personal. Donde esto se considera importante (bien sea en agencias de viajes, en restaurantes o en centros de información turística), los inputs (aportes) de trabajo seguirán siendo elevados (Cfr. Bull, 1994, pp. 175-176).

Continúa este autor diciendo que, en relación a otros sectores:

«...el turístico ha demostrado una alta capacidad de colocación de mano de obra por unidad de ingresos del sector. Así, muchos autores y referentes del sector público consideran que el desarrollo del turismo es ideal para absorber el desempleo en regiones con pocas oportunidades de empleo, incluso en regiones con una renta elevada. Sin embargo, el valor del puesto de trabajo en el sector turístico depende de cómo se mida el empleo y de la naturaleza de los mercados de trabajo...».

Bull sostiene que la cantidad de personas empleadas en este sector probablemente será alta en algún momento del año por cuatro razones:

a) La intensidad relativa de la mano de obra: cantidad de mano de obra que se necesita, especialmente en agencias, alojamientos y gastronomía y la presencia de numerosas Pymes.

b) El elevado número de ocupaciones con salarios bajos debido a que muchos de estos empleos no requieren de cualificación, hay empleo transitorio, hay escasa sindicalización, hay escasa regulación laboral y en algunos casos poca competitividad frente a otros sectores.

c) La gran cantidad de empleo a tiempo parcial y eventual: muy frecuente en turismo, que les permite hacer del factor trabajo un costo variable y con frecuencia con jornadas laborales de más horas que aquellas cubiertas por el salario.

d) La estacionalidad máxima: que establece dos situaciones laborales, la del empleado fijo todo el año y la de temporada alta con empleos marginales, pero de mejor salario. La estacionalidad influye tanto en los empleos directos como indirectos en turismo, que pueden generar una reducción en la renta nacional y en el gasto inducido (Cfr. Bull, 1994, pp. 175, 185, 188).

Otro aspecto a analizar es el **nivel de salarios**. En base a una investigación realizada por las autoras en la provincia de Misiones entre los años 2011 y 2012, se pudo observar que en general el empleo turístico con relación de dependencia en puestos bajos e intermedios del sector público y privado presenta bajos salarios y

especialmente en sector privado la estabilidad laboral no es la adecuada. Hay bastante empleo por cuenta propia o *free lance* (especialmente en los Guías de turismo) y multiempleo en el caso de los Licenciados. Si bien en la provincia de Misiones se cuenta con el Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones (COLPROFTURMI), la actividad está desregulada y solo se proponen honorarios recomendados. Además, se evidenció que los puestos más demandados son de baja calificación (ayudantes de cocina, recepcionistas, empleado de agencia de viajes) y empleo temporario para la temporada alta (Cfr. Proyecto: “El mercado de trabajo y empleo de profesionales en turismo en Misiones. Análisis de la inserción, movilidad y nivel de salarios”, Código: 16H/321).

Por otro lado, se estima que el PBI Turístico en Argentina creció en mayor medida entre 2004 a 2014 que el total del PBI argentino, haciéndolo el turismo en un 71 % mientras que el total lo hizo en un 62 %. Con relación a la participación de la actividad turística en el PBI, se parte del 6,63 % de 2004 hasta llegar, con algunos altibajos, al 7 % del PBI en 2014. En cuanto al empleo, en 2004 el turismo ocupaba directa e indirectamente a 1,2 millones de personas en todo el país, lo que a su vez representaba el 8,01 % del total. Diez años después, en 2014, el empleo del sector se incrementó hasta 1,4 millones de puestos de trabajo, aumentando muy levemente su participación en el total al 8,05 % (Cfr. Agencia de Noticias PortalBa, 05/01/17). Esto pone en evidencia la importancia y la capacidad de crecimiento en producción (PBI turístico) y empleo (directo, indirecto e inducido) del turismo como actividad económica.

Sin embargo, desde el punto de vista económico, para tener una comprensión más integral del turismo se dice que el mismo comprende tres elementos:

- a) que existe el pago de un servicio, es decir, la compra de algo a un precio determinado;
- b) que se produce un gasto de una parte de la renta disponible (donde habría que analizar su nivel, distribución, tasa de crecimiento entre otros); y
- c) que el turismo forzosamente es un hecho económico, por los efectos que genera y los factores económicos que en él influyen (Cfr. Krapf in Figuerola, 1990, p. 14).

Entonces, debemos estudiar indicadores como los cambios en el precio (tipo de cambio, inflación y especulación), el nivel de gastos (consumo), su distribución según destinos, el tipo/modalidad de turismo que realiza, su concentración en temporada alta y la tendencia general a lo largo de los años, a fin de tener una comprensión más acabada de su dinámica.

Al hablar de **precio**, cuando trabajamos con turismo internacional nos estamos refiriendo además del precio intrínseco del servicio o producto, al **tipo de cambio** (relación de la moneda local con una divisa que suele ser el dólar). El tipo de cambio puede ser fijo, flexible o flotante. En general, se aplica para la economía en su conjunto y la actividad turística simplemente sigue su fijación. El tipo de cambio en los destinos internacionales suele ser uno de los factores principales para motivar la visita y realizar inversiones.

Afirma Figuerola:

«El turismo, por su propia naturaleza, está ligado de alguna forma al sector exterior. Las oscilaciones que tienen lugar en los tipos de cambio y las modificaciones en las paridades, sin duda afectan al turismo. Sobre este aspecto, existen numerosas teorías que tratan de hacer luz sobre este tema tan oscuro y tan polémico. Una gran mayoría de los expertos en esta temática se manifiestan reconociendo una importante repercusión. Mas allá de ello, lo más importante a considerar es el grado de sensibilidad de las curvas a las modificaciones de precios y rentas disponibles» (Figuerola, 1990, p. 31).

La **función de la demanda turística** se compone de la siguiente fórmula: precios de los servicios turísticos, precio de otros bienes y servicios, renta per cápita, tipo de

cambio, y variables aleatorias o estocásticas (no predecibles) (Figuerola, M.; 1990: 52). Ello denota la importancia del tipo de cambio en el turismo.

Debemos recordar que en la Argentina durante la década del 90 (cuando estaba vigente la Ley de Convertibilidad, es decir, 1 dólar = 1 peso) se favorecieron mucho los viajes al exterior (Miami, Europa, entre otros destinos), lo cual afectó negativamente al turismo doméstico. En los años 2016 y 2017 los destinos de Brasil y Chile también eran más económicos que realizar turismo doméstico (a pesar de la relación 1 dólar = 16 pesos argentinos, la cotización de la moneda local en Brasil era 1 real = 5,17 pesos y en Chile 1 peso chileno = 0,025 pesos, al día 04/02/17) y favorecían las salidas al exterior.

Además, la fluctuación del tipo de cambio es un aspecto muy complejo y hasta riesgoso, tanto para la planificación de destinos como para la inversión privada (emprendedores en turismo), más aún cuando el país no cuenta con una agenda de continuidad de políticas económicas para el mediano plazo.

El **gasto turístico** -que se puede relacionar con el consumo en general y sus componentes objetivos y subjetivos- depende de:

- Variables del lugar de origen: renta personal o nivel de ingresos, tiempo personal disponible, composición del grupo, momento del ciclo de vida, situación económica, social y político-institucional del país, tipo/modalidad de turismo a realizar, entre otros.
- Variables de conexión: tipos y disponibilidad de transporte, Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), tipo de cambio (precio), tendencias, etc.
- Variables de destino: condiciones económicas, sociales, político-institucionales, sanitarias y ambientales del lugar de destino, tiempo de estadía, entre otros.

En definitiva, el gasto implica decisiones individuales de consumo y políticas de producción y promoción.

Pulido San Román sostiene que el turista es aquella persona que, con motivo de un desplazamiento, efectúa un gasto de renta en un lugar distinto de aquel en que se origina dicha renta y en el cual no reside habitualmente. En relación a esto, Manuel Figuerola, enfatizando en el gasto y la inversión, define al turismo como:

«...un acto que supone desplazamiento que conlleva el gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción y servicios que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa...» (Figuerola, M.; 1990: 15)

Además, a lo largo del tiempo la noción de turismo como bien de lujo o como necesidad se ha modificado. Así, Manuel Figuerola habla de **utilidad turística**, en otras palabras:

«...la necesidad del hombre de cambiar de ambiente, de descubrir nuevos parajes, de estudiar el arte, el folklore, y el sentimiento de otros pueblos lo que significa el goce o deleite de lo nuevo abandonando momentáneamente lo que por rutina se hace molesto y agobiante...» (Figuerola, 1990, p. 47).

De este modo, el turismo se ha vuelto una necesidad (ocio oponiéndose al negocio) y se eligen (entre) distintas alternativas de destinos, servicios, tiempos de estadía, precios, entre otros.

Por otra parte, se suele relacionar el gasto turístico per cápita con el **tiempo de estadía** en el destino. Se espera siempre que el tiempo de estadía sea el mayor posible, requiriendo para ello de diversas actividades y motivaciones (variedad de oferta) en el destino.

La **estacionalidad** (a lo largo del año) afecta al crecimiento del destino y del turismo en general, pues influye en las inversiones privadas de forma directa con los costos fijos, semifijos y variables. Es por ello que muchos destinos han buscado alternativas para reducir la estacionalidad (como la ciudad de Mar del Plata con el turismo de reuniones en invierno).

La **distribución espacial de la oferta y la demanda** es otro tema a abordar. Si bien hay cierta dependencia física de la oferta en función de los atractivos (básicamente naturales e histórico-culturales), es necesario analizar las posibilidades del derrame turístico con otras actividades recreativas o atractivos -servicios complementarios-. Aquí, nuevamente es fundamental la accesibilidad, no solo en transporte y caminos, sino también de TIC y especialmente la conectividad a Internet y las redes sociales.

En cuanto a **tipo/modalidad de turismo y tendencias**, estos temas se analizarán en el capítulo IV. Sólo se mencionará aquí que, como todo, cambia permanentemente. Tanto el sector público (área de gestión y planificación turística) como el privado (emprendedores y empresas), deben estar atentos ante estos cambios para adaptarse y satisfacer al turista/visitante de la mejor forma, de modo que el destino perdure y crezca y que el turismo como actividad en el país continúe.

Ahora bien, estos indicadores de crecimiento del turismo deben ser medidos a lo largo del tiempo y a nivel espacial. Diversos organismos oficiales de turismo como la Organización Mundial del Turismo (OMT), los Gobiernos nacionales y las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) trabajan en este sentido. De este modo, se intenta trabajar -mediante el uso de herramientas, mecanismos e indicadores estandarizados- para lograr una medición objetiva y comparable. Entre ellas, la Cuenta Satélite de Turismo (CST).

La CST es una noción o constructo desarrollada por las Naciones Unidas (ONU-OMT) para *«...medir las dimensiones de los sectores económicos que no se definen como industrias en las cuentas nacionales, por ejemplo, el turismo, que es una amalgama de actividades tales como el transporte, el alojamiento, los servicios de alimentación y bebidas, las actividades recreativas, el entretenimiento y las agencias de viajes... [Al respecto, la CST] ...proporciona datos creíbles sobre la incidencia del turismo y el empleo asociado; constituye un marco unificado para organizar los datos estadísticos sobre turismo; es una norma internacional nueva apoyada por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas; es un instrumento poderoso para diseñar medidas de política económica destinadas al desarrollo turístico; ofrece datos sobre la incidencia del turismo en la balanza de pagos de un país e información sobre las características de los recursos humanos del turismo... La idea consiste en analizar detalladamente todos los aspectos de la demanda de bienes y servicios asociados con el turismo dentro de la economía, y medir la relación con la oferta de esos bienes y servicios en la misma economía... [Los datos y la información turística los generan] ...las oficinas nacionales de estadística, las administraciones nacionales de turismo, los bancos centrales y las asociaciones de empresas turísticas nacionales... y se espera que los usuarios de la misma sean... las empresas turísticas, las administraciones nacionales de turismo, las oficinas nacionales de estadística, los bancos centrales, las asociaciones de empresas turísticas y el mundo académico... La preparación de una CST requiere la creación de una comisión o un comité apropiado (plataforma interinstitucional), integrado por miembros de las principales organizaciones institucionales. Sería necesaria también la creación de un equipo de apoyo, compuesto por expertos designados por cada una de las organizaciones miembros, para brindar asistencia...»* (OMT, 03/02/17).

En el caso de la Argentina, hacia finales del año 2003 la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR) y el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) firmaron un convenio para la elaboración de la Cuenta Satélite de Turismo, es decir la medición del impacto y la participación relativa del turismo en el conjunto de la economía de nuestro país.

Actualmente, si bien no se aplica la CST, se trabaja con tres encuestas complementarias, que son la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), la Encuesta de Turismo Internacional (ETI) y la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) que mide los viajes que realizan los residentes del país en un año.

La **Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)** «...se inició en el año 2004 en 17 localidades y actualmente se realiza en 52 núcleos urbanos que permiten cubrir las diferentes regiones turísticas del país. La EOH brinda información de la actividad hotelera, tanto desde la perspectiva de la oferta (registro y evolución de la cantidad de establecimientos, habitaciones y plazas), como desde el punto de vista de la demanda (número de pernoctaciones de los turistas residentes y no residentes hospedados según procedencia, viajeros hospedados y estadía) ... [Su objetivo general busca] ...medir el impacto del turismo internacional y del turismo interno sobre el sector hotelero y para hotelero nacional... La **Encuesta de turismo Internacional (ETI)** tiene por objetivo principal medir el flujo y el gasto de los viajeros no residentes durante su permanencia en la Argentina (turismo receptivo) y de los viajeros residentes en la Argentina durante su permanencia en el exterior (turismo emisor) y por ello mide las variables: a) lugar de residencia; b) el tamaño del grupo de viaje; c) la duración de la estadía y el tipo de alojamiento utilizado en cada uno de los sitios visitados d) la modalidad de organización del viaje o utilización de paquetes turísticos y e) el monto gastado por el grupo de viaje. La encuesta de Turismo Internacional se realiza actualmente en los siguientes sitios: Aeropuerto Internacional de Ezeiza, Aeropuerto Jorge Newbery, Puerto de Buenos Aires, Aeropuerto Internacional de Córdoba... [Finalmente, la **Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH)** tiene como objetivo general] ...medir la evolución de los viajes realizados por los hogares argentinos, sus características y computar aspectos socio-demográficos que permitan caracterizar a los turistas residentes... En cada hogar contactado se indaga por los viajes turísticos realizados por los integrantes del hogar en los dos meses anteriores al mes de realización de la encuesta, y se solicita información sociodemográfica y económica, que permite caracterizar a los turistas, a los excursionistas y también a quienes no realizan viajes turísticos. Mensualmente se entrevistan telefónicamente unos dos mil quinientos hogares residentes en las capitales de todas las provincias argentinas y en los aglomerados urbanos que no son capitales, pero cuya población es superior a los cien mil habitantes. Sumados, ambos casos concentran actualmente dos tercios de la población total del país...» (Ministerio de Turismo de la Nación, 06/02/17).

La ETI y la EOH tienden a mejorar la información coyuntural disponible sobre el sector, ya que lo abordan desde perspectivas complementarias. Las cifras del gasto del turismo internacional (procedentes de la ETI) son relevantes para la balanza de pagos y para las cuentas nacionales. Los datos que puedan obtenerse de la EOH tienen, por su parte, especial incidencia en el cálculo del Producto Bruto Geográfico, ya que el turismo desplaza geográficamente el nivel de actividad, teniendo impactos importantes a nivel local, así como también en la actividad del transporte.

El turismo y el desarrollo

Desde la década del 80, en el contexto de la crisis del sistema de producción fordista, y consolidándose en la década de los 90 con la plena vigencia de la globalización, se viene planteando cómo el desarrollo económico a través del turismo aporta al desarrollo de un municipio, la provincia o el país. Surgen así diferentes modelos en que el desarrollo ha asumido un rol fundamentalmente en mejorar las condiciones de vida de las comunidades locales. Es en ese sentido que se analizan diferentes modelos de desarrollo que se vienen dando en los últimos años y del cual el turismo forma parte.

Economía social y solidaria

Tiempo atrás, Karl Polanyi reflexionó acerca de la economía en América Latina y planteó que *otro mundo es posible, porque otra economía es posible*.

Partiendo del concepto de Coraggio³ la **Economía Social y Solidaria (ESS)**⁴ es «*un modo de hacer economía, organizando de manera asociada y cooperativa la producción, distribución, circulación y consumo de bienes y servicios no en base al motivo de lucro privado sino a la resolución de las necesidades, buscando condiciones de vida de alta calidad para todos los que en ella participan, sus familiares y comunidades, en colaboración con otras comunidades para resolver las necesidades materiales a la vez que estableciendo lazos sociales fraternales y solidarios, asumiendo con responsabilidad el manejo de los recursos naturales y el respeto por las generaciones futuras, consolidando vínculos sociales armónicos y duraderos entre comunidades, sin explotación del trabajo ajeno* (Coraggio)» (Deux Marzi et al., 2011, p. 23).

Es importante el aporte que realiza Gaiger en el cual vincula la economía solidaria «*a un nuevo modo de producción, no capitalista* (Gaiger)» (Coraggio, 2007, p. 80).

Esta experiencia plantea una «*transformación gradual de la producción y de la sociabilidad hacia formas más igualitarias, solidarias y sustentables*» (Coraggio, 2011, pp. 20-21), para lograr lo que Coraggio llama la «*reproducción ampliada de la vida*»; la satisfacción integral (individual y social) y de las capacidades de trabajo de sus integrantes cobra un rol central con el fin de satisfacer necesidades. La desmercantilización está asimismo relacionada con la dimensión medioambiental del «buen vivir» contribuyendo a una reducción del impacto sobre los recursos de algunos tipos de actividades. De esta forma poder coexistir en forma más armoniosa con el ambiente y ser conscientes que debemos dejar a las generaciones futuras un mundo mejor.

Coraggio plantea tres corrientes de la ESS: La primera procura la (re) inserción por el trabajo que actúa a nivel microeconómico. Se caracteriza por un conjunto de prácticas focalizadas en lograr la integración social y aliviar la pobreza por la vía de la inserción de grupos de personas excluidas del mercado laboral, promueve el surgimiento de emprendimientos asociativos locales gestionados por sus trabajadores-propietarios se dirige al autoempleo. La segunda corriente promueve la creación de un sector orgánico (subsistema) de ESS, estos van más allá que la primera, conforman redes de reciprocidad, de solidaridades sociales y políticas, formación de sujetos colectivos como asociaciones pro-desarrollo local, o diversas organizaciones sectoriales y transversales de trabajadores autogestionados. Este corriente procura incluir ESS al proceso económico en su conjunto. Su sostenibilidad no solo será financiera sino también social. La tercera corriente piensa y actúa también a nivel sistémico, pero va más allá de la propuesta de construir un subsistema de ESS dentro de una economía mixta. Procura erigir *Otra Economía* (otro sistema económico). Para ello es necesario sobre conformar las relaciones de competencias entre los intereses particulares respecto a la redistribución, solidaridad y reciprocidad. Esta pugna por revertir la autonomización del mercado, avanzar en la regulación de este desde la política y la sociedad, *ir hacia una sociedad con mercado*. Cada una de estas corrientes tiene un alcance distinto y proyecta de manera diferente su actuar, pero son significativas las tres, ya que, en cierta manera se necesitan mutuamente (Cfr. Coraggio, 2013, pp. 5-10). Si analizamos algún tipo de ESS, es posible que visualicemos que los tres niveles coexisten, es tarea de la política que se establezca un diálogo para lograr alianzas donde se visualicen las urgencias inmediatas, pero con cierta mirada estratégica.

En relación con la sostenibilidad de las ESS, Deux Marzi plantea:

³ José Luis Coraggio es director académico de la Maestría en Economía Social en la Universidad Nacional de General Sarmiento, Argentina.

⁴ Podemos denominarla "Economía Solidaria" (ES) o "Economía Social y Solidaria" (ESS).

«...dependen en buena medida del acceso a bienes y servicios públicos que garanticen la satisfacción de necesidades básicas... de las personas trabajadoras, y también de políticas públicas específicas en relación con la ESS...» (Deux Marzi et al., 2011, p. 49).

En ese sentido es fundamental una visión estratégica en la producción de bienes y servicios en el cuidado de las bases naturales sustentables respetando la biodiversidad. Fortalecer la capacidad de producción con el fin de competir en el mercado, como así también consolidar la capacidad de planificar y promover políticas integrales de formación.

El *Buen Vivir* –analizado por Coraggio– incluye entonces *«asumir y disfrutar de conductas que son solidarias con las condiciones de buena vida de los otros, rechazando la indiferencia individualista que propician el utilitarismo posesivo estrecho, así como las tendencias a una diferenciación destructiva del otro, si es que no autodestructiva»* (Coraggio, 2011, p. 27).

Es una economía que no solo está orientada a generar utilidades económicas, sino que es social porque vuelve a unir producción y reproducción, donde genera valores de uso para satisfacer las necesidades de las mismas comunidades. Para que sea socialmente eficiente es necesario, el trabajo, el conocimiento encarnado en los trabajadores sus sistemas de organización, pero la base material de la economía exige contar con medios de producción, crédito, tener sus propios mercados o competir en los mercados que arma el capital (Cfr. Ob. Cit.: 45–46).

Este tipo de economía surge con mayor énfasis cuando los Estados son afectados por graves crisis financieras y por diferentes actores sociales. Por ejemplo, en Brasil fue impulsado por la iglesia católica, en particular Cáritas, que contó con ayuda internacional para financiar pequeños proyectos. En otros casos también las cooperativas de empleados que pudieron arrendar los bienes declarados en quiebra por sus antiguos patrones y se recuperaban en forma de cooperativas de trabajo, como el Movimiento de Trabajadores sin Tierra (MTS). Cuando asumió la presidente Ignacio “Lula” Da Silva (2003) crea el Ministerio de Trabajo y Empleo (MTE) de la Secretaría Nacional de Economía Solidaria (conocida hoy como SENAES), el proyecto de ley incorpora la orientación autogestionada.

Otros países han incorporado la ley del sector social de la economía en decretos del Congreso Nacional (Honduras fue la primera ley sobre economía social y/o solidaria que se aplicó en América Latina) o directamente en leyes más modernas orientada hacia la autogestión (Colombia) o citas en la Constitución Nacional de sus países (Ecuador, México, Bolivia, Venezuela). Otros lo incorporan en la Ley General de Cooperativas (Uruguay), en el caso de República Dominicana (2010) impulsado por un grupo de organizaciones sociales y cooperativas elaboran un proyecto de ley del sector de economía solidaria y elevan a la Cámara de Diputados. En estos ejemplos vemos como son los sectores sociales quienes impulsan y llevan adelante todo lo referido a dar un marco legal a este tipo de economía.

En la Argentina podemos mencionar políticas impulsadas desde el Instituto Nacional de Economía Social (INAES), el cual impulsó en el año 2011 la discusión sobre un proyecto de Ley General Básica de Economía Solidaria; existen antecedentes de legislaciones de alcance provincial, es el caso de la Ley sobre Mercado Productivo Asociativos (Río Negro), Ferias Francas (Misiones), e incluso en una Ley de Promoción de la Economía Social (Entre Ríos) y de Economía Social y Solidaria (Mendoza).

Ejemplos de ESS podemos mencionar varios: El trueque –que cobra auge en el año 2000–, es una forma de intercambio de productos por otros productos directamente, sin la utilización de dinero; las empresas recuperadas y autogestionadas por los trabajadores en diferentes rubros, como frigoríficos, metalurgia, fábrica de bolsas, lácteos, panificadoras, cristalería, cerámica, curtidores, conservas, etc. También

las empresas del sector turístico, como es el caso del «Hotel City» (Mar del Plata), «Hotel Bauen» (Buenos Aires), Asociación de Turismo «La Niña Pueblo Rural» (nacida en 2002, en la provincia de Buenos Aires). Si bien estos casos son gestionados por los antiguos trabajadores, en algunos de ellos la situación legal todavía no se ha resuelto.

En la provincia de Misiones podemos mencionar las «Ferias Francas», una experiencia de organización y participación popular que permite una reorganización más igualitaria de la economía. Otro ejemplo es el «Hecho en Misiones», marca bajo la cual numerosas familias encontraron un espacio para ofrecer sus productos. En otros casos las empresas fueron recuperadas por sus trabajadores, como el frigorífico «El Zaimán», que abrió en 2015 como cooperativa de trabajo en Posadas; o la fábrica de bolsas de papel «La Arminda», en Puerto Rico, recuperada por su personal en 2016.

Respecto al turismo podemos mencionar las *cooperativas de turismo* que han tomado auge y por su propia capacidad de crecimiento y fortalecimiento institucional, deciden federarse creando la Federación Misionera de Cooperativas de Turismo. Esta figura asociativa les permite redistribuir las corrientes turísticas de la provincia, ofrecer paquetes, y una participación activa y solidaria de los actores asegurando así que las decisiones tomadas serán para el mejor interés de un desarrollo turístico con distribución equitativa (Cfr. Fe.M.C.Tur., 6/02/17). Según datos de la Federación, existen 25 cooperativas federadas distribuidas en la provincia de Misiones.

En una entrevista sobre el resurgimiento de la economía solidaria, Rodolfo Pastores⁵ (febrero 2016) sostiene:

«...en nuestro país tuvimos un incremento del empleo de seis millones de puestos de trabajo entre 2003 y 2015. La gestión anterior reconocía que no todos eran asalariados formales, sino que entre un millón y un millón y medio lo generaba la economía social, en la forma de cooperativas de trabajo, vinculadas a empresas recuperadas y a políticas públicas como los programas de inclusión social con trabajo, con cerca de 300 mil personas. También surgieron nuevas formas de producción agrícola, como el movimiento campesino y de la agricultura familiar, en disputa con el modelo hegemónico en la cuestión económica organizativa y política...» (Pastore, 2016).

Entonces, hablamos de la ESS como aquella producción y reproducción de bienes y servicios para que contribuyan a lo que los autores llaman la *reproducción ampliada de la vida*, que es un concepto tomado de los pueblos originarios en América Latina y hace referencias al *buen vivir*. Esto significa que debemos generar desde nosotros, desde nuestros vínculos, desde nuestras estructuras, desde nuestras políticas, mejores formas de vivir, donde los seres humanos desarrollemos un proyecto de vida más saludable, cuyo resultado se materializa a través de un desarrollo integral.

Es interesante el planteo que sostiene Hintze:

«...en las políticas de promoción de la ESS, confluyen dos tipos de cultura (...) que tienen raíces y prácticas diferentes: las que provienen del Estado y las que lo hacen de organizaciones de la sociedad civil. La construcción de una nueva cultura compartida será resultado de la institucionalización de valores, normas y asunciones que soporten una nueva forma de entender y actuar la relación entre los funcionarios públicos y los actores de la economía social y solidaria (Hintze, 2009, p. 293)» (Sañudo, 2015, p. 296).

Es de destacar que no hay ESS sin política y sin cultura. En la medida que nuevos consumidores que privilegien un tipo de consumo, le den valor a un determinado tipo de cosas en relación a otras, entonces también pensar en términos de economía social

⁵ Rodolfo Pastores es docente e investigador de la Universidad Nacional de Quilmes. Director del Programa de Extensión CREES-ICOTEA y de la Unidad Académica: Observatorio del Sur de la Economía Social y Solidaria, más información ver el portal web: www.observatorioess.org.ar.

es pensar: donde compramos, donde consumimos, donde vendemos y como hacemos para construir ese otro mercado.

Economía colaborativa

Cañigüeral Bagó define a la Economía Colaborativa (CC) como «...la manera tradicional de compartir, intercambiar, prestar, alquilar y/o regalar re-definida a través de la tecnología y las comunidades».

En palabras de Rachael Botsman y Roo Rogers:

«Ahora vivimos en un mundo global donde podemos imitar los intercambios que antes tenían lugar cara a cara, pero a una escala y de una manera que nunca habían sido posibles. La eficiencia de Internet, combinada con la capacidad crear confianza entre extraños, ha creado un mercado de intercambios eficientes entre productor y consumidor, prestador y prestatario, y entre vecino y vecino, sin intermediarios» (Cañigüeral Bagó., 2012, p. 6).

Botsman y Rogers distinguen tres sistemas en los que el consumo colaborativo podría desarrollarse:

- **Sistema basado en producto:** Pagar por el beneficio de utilizar un producto sin la necesidad de adquirirlo. Se trastornan las industrias tradicionales basadas en modelos de propiedad privada individual (ej.: compartir coche). Estos sistemas atraen cada vez a un mayor número de usuarios.
- **Mercado de redistribución:** Redistribuir los bienes usados o adquiridos, de donde ya no se necesitan hacia algún lugar o alguien que sí los necesitan (ej.: mercados de intercambio y de segunda mano). En algunos mercados los productos pueden ser gratuitos (Freecycle), en otros se intercambian (thredUP) o se venden (eBay). Con el tiempo, Redistribuir puede convertirse en la quinta "R", junto con Reducir, Reutilizar, Reciclar y Reparar.
- **Estilos de vida colaborativa:** No solo se pueden compartir o intercambiar bienes materiales. Gente con intereses comunes se está juntando para compartir e intercambiar bienes menos tangibles como tiempo, espacio, habilidades y dinero (ej. alquiler entre particulares). Estos intercambios tienen lugar principalmente a nivel local o de barrios, donde se comparten espacios para trabajar (Citizen Space), jardines (Landshare) o espacio para estacionamiento (ParkatmyHouse). A nivel más global, hay prestamos entre particulares (Lending Club) y alquiler de habitaciones a viajeros (Airbnb) (Ob. Cit.; pp. 6 y 7).

En ese sentido, la creatividad es una pieza clave, ya que permite innovar. Las primeras generaciones de empresas dedicadas al CC se basaban en las estrategias de mercado del negocio al consumidor (Business to Customer o B2C). Según este modelo, una compañía adquiere, realiza el mantenimiento y alquila productos. Sin embargo, existen nuevos modelos sobre el CC de igual a igual (Peer to Peer o P2P). Estos son más eficientes a nivel de capital que los B2C porque no requieren ninguna inversión de capital para adquirir los bienes. En cambio, dependen de una comunidad para proporcionar estos bienes, normalmente a cambio de un cierto beneficio sobre las transacciones. El modelo P2P para compartir coches permite al propietario alquilar su propio coche. Este sistema resulta mucho más eficiente: menos coches en la calle y que se utilizan más a menudo (Cfr. Cañigüeral Bagó, 2012, p. 7).

La actividad turística no es ajena a este tipo de economía, la misma viene experimentando drásticos cambios en los últimos años, en ese sentido el CC se ha

convertido en una de las principales tendencias turísticas del siglo XXI. Irrumpe al inicio del nuevo milenio en los Estados Unidos y a raíz de la crisis económica (2008) se populariza en Europa, en la búsqueda de precios baratos, la centralidad de Internet, la desintermediación y las motivaciones vacacionales, surge con fuerte empuje en los últimos quince años el CC (Barómetro hundredrooms sobre: economía colaborativa en el sector turístico, S/D: 4).

Un ejemplo concreto es el caso de Airbnb (alquiler de habitaciones a viajeros) es un «...mercado comunitario que ofrece una plataforma por Internet o mercado online que conecta a anfitriones que tienen alojamiento para alquilar con clientes que buscan alquilar dichos alojamientos...». Fundado en el año 2008 (San Francisco - California) fue una iniciativa de dos jóvenes emprendedores universitarios, hasta consolidarse como uno de los modelos de negocio más disruptivo en el ámbito del sector turístico a escala internacional y constituyendo uno de los ejemplos de éxito de los llamados negocios Peer-to-Peer. Esta empresa ofrece a sus usuarios experiencias únicas y está presente en 34.000 ciudades y 191 países con más de 60 millones de huéspedes y cubre alrededor de 2 millones anuncios en todo el mundo (Cfr. AIRBNB, 07/04/17).

En Europa, Madrid está entre las ciudades estrellas de la red de Airbnb. En el año 2014 contaba con 3.200 anfitriones, los cuales acogieron a 162.400 huéspedes y su actividad aportó 16,1 millones de euros, generando 5.310 puestos de empleo (Cfr. Diario *El País*, 7/02/17).

Por ejemplo, en Brasil para los Juegos Olímpicos 2016 -sede Río de Janeiro-, Airbnb fue la compañía de alquileres online oficial de servicios de alojamiento alternativo.

La empresa Airbnb desembarcó en la Argentina en el año 2011 y tiene 12.000 alojamientos, de los cuales 8.000 en Buenos Aires, 700 Córdoba, 600 Bariloche. La plataforma Airbnb ha crecido un 50 % en el último año, alcanzando las 12.000 propiedades, las reservas de extranjeros en el país aumentaron un 90 %, siendo Buenos Aires la ciudad más elegida, y los barrios más demandados fueron Palermo, Recoleta y San Telmo. En cuanto a las elecciones de los argentinos, en el Top 5 aparecen Nueva York, París, Río de Janeiro, Miami y Barcelona (Cfr. Diario *Hosteltur*, 07/02/2017).

En la provincia de Misiones, la web permite identificar más de 180 anfitriones, lo cual indica que es un caso que está en una etapa de gestación (Cfr. AIRDNA, 17/04/2016).

Otro caso son las guías turísticas como Trip4real, es la nueva y revolucionaria manera de viajar y disfrutar, se aparta de las ofertas turísticas masivas y descubre el destino a través de actividades únicas realizadas por la gente local que hace de guía. En la ciudad de Barcelona cuenta con mayor popularidad, se inició en el año 2014 y actualmente tienen 2.000 actividades publicadas, mientras otras ciudades como Londres (150 actividades), Ámsterdam (100 actividades), París (200 actividades), Lisboa (300 actividades), todos ellos surgieron en el año 2015. (Barómetro hundredrooms sobre: economía colaborativa en el sector turístico, S/D :13).

Respecto al transporte el caso de SocialCar, en España existe desde el año 2011, es la plataforma líder en alquiler de vehículos entre particulares, esta permite a personas particulares ofrecer sus vehículos en alquiler a otros conductores registrados. También tienen resuelto la cuestión del seguro que en algunos países todavía es una deuda pendiente.

Otro ejemplo es Uber, una empresa internacional que ofrece al público una red de transporte con características únicas. Funciona mediante una aplicación propia, obligatoria tanto para el conductor como para el pasajero, de esta forma conecta ambas partes a través de sus dispositivos móviles. Esta empresa funciona desde el año 2009 y actualmente se encuentra en más de 400 ciudades del mundo, llegando a la Argentina

en el año 2016. Lo atractivo que tiene este tipo de servicio es que es más barato en un 35 % respecto del taxi (Cfr. UBER, 17/04/16).

Como mencionamos anteriormente, la actividad turística no es ajena a este tipo de economía colaborativa. Aunque todavía es relativamente nuevo, hay quienes luchan en contra de este tipo de economía y otros, tal vez con una mente mucho más creativa, están a favor. Lo cierto es que todavía falta mucho en lo que respecta a la legislación de este tipo de economía, para poder encuadrarse en un marco normativo y que permita operar en un ámbito de legalidad a todos los sectores. Habrá mucho por trabajar entre los gobiernos, economías tradicionales y estas nuevas formas a las que llamamos de economía colaborativa.

Desarrollo local

En todo proceso de desarrollo hay actores fundamentales para lograr el progreso de la comunidad y posibilitar el bienestar del ser humano, fundamentalmente en equilibrio con el entorno natural.

Uno de los factores indiscutibles que juega un rol fundamental en todo desarrollo local es el conjunto de los **actores locales**. Entendemos por actores locales a aquellos «...individuos, grupos o instituciones cuyo sistema de acción coincide con los límites de la sociedad local...». Los aportes que realizan están ligados a la toma de decisiones (político-institucional), a técnicas particulares (expertos-profesionales) y a la acción sobre el terreno (la población y sus expresiones activas) (Cfr. Burin y Heras, 2007, p. 27).

Otro de los componentes son los **agentes del desarrollo**: «...todos aquellos agentes que, en el campo político, económico social y cultural son portadores de propuestas que tienden a capitalizar mejor las oportunidades locales... (Arocena, 1995)» (Mantero, 2004, p. 23). Se define en el terreno de la acción, tanto en el campo político como el económico, social y cultural, portador de propuestas que tienden a potenciar las oportunidades locales.

Surgen otros conceptos como el de **desarrollo local**, que según el Fondo de Inversión Social de El Salvador es:

«El proceso de generación de capacidades a nivel comunitario y municipal que promueve el crecimiento económico, social y político de las personas y las comunidades, en forma sostenida, creciente, equitativa y respetuosa del medio ambiente, en el que los gobiernos municipales juegan el papel de facilitadores y sus comunidades ejercen función protagónica...» (Cfr. Burin y Heras, 2007, pp. 21-22).

Es interesante reflexionar respecto a este concepto de *lo local*, pues abordar la relación local/global nos permite pensar la inserción en un espacio más amplio; es entonces que debemos pensar desde lo local con iniciativas locales y actuar en el espacio global. Para que se produzca un verdadero desarrollo local no debemos caer en la reproducción, en el ámbito local, del pensamiento único de la globalización.

Respecto al **desarrollo endógeno**, «...deposita su atención en el papel de las iniciativas locales, ya que se orienta a satisfacer las necesidades de la población local fomentando su activa participación y poniendo el acercamiento al funcionamiento del sistema productivo... (Vázquez Barquero, 2009)» (Paz, 2009, p. 99).

El **desarrollo sostenible**, aparece por primera vez de forma oficial en año 1987 en el Informe Brundtland (Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo, 1987) sobre el futuro del planeta y la relación entre medio ambiente y desarrollo, y se entiende como «...aquel que satisface las necesidades presentes sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades...». Actualmente existen múltiples interpretaciones del concepto de desarrollo sostenible y coinciden en que, para lograrlo, las medidas a considerar deberán «...ser económicamente viables,

respetar el medio ambiente y ser socialmente equitativas...» (Artaraz, 2002, p. 1). Para lograrlo ineludiblemente debemos hacer un cambio en la práctica respecto al enfoque de las políticas y programas para que sean más eficaces.

Desarrollos basados en **clúster**, entendido como «...*el conjunto de lugares de una determinada región geográfica, que actúan coordinadamente u unificadamente en función del turismo receptivo (...) regiones geográficas acotadas, en las cuales conviene concentrar el análisis de potencialidad, el planeamiento de estrategias de oferta y de equipamientos, así como coordinación y ejecución de las acciones de capacitación, calidad y otros...*» (Jaramillo, S/D, pp. 1-2).

Podemos mencionar el clúster de la yerba mate, de la mandioca, del té, etc., y los **Sistemas Productivos Locales** como un caso particular de clúster, «...*formado por Mipymes en su mayoría de origen local. Donde se desarrolla una fuerte innovación a nivel de empresa y de entorno, y en donde los actores interactúan tomando decisiones conjuntas a nivel de destino turístico...*» (Varisco, 2007, 28).

El aporte del turismo al desarrollo, no solo en los ámbitos urbanos sino también en la gestión del desarrollo en espacios rurales, es:

«...un proceso de transformación productiva, institucional y social de los territorios rurales, conducido por los actores sociales locales con el apoyo de las agencias públicas o privadas de desarrollo, orientado a la búsqueda del bienestar de la población rural en un marco de equidad y sostenibilidad ambiental...» (Mora, 2005)» (Sañudo, 2015, p. 155).

A partir de la década del 90 se viene debatiendo un enfoque diferente del desarrollo rural en América Latina, que todavía está en construcción y se denomina la *Nueva Ruralidad* (NR). Hay otros términos relacionados con la nueva ruralidad, como «...*desarrollo rural territorial, enfoque territorial del desarrollo rural, dinámicas rurales territoriales y desarrollo rural sostenible...*» (Sañudo, 2015, p. 158). Este enfoque empezó a circular en el ámbito académico y fue rápidamente adoptado por instituciones multilaterales y financieras, es así que en países de América Latina han introducido este enfoque en políticas y programas nacionales, provinciales y municipales, como una forma de legitimizar ciertas acciones y/o captar recursos financieros internacionales. Un ejemplo en Misiones son los emprendimientos agroturísticos impulsados por la UNEFAM en la provincia de Misiones.

Se observa que en los últimos años se han impulsado desde las sociedades -generalmente civiles- nuevas formas de entender a la economía, siempre impulsando el bienestar en general de la sociedad en contraposición de las economías tradicionales que pugnan por el bienestar de unos pocos. El turismo no es ajeno a ello, se buscan economías más distributivas, participativas y sostenibles entre los diferentes sectores, con el objetivo de mejorar las condiciones de vida con ello afianzar el bienestar y el buen vivir de las personas, el reconocimiento de su dignidad y el derecho para todos.

Al turismo lo podemos analizar desde su contribución al crecimiento económico o por su colaboración con el desarrollo económico de un país o un destino turístico y es un dinamizador significativo del desarrollo local.

Un ejemplo de ello es el turismo rural, cuyas primeras experiencias surgen a mediados del siglo XX, en países como Irlanda, Reino Unido, Austria y Francia. En España, este tipo de turismo comienza tímidamente en los años sesenta, recién en la década de los ochenta cuando el turismo rural se desarrolla de una forma más generalizada, particularmente en el norte de la Península Ibérica, sobre todo en las comunidades de Asturias, País Vasco y Navarra. Son especialmente destacables las iniciativas llevadas a cabo tanto en el País Vasco con el agroturismo como en Navarra con las casas rurales, iniciativas que se extendieron con posterioridad al resto de España (Cfr. Fuentes Luque, 2009, p. 469).

En Argentina el Turismo Rural comienza a desarrollarse en la Patagonia en la década de 1990. Su desarrollo se dio fundamentalmente en estancias, las tradicionales casas de campo con su gastronomía típica, cultura, con diferentes actividades como: cabalgatas, caminatas para observar flora y fauna, paseos en carruaje, o simplemente disfrutar de las tareas del campo.

En Misiones en estos espacios, las más promocionados son las modalidades de Agroturismo, Ecoturismo, y pequeñas Estancias, con una interesante variedad de actividades en casa una de ellas.

Es de destacar que el turismo rural surge como una necesidad de volver al origen, a lo natural, a la tranquilidad, escapando del ruido de la ciudad, los grandes edificios y el caos de tránsito. En ese sentido, se revalorizó los espacios rurales, estos ofrecen diferentes experiencias como el contacto directo con la naturaleza o el interés antropológico y etnográfico. También ofrecen atractivos como la ausencia de contaminación y ruido, la gastronomía tradicional, la tranquilidad y el contacto directo con la naturaleza. También es un dinamizador del empleo, por lo tanto, contribuye al arraigo de la población rural, ya que le permite obtener fuentes de ingresos alternativas a la actividad tradicional (agricultura o la ganadería), y por consiguiente potencia demandas en el mejoramiento de la infraestructura y servicios.

Se evidencia que, la conceptualización del desarrollo progresa y se metamorfosea a medida que la sociedad, los países, regiones y ciudades tienen que dar solución a nuevos problemas que los aqueja y que surjan innovaciones y el conocimiento se difunde mediante las organizaciones económicas y sociales.

Para concluir, una frase de Adam Smith para la reflexión: «...Un jardinero que cultiva su propio jardín, con sus propias manos, une en su persona los tres personajes, de propietario, agricultor y obrero. Su producción, por lo tanto, debe rendirle la renta del primero, la ganancia del segundo y el salario del tercero...».

Preguntas de reflexión

1. Los indicadores y las encuestas analizadas ¿permiten comprender la dinámica de la actividad turística de un país? ¿Por qué?
2. ¿Son estas prácticas y estos actores que llamamos de economía social y solidaria los que pueden constituir el sujeto de la *otra economía*? ¿Por qué?
3. Entonces ¿es legítimo pensar que *otra economía* es posible? ¿Cómo se la imaginan ustedes?
4. Esta otra economía no solo debe producir y distribuir bienes y servicios materiales: ¿qué prácticas deberíamos implementar para generar y posibilitar otras relaciones sociales?, ¿qué desafíos enfrentan las políticas de promoción de la ESS?
5. ¿Se podría pensar en desarrollar una actividad turística desde la ESS? ¿Cómo lo haría?
6. ¿Cómo contribuye el turismo al desarrollo local en tu provincia? ¿Es significativo?

Tareas y ejercicios

1. Busca datos de los indicadores de crecimiento turístico (demanda y oferta) de la Argentina y de los principales destinos turísticos de Misiones, interpretándolos en términos coyunturales y estructurales. ¿A qué se deben estos resultados? ¿Qué indicadores deberían mejorarse en el mediano plazo y cómo? ¿Cómo afectan a las empresas y a los emprendedores?
2. Analiza la metodología y los datos de los últimos 5 años de las encuestas de ETI, EOH y EVyTH. ¿Qué opinas de su metodología de recolección de datos? ¿Cuál es la tendencia que muestran las tres encuestas?
3. Averigua si en tu comunidad hay alguna actividad económica que se relaciona con la ESS.
4. Indaga si existe algún tipo de economía colaborativa en su ámbito de trabajo. ¿A qué se dedica?
5. ¿Cómo podrías aportar en tu comunidad al desarrollo local?

Bibliografía

Libros

- ARTARAZ, M. (2002): *Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible*. Ecosistemas. Disponible en: <http://www.aeet.org/ecosistemas/022/informe1.htm>
- BULL, A. (1994): *La economía del sector turístico*. Madrid. Alianza Editorial.
- BURIN, D. y HERAS, A. (2007): *Desarrollo Local. Una respuesta a escala humana a la globalización*. Buenos Aires. Ed. CICCUS.
- CAÑIGERAL BAGÓ, A. (2014): *Vivir mejor con menos. Descubre las ventajas de la nueva economía colaborativa*. Barcelona. Editorial Conecta. Disponible en: <http://www.rebelion.org/docs/205643.pdf>
- CAÑIGERAL BAGÓ, Albert (2012): *Innovación en modelos socioeconómicos. Introducción al Consumo Colaborativo*. Disponible en: https://www.scribd.com/fullscreen/58880914?access_key=key-2fi003avv1spqak6f6pv. [citado el 01 de mayo de 2016].
- CORAGGIO, J. L. (2007): *La Economía social y solidaria como estrategia de desarrollo en el contexto de la integración regional latinoamericana*. Disponible en: http://www.coraggioeconomia.org/jlc_public_complet.htm.
- CORAGGIO, J. L. (2011): *Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital*. Quito. Ediciones Abya-Yala.
- CORAGGIO, J. L. (2011): *La presencia de la Economía Social y Solidaria (ESS) y su institucionalización en América Latina*. Preparado para los Estados Generales de la Economía Social y Solidaria, París, 17-19 de junio.
- CORAGGIO, J. L. (2012): *Karl Polanyi y la otra economía en América Latina*, en Karl Polanyi. Textos escogidos, UNGS/CLACSO, Buenos Aires. Disponible en http://www.coraggioeconomia.org/jlc_public_complet.htm.
- CORAGGIO, J. L. (2013): *Tres corrientes en la ESS*, en Revista temas. Cultura Ideología Sociedad, N° 75 Julio-Septiembre de 2013, La Habana. ISSN 0864-134X.
- CORAGGIO, J. L. (organizador) (2016): *Economía social y solidaria en movimiento*. Ediciones UNGS. Buenos Aires. Universidad Nacional de General Sarmiento. Disponible en www.ungs.edu.ar.
- De SOUSA SANTOS, B. y RODRIGUEZ, C. (2002): *Introducción: para ampliar el canon de la producción*. En Boaventura de Souza Santos, *Producir para vivir: os caminhos da produção não capitalista*, Cívilização Brasileira, Rio de Janeiro.
- DEUX MARZI, M. V.; VAZQUEZ, G.; URIBE, A.; GURIDI, L. (2011): *Experiencias de Economía Social y Solidaria: compartiendo estrategias y aprendizajes*. Colección Papeles de Economía Solidaria Nro 2. REAS. Bilbao, Euskadi. Disponible en: <http://emauscursos.com/pdf/Experiencias+ES+gatzeleraz.pdf>.

- DÍAZ ARMAS, R., GUTIERREZ TAÑO, D. y GARCÍA RODRIGUEZ, F. (2014): *Airbnb como nuevo modelo de negocio disruptivo en la empresa Turística: un análisis de su potencial competitivo a partir de las opiniones de los usuarios*, en XVIII Congreso de la Asociación de Expertos Científicos en Turismo (AECIT) Benidorm, Alicante. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/270394571_Airbnb_como_nuevo_modelo_de_negocio_disruptivo_en_la_empresa_turistica_un_analisis_de_su_potencial_competitivo_a_partir_de_las_opiniones_de_los_usuarios.
- DIECKOW, L. (2010): *La problemática económica del turismo I. Un abordaje teórico, aplicado y práctico*. Posadas. Editorial Universitaria.
- FIGUEROLA, M. (1990): *Teoría económica del turismo*. Madrid. Alianza Editorial.
- FUENTES LUQUE, A. (2009): *El turismo rural en España. Terminologías y problemas de traducción*. Entreculturas, Número 1. ISSN: 1989-5097. Universidad Pablo Olavide.
- GUALTIERI, T. (S/D): *Airbnb aporta a la economía de Madrid 116,4 millones de euros*. Disponible en http://ccaa.elpais.com/ccaa/2015/06/30/madrid/1435685205_605638.html ; 13/04/2016
- JARAMILLO, R. (S/D): *El concepto de clúster como entorno productivo y el caso de la definición de los clústers turísticos en Colombia*. Maestría de Gestión Pública del Turismo. Universidad Internacional de Andalucía sede Iberoamericana de la Rábida.
- MANTERO, J. C. (2004): *Desarrollo local y actividad turística. Aportes y transferencias*, año 8, Vol. I. Universidad Nacional de la Plata. Disponible en www.redalyc.org.
- PAZ, S. (2009): *El desarrollo económico de los destinos turísticos. Redes empresariales, agrupamientos y la dinámica de los eslabonamientos productivos del turismo*. En desarrollo y gestión de destinos turísticos. Política y estrategias. Colección textos y lectura en Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Quilmes.
- SAÑUDO, M. F. (2015): *Desarrollo. Prácticas y discursos emergentes en América Latina*. Editora Académica. Bogotá. Instituto Pensar-CLACSO. Disponible en www.clacso.org.
- VARISCO, C. (2007): *Sistema Productivo Turístico y Desarrollo Local*. En Línea. Revista Ciencias Sociales de la Universidad de Viña del Mar. Vol. N° 2, pp. 15-36. ISSN 0718-1671 (citado el 2/08/2012). Disponible en www.uvm.cl/csonline.
- VAZQUEZ BARQUERO, A. (2005): *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. Editor Antoni Bosch. Universidad Autónoma de Madrid. España.
- VAZQUEZ, G. (2008): *La economía social y solidaria en América Latina: propuesta de economía alternativa y su aplicación al análisis de experiencias en Argentina*. Ponencia presentada en la II Conferencia Europea EMES-ISTR. Disponible en: <http://www.dhl.hegoa.ehu.es/recursos/296>.

Internet

Agencia de Noticias PortalBa: "El impacto económico del turismo en la Argentina". Disponible en: http://www.portalba.com.ar/noticia_7_33456_el-impacto-economico-del-turismo-en-la-argentina.05/01/17.

AIRBNB: Disponible en <https://www.airbnb.com.ar>, 17/04/17.

AIRDNA. Disponible en: <https://www.airdna.co>, 17/04/2016.

Blog de la empresa UBER. Disponible en: <http://www.uberenargentina.com.ar>, 17/04/2016.

Diario *El Economista*: "Airbnb ofrecerá alojamiento en los Juegos Olímpicos de Río; Publicado el 30/03/2015, 17:11hs; Disponible en <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2015/03/30/airbnb-ofrecera-alojamiento-juegos-olimpicos-rio>; 19/04/2016.

Diario *EL PAÍS*, Edición América: "Los anfitriones madrileños de Airbnb ganaron 16 millones de euros en 2014"; Disponible en https://ccaa.elpais.com/ccaa/2015/07/01/madrid/1435738645_750063.html. 7/02/17.

Diario *Hosteltur*: "LATAM." Disponible en www.hosteltur.lat/117430_alojamientos-airbnb-argentina-aumentaron-50-2015.htm. 07/02/2017.

Disponible en <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/conceptos.pdf>. 03/02/17.

Fe.M.C.Tur. Federación Misionera de Cooperativas de Turismo. "¿Por qué Cooperativas?" Disponible en <https://femctur.jimdo.com>. 6/02/17.

Gebbia Joe; Chesky Brian; Blecharczyk, Nathan. Fundadores de la página: <http://www.airbnb.com>. Lex Bayer Lex; MethaSharda; Moussa Hadi: Directores de la página: <http://www.consumocolaborativo.com>/2017/02/07.

Gómez Sobrino, Rut. Responsable de Prensa de la Organización Mundial del Turismo OMT: "Las llegadas de turistas internacionales aumentan en el primer semestre". Disponible en <http://media.unwto.org/es/press-release/2016-09-30/las-llegadas-de-turistas-internacionales-aumentan-un-4-en-el-primer-semestr.05/01/17>.

Grupo de Comunicación especializado en Información Turística Profesional. Disponible en <http://www.hosteltur.com.ar>. 07/02/2017.

Hosteltur: "Noticias de turismo" http://www.hosteltur.lat/117430_alojamientos-airbnb-argentina-aumentaron-50-2015.html, 07/02/2017. 9:14.
<https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/cash/17-9125-2016-02-07.html>, 7/025/17.

INDEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina: "Informe de prensa: ETI". Disponible en http://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/eti_12_16.pdf. 05/01/17.

Isaía, Walter y Aruguete, Natalia: "El futuro de la economía social" Disponible en Kopecek, Julián. Universidad de Lanús. Observatorio turístico de Argentina. "Turismo e inclusión social en Argentina" Disponible en http://www.observatur.edu.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=443&Itemid=. 5/01/17.

Ministerio de Acción Social, Gobierno de la provincia de Misiones. Disponible en <http://www.hechoenmisiones.com.ar>. 07/02/17.

Ministerio de Turismo de la Nación: "Estadísticas." Disponible en <http://www.turismo.gov.ar/desarrollo/estadisticas>. 06/02/17.

OMT: "1. CONCEPTOS BÁSICOS DE LA CUENTA SATÉLITE DE TURISMO (CST)" Valls Josep-Francesc; Aumüller Law Inés: "Barómetro Hundredrooms sobre: economía colaborativa en el sector turístico". Disponible en <https://static.hosteltur.com/web/uploads/2015/12/barometro-hundredrooms-economia-colaborativa.pdf>. 16/04/17.

Proyectos de investigación

Proyecto: "*El mercado de trabajo y empleo de profesionales en turismo en Misiones. Análisis de la inserción, movilidad y nivel de salarios*". Código: 16H/321. Periodo: 01/01/11 a 31/12/2012. Secretaria de Investigación y Postgrado. FHyCS-UNaM.

Entrevista

Pastore, Rodolfo (2016): *El futuro de la economía social*. Disponible en <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/cash/17-9125-2016-02-07.html>.

Capítulo III

Los emprendedores y el turismo⁶

*Donde hay una empresa de éxito,
alguien tomó alguna vez
una decisión valiente.*
(Peter Drucker)

Permanentemente nos dicen que es importante que seamos emprendedores, que un país progresa con los emprendedores, que los emprendedores son creativos, innovadores y que saben asumir riesgos.

Andrés Pallaro, vicerrector de Innovación, Investigación y Posgrado de la Universidad Siglo 21 sostiene: “*Vivimos en entornos cambiantes, donde las empresas deben aprender y adaptarse a los cambios económicos, sociales y ambientales de manera permanente*” (Falbo, 24/07/16). En el contexto actual de crisis y estancamiento económico se ha puesto de manifiesto la necesidad de crear nuevas empresas en general y en el sector turístico en particular, destacando en dicho proceso la figura del emprendedor. Como destaca la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE): “*El progreso económico y social de cualquier país depende, en gran medida, de la excelencia de los procesos de creación de nuevas empresas (OCDE)*” (Martínez González, 2016). Esto es particularmente importante en el sector turístico, por su relevancia social, económica y medioambiental.

La Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en el año 2012 sostenía: “*el emprendimiento es imprescindible para el crecimiento económico en una época de crisis económica y global, como la que padecemos actualmente (Ripollés)*” (Martínez González, 2016).

Sin embargo, no parece tan fácil ser emprendedor. En relación a ello, solemos hacernos ciertas preguntas: ¿toda persona que inicia algo nuevo (para sí mismo) es un emprendedor?, ¿la escasez de capital (habitualmente dinero) es el mayor inconveniente para ser emprendedor?, ¿todos los emprendedores tienen las mismas posibilidades de éxito y continuidad?, ¿el éxito del emprendedor depende de la macroeconomía? Estas y otras preguntas serán las que se tratarán de responder en este capítulo.

La definición de emprendedor

Al analizar el término emprendedor o *entrepreneurship* (vocablo que proviene del latín *in*, en, y *prenderé*, coger o tomar; y desde del francés *entrepreneur* que significa pionero), su primera conceptualización conocida fue dada en el año 1732 por el economista francés Richard Cantillón quien describió al mismo como «...la persona que crea una empresa asumiendo por ello riesgos...», o como el «...agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo

⁶ Liliana M. Dieckow

producto, además, no posee un retorno seguro, a diferencia de otros agentes... (Crissien Castillo, 2009)» (AA.VV., 26/01/17), infinidad de aportaciones se han ofrecido para describir al emprendedor.

En los años de la Primera Revolución Industrial, el «padre» de la escuela de pensamiento económico clásico, Adam Smith, trató brevemente el tema del emprendedor, destacando que el mismo busca obtener el máximo rendimiento de los recursos y así lograr el equilibrio e incluye al empresario en el marco de los factores externos o fuerzas externas que afectan la dinámica económica. En 1830 el economista francés Jean Baptiste Say afirmó que el emprendedor es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. Además, destacó el hecho de que el éxito del emprendedor no solo es importante para un individuo, sino también para la toda la sociedad. Por su parte, el pensador clásico Mill, hizo referencia al emprendedor con el término inglés «business management» y enfatizó la importancia del emprendimiento en el crecimiento económico y que su desarrollo requiere de habilidades no comunes. Mill -junto a Alfred Marshal- afirmaron que los emprendedores poseen cuantiosas habilidades especiales y que son pocas las personas que pueden definirse de esa manera, y dichas habilidades pueden ser conquistadas por una persona (Cfr. AA. VV., 26/01/17).

Este autor sostiene que son varias las definiciones posibles «...aunque la piedra fundamental la ha puesto Joseph Schumpeter quien ubicó en el centro de su teoría sobre el desarrollo económico a los emprendedores. Para las acciones que consisten en llevar a cabo innovaciones reservamos el término empresa, a los individuos que las llevan a cabo los llamamos emprendedores. Para el romper las estructuras de mercados existentes y barrer con el equilibrio competitivo era una de las funciones primordiales de un emprendedor...» (Freire, 2015, 13).

Entonces, el factor clave de la teoría de Schumpeter (1883-1950), es que «...la innovación emprendedora es la fuente de productividad de las sociedades capitalistas...» (Ob. cit.: 14). Concebía al emprendedor como una persona fuera de lo común, «extraordinaria» que promovía nuevas combinaciones, o nuevas innovaciones. Además, la ganancia proviene del cambio, y el cambio es producido por el empresario innovador. Así, «La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción generando nuevos productos o servicios a través de la creatividad, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de nueva manera; o proveer de una fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, entre otras...» (AA.VV., 26/01/17).

Los economistas Steven Kreft y Russell Sobel destacaban en 2003 que un emprendedor es «...un individuo que asume el riesgo financiero de desarrollar o gestionar un proyecto basado en una innovación o idea novedosa...» (Freire, 2015, p.14).

Por su parte, para Martín Carree y Roy Thurik el Emprendedurismo es «...la capacidad y voluntad de individuos, sea por su cuenta, dentro o fuera de organizaciones existentes, de percibir y crear nuevas oportunidades económicas e de introducir sus ideas en el mercado, en un contexto de incertidumbre y otros obstáculos, a partir de la toma de decisiones sobre lugar, forma, y usos de recursos e instituciones...» (Ob. cit.: 14). Freire sostiene que los conceptos centrales del universo emprendedor son la oportunidad, la innovación, la creación, el recurso, el riesgo, la gestión, la organización, la decisión y la productividad. Pero más allá de estos conceptos, el emprendedor es de cierta manera un héroe, pues encarna valores que la sociedad en su conjunto aprecia destacándose el liderazgo, el esfuerzo, la pasión, la visión y la superación. Son social y económicamente sinónimos de dinamismo (Cfr. ob. cit.: 1).

Peter Drucker afirma que el ser emprendedor no es un rasgo del carácter, sino una conducta. Según él, cualquiera que sea capaz de tomar decisiones puede aprender

a ser un empresario innovador. Considera que la base del emprendimiento es teórica y no intuitiva. El emprendimiento resulta entonces un rasgo característico de un individuo o institución, pero no de personalidad. A su vez, destaca que las personas que necesitan certezas no poseen condiciones apropiadas para ser emprendedoras. El emprendedor observa el cambio como norma saludable, aunque no sepa exactamente qué ocurrirá a raíz de dicho cambio y aunque no lo lleve a cabo él mismo; lo busca, responde ante este y lo explota como una oportunidad. Por otra parte, Drucker dice que el concepto de emprendedor no debe estar limitado a la esfera económica, porque está en relación con todas las actividades humanas (Cfr. AA. VV., 26/01/17).

Stevenson (2000) afirma que el emprendedor persigue la oportunidad, se compromete rápidamente, está predispuesto al cambio y se responsabiliza ante diferentes escenarios (Cfr. AA. VV., 27/01/17).

Se puede hacer una valoración positiva o negativa del emprendedor y la empresa en relación a la evolución de la humanidad.

Desde la valoración positiva, podemos citar a Adam Smith (quien observa y analiza los resultados iniciales de la Primer Revolución Industrial, con la máquina de vapor, el ferrocarril y la posterior producción en serie que reduciría costos y crearía nuevos empleos y ciudades industriales), y Joseph Schumpeter (quien sostenía que el centro del desarrollo económico se debe a los emprendedores, ya que introduce un nuevo proceso de producción o la producción de nuevos productos o la introducción de nuevas formas de producir viejos productos).

Desde la valoración negativa, debemos decir que los emprendedores suelen ser ignorados al momento de hacer un estudio de los avances de la civilización humana. Es más, muchas veces se los cita con una connotación negativa, mencionado que son personas que se han enriquecido a costa de los consumidores, asociándolos directamente con el capitalismo salvaje. «Pareciera que el capitalismo y los empresarios solo son responsables de los hechos negativos pero no tienen ningún mérito a la hora de contabilizar los beneficios de los que gozan los habitantes de las sociedades industrializadas...» (Gómez, 2013, p. 2). La relación negativa entre emprendedores y sociedad se observa a lo largo de la historia: por ejemplo, en la Edad Media (siglos XIII y XIV) los religiosos «toleraban» a los mercaderes pues los consideraban un mal necesario para abastecer de alimentos y mercancías a los pueblos feudales. Iguales desprecios sentirían los prestamistas (usureros) y quienes se animaban a experimentar en las ciencias, técnicas y tecnologías para lograr mejores máquinas y procesos productivos. Otros ejemplos que podemos mencionar son desde mediados del siglo XIX y principios del siglo XX, cuando pensadores económicos como T. Veblen (quien sostenía en el año 1904 que a la empresa moderna solo le interesa acumular capital, sin importarle si para hacerlo perjudica o beneficia a alguien), o John M. Keynes a inicios del siglo XX quien consideraba que los empresarios eran ignorantes, cínicos y con falta de escrúpulos.

Debemos recordar que en esos tiempos sobresalían personajes emprendedores (y muchos de ellos se enriquecieron rápidamente) como Henry Ford, Nikola Tesla, Thomas Edison, Ernst Von Siemens, George Westinghouse, Alexander Graham Bell, entre otros; quienes con sus avances científicos-tecnológicos cambiarían los procesos productivos y el consumo. Luego, Matthew Josephson en 1934 (retomando las ideas de Karl Marx) decía que la riqueza de los empresarios era producto del trabajo que este les robaba a los obreros de la empresa (Cfr. Gómez, 2013, pp. 2-3). Y así el listado de pensadores económicos, políticos, religiosos y ciudadanos que se oponen a los emprendedores y empresarias continúa.

Ahora bien, la presencia de emprendedores es condicionada por lo menos por dos factores externos: la presencia de **estabilidad institucional**, es decir la presencia de un conjunto de normas que perduran en el tiempo y que hacen posible predecir con cierto margen de certidumbre las consecuencias de nuestras acciones. Ello implica libertad individual, derechos de propiedad, cumplimiento de promesas y estado de derecho, es decir reglas de juego claras y permanentes. Estas no permiten predecir el mercado, pero si pueden hacer predicciones desde el punto de vista legal.

Por otra parte, Magnus Henrekson sostiene que además no debe haber **ayudas o seguros** sociales la presencia de gran intervención estatal, subsidios o seguros de desempleo que desalienten la búsqueda de nuevas oportunidades de generar una ganancia (Cfr. Henrekson, 2005: p. 19 in Gómez, 2013, p. 7).

Características del emprendedor

En cuanto a las características del emprendedor, «Ludwig Von Mises, identifica tres características que considera esenciales para que un individuo sea considerado emprendedor. La primera tiene que ver con que el emprendedor es un evaluador. Es decir que calcula beneficios y costos numéricos, en base a los mismos realiza elecciones, y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. A su vez, construye imágenes de las futuras acciones que pueden realizar otros individuos que actúen en el mercado. La segunda característica es la de empresario, el emprendedor construye la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercaderías. Por último, rescata que el emprendedor “soporta” la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo...» (AA. VV., 26/01/17).

Para Shane (2003) las cualidades o rasgos del emprendedor se pueden clasificar en dos grupos de factores: factores no psicológicos o contextuales (la disponibilidad de recursos o los antecedentes familiares, por ejemplo) y factores psicológicos o cualidades personales (motivación, vocación, etc.). Shane sostiene que, de los dos grupos de factores mencionados, las características psicológicas del emprendedor se han mostrado especialmente relevantes en la literatura. Otros investigadores como Alemany, Álvarez, Planellas y Urbano (2011) consideran que el atributo esencial de un emprendedor es precisamente su *espíritu emprendedor*. Según los autores citados, el espíritu emprendedor incluye el descubrimiento y estudio, por parte del sujeto que emprende, de las fuentes de oportunidades, así como la implementación de procesos de explotación las mencionadas oportunidades (Cfr. Martínez González, 2016). Gustavo Pina, director de Professionals en Randstad Argentina, dice que «...el espíritu del emprendedor puede aparecer y fomentarse en cualquier persona, no solo en quienes emprenden un startup o un negocio independiente...» (Falbo, 24/07/16).

Destaca Juan Alberto González en una ponencia presentada en el año 2016, que hoy en día para el emprendedor tiene especial importancia el concepto de competencia (Marina, 2010). Los primeros trabajos sobre las competencias y los emprendedores fueron desarrollados por Boyatzis (1982), McClelland (1973) y Spencer y Spencer (1993), quienes afirmaron que la competencia incluye conocimientos (saber), pericia (saber hacer) y valores (saber ser/estar) para que un sujeto realice una actividad –en nuestro caso emprender un proyecto empresarial- con éxito en un contexto dado, como es el turístico. También se sostiene que las competencias constituyen un set integrado de variables cognitivas (actitudes, creatividad), variables conductuales (hábitos), variables emocionales (inteligencia emocional) y variables sociales (comunicación, empatía). Por último, el sujeto competente gestiona de manera integrada y equilibrada

los aspectos relacionados consigo mismo, con los demás y con un proyecto o tarea determinada (Cfr. González y Wagenaar, 2005 in Martínez González, 2016).

Recuerda González que como dice Marina (2010), las competencias para emprender están relacionadas con la respuesta a demandas complejas movilizand recursos psicológicos y sociales en un entorno concreto. Incluyen la aceptación del cambio, la necesidad de asumir riesgos, así como el desarrollo de la creatividad, la innovación y el sentido crítico. Ser competente para emprender también implica asumir la responsabilidad de las propias acciones, establecer un proyecto con objetivos (organizando tiempo y recursos), tener motivación para lograr el éxito, cooperar y actuar de manera decisiva. Conlleva el conocimiento de oportunidades existentes con el fin de identificar las más adecuadas, evaluar alternativas de manera flexible y transformar las ideas en acciones liderando el proyecto. Sostiene además que en la actualidad se acepta que la competencia para emprender constituye en realidad un conjunto de competencias, no solo una (Cfr. Colombo y Grilli, 2006 in Martínez González, 2016). Destaca también que desarrollar la competencia para emprender implica, necesariamente, poseer competencias para dirigir el proyecto posteriormente, una vez creado o transformado (por más que algunas de las competencias para emprender puedan ser útiles para dirigir la empresa) (Cfr. Martínez González, 2016).

Al hablar de competencias, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) considera que una competencia *es la capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada*. En lo que hace al concepto de competencias, Fletcher (2001) considera que son los comportamientos que algunas personas dominan mejor que otras, y que las hace eficaces en una determinada situación. Argüelles (1996) las define como el conjunto de habilidades, destrezas y actitudes que son necesarias para la realización de un trabajo efectivo y de calidad, llevando implícito el saber (conocimientos), el saber hacer (habilidades y destrezas) y el saber ser (actitudes). Las competencias genéricas hacen referencia a competencias transversales, transferibles a diferentes tareas y funciones. Pueden ser instrumentales, interpersonales y sistémicas. Las competencias genéricas son entendidas como los atributos que debe tener un graduado universitario con independencia de su titulación. En ellas se recogen aspectos genéricos de conocimientos, habilidades, destrezas y capacidades que debe tener cualquier titulado antes de incorporarse al mercado laboral (Cfr. ICE, 2008).

En general, se destacan los siguientes tipos de competencias:

- Competencias instrumentales, en las que se incluyen habilidades cognitivas, capacidades metodológicas, destrezas tecnológicas y destrezas lingüísticas.
- Competencias personales, referidas a las capacidades individuales y las destrezas sociales.
- Competencias sistémicas, destrezas y habilidades del individuo relativas a la comprensión de sistemas complejos.

Las competencias específicas son las relacionadas directamente con la ocupación. Han sido definidas como los atributos que deben adquirir los futuros graduados durante la estancia en la universidad y deben ser definidas por la experiencia de la propia titulación. Se dividen en dos grandes grupos: aquellas relacionadas con la formación disciplinar que deben adquirir los futuros graduados –competencias disciplinares y académicas- y las relacionadas con la formación profesional que deben poseer los futuros graduados– competencias profesionales.

Concretamente, para ser emprendedor, diversos autores han identificado competencias necesarias que se sintetizan a continuación:

Tabla N°5: Tipos de competencias para ser emprendedor según autores

Autor	Competencias para ser emprendedor
Bird (1995)	Identificar oportunidades de negocio Evaluar las oportunidades de negocio Tomar decisiones Trabajar en red Identificar y solucionar problemas Innovación Comunicación
Durand (2002)	Para definir: Visionario e innovador Para planificar: ambición y visión estratégica Para iniciar: audacia, insistencia, pragmatismo
Hayton y Kelley (2006)	Reconocer/explotar oportunidades Acceder/combinar recursos Competir/sponsor
Frank (2007)	Conciencia sobre la empresa y el emprendimiento Competencias para emprender: redacción de proyecto Creatividad, imaginación y actitud adecuada
Prats y Agulles (2008)	De negocio: visión, negociación, gestión, relación Personales: integridad, equilibrio, tenacidad, ingenio Interpersonales: comunicación, respeto, delegación, carisma
Rasmussen, Mosey y Wright (2011)	Competencia de la oportunidad Competencia de apalancamiento Competencia para competir
Boyles (2012)	Cognitivas: creatividad, etc. Sociales: comunicación, entre otras Competencia de orientación a la acción

Fuente: Martínez González, 2016.

En pocas palabras, se observa una gran variedad de competencias necesarias para ser emprendedor y diversos criterios, aunque a grandes rasgos se podría hablar de competencias intelectuales, sociales y de manejo del entorno.

La formación universitaria, también conocida como competencia técnica constituye un requerimiento básico, imprescindible y necesario, pero no suficiente para lograr un empleo calificado para jóvenes recién recibidos o ser emprendedores. Una de las principales funciones dentro de las universidades es la enseñanza; la formación de profesionales considerada como el proceso educativo que tiene por objetivo preparar a los estudiantes para el ejercicio de una profesión que los inserte en un mercado laboral; este mercado está influido por los cambios económicos, sociales, políticos, culturales, etcétera; que sufre el país en el que se encuentra inmersa la institución educativa.

En términos generales, se ha insistido en que la educación superior tiene la responsabilidad de formar a los profesionales que necesite y requiera el país, la provincia, la región y por qué no el mundo. Sin embargo, son pocas las instituciones educativas que establecen una vinculación adecuada con la sociedad y todos sus

sectores para determinar los requerimientos en cuanto al tipo de profesionales que se necesitan y los conocimientos y habilidades que los tendrían que caracterizar. La formación profesional tiene como objetivo preparar al estudiante proporcionándole una serie de conocimientos, habilidades y capacidades para desempeñarse adecuadamente en su ámbito laboral. La planeación de la educación es fundamental en la relación educación/mercado, considerando que esta relación existe y debe ser estrecha en un proceso de economía global.

Específicamente en turismo, la importancia de las distintas competencias del egresado de la carrera, ya sea Licenciado, Técnico o Guía, han variado sustantivamente en los últimos diez años, producto de diferentes fenómenos como la tecnología y la globalización entre otros, lo que insta a pensar en diseños curriculares nuevos para enfrentar los nuevos requerimientos. Los actuales Diseños Curriculares de las carreras de grado y pregrado que se cursan en la Universidad resultan poco adecuados para lograr estas competencias. Nos encontramos frente a la necesidad de efectuar innovaciones que aporten más sentido al trabajo pedagógico – didáctico del claustro docente, para que los resultados armonicen con los requerimientos del macro-entorno (Cfr. Bilinkis, 2014).

En relación a los cambios, el autor argentino Andy Freire dice que la economía mundial está cambiando de paradigma pasando de la estabilidad, especialización y homogeneidad a la turbulencia, diversidad y heterogeneidad. En este escenario, la innovación marca la pauta y el rol diferencial les cabe a los emprendedores. Para este autor, la Argentina es uno de los países más emprendedores del mundo y sin embargo, posee una de las tasas de éxito de proyectos más bajas del planeta (alrededor del 80% de los proyectos no sobreviven los dos años) y destaca que *“aunque tenemos espíritu e iniciativa, no siempre se toman las decisiones correctas y eso es grave: perdemos la oportunidad de que nuestra impresionante cultura emprendedora se transforme en el motor que permita al país consolidar un modelo de estabilidad económica sostenible en el tiempo”* (Freire, 2015, p. 9).

Este dinamismo es fundamental –tal como sostiene Alejandro Gómez-, quien considera que la humanidad ha ido progresando en diferentes aspectos, donde siempre han estado presentes los emprendedores-innovadores, quienes han aportado adelantos de todo tipo que beneficiaron, en distinto grado, a toda la comunidad. Si bien es cierto que estos emprendedores han sido motivados en la mayoría de los casos por ambición personal, deseo de destacarse, fin de lucro o curiosidad, las consecuencias de sus acciones redundaron en mejoras para sí mismos y para sus contemporáneos y para las generaciones futuras.

Tipos de emprendedores

Al analizar los tipos de emprendedores se pueden distinguir varias clasificaciones. Alejandro Gómez aporta una clasificación con dos tipos de emprendedores:

- 1) Los tomadores de riesgos, personas que se animan.
- 2) Los buscadores de mercados devaluados. Los cuales pueden ser:
 - a. Buscadores de nuevas oportunidades de negocios. Como sostenía Kirzner, el emprendedor altera el sistema de producción tradicional y el mercado, creando nuevas formas de hacer las cosas y nuevas cosas para que la gente pueda hacer (Cfr. Gómez, 2013, p. 7).
 - b. Sujetos que están alertas ante nuevas necesidades insatisfechas del mercado. Así, Mises dice que ser emprendedor significa actuar reaccionado a los cambios que ocurren en el mercado. Kirzner afirma que el emprendedor está en actitud de “estado de alerta” (Cfr. Kirzner, 1973, p. 79 in Gómez, 2013, p. 7).

En base a esta categoría -y en función del pensamiento de Kirzner- todos los seres humanos somos emprendedores (Klein, 199: 12 in Gómez, 2013, p. 6). Esta postura es opuesta a la de Schumpeter, quien al considerar que los emprendedores tienen características extraordinarias, establece que no cualquier persona puede ser un emprendedor.

Por otra parte, Andy Freire identifica cuatro tipos de emprendedores: a) emprendedores de alto impacto que son aquellos que lanzan compañías que generan cambios en la estructura económica y nuevos tipos de empleo como las empresas Endeavor, Mercado Libre.com, Steve Jobs con Apple, Despegar.com, b) emprendedores de autoempleo, que son aquellos que emprenden como medio de subsistencia, lo hacen sin utilizar herramientas, procedimientos y recursos de ecosistemas de emprendedores tradicionales, ni cuentan con una visión proyectada de expansión y generalmente no explotan oportunidades de mercado e inclusive puede ser que no se reconozcan como emprendedores. De esta categoría forman parte miles y miles de individuos cuentapropistas, c) emprendedores de impacto medio o bonsái que son aquellos que no generan un gran impacto por cuestiones de escala, pero tampoco son emprendedores de autoempleo porque desarrollan estructuras sostenibles que dan trabajo a varias personas. Tienen casi todos los mismos rasgos de un emprendedor de gran impacto, pero en menor escala por tamaño de mercado, problemas de financiamiento o capacitación. También se parece a los de autoempleo pues muchas veces se inician por necesidad, aunque al hacerlo tratan de detectar una gran oportunidad de forma poco empírica, asumen riesgos y toman decisiones no adecuadas que les puede llevar al fracaso. Como ejemplos se destacan los primeros lodges en Misiones, y d) emprendedores de impacto social que son personas con soluciones innovadoras para los problemas más acuciantes de la sociedad, son ambiciosos y persistentes en su lucha por asuntos sociales para provocar cambios a gran escala. «Aplican estrategias de mercado para alcanzar un fin social...» (Freire, 2015).

Por último, se debe mencionar el término *Intrapreneurship*. Pinchot (1999) utilizó el término *intrapreneurship* para referirse al “espíritu empresarial” y hace referencia a los emprendedores dentro de las grandes empresas. Según él, este espíritu es el que hace que existan iniciativas de proyectos y negocios en las mismas. (AA. VV., 27/01/17)

Resultados de una investigación en Misiones (años 2011 y 2015)

A continuación, se presentan algunos resultados parciales de dos proyectos de investigación que hemos llevado a cabo y que se han desarrollado entre los años 2011 y 2015: 16H/371: “La profesionalización de los graduados universitarios en Turismo en Misiones. Análisis de competencias, desempeño y propuestas de mejora” y 16H/321: “El mercado de trabajo y empleo de profesionales en Turismo en Misiones. Análisis de la inserción, movilidad y nivel de salarios” de la Secretaría de Investigación y Postgrado de la FHyCS, UNaM, Posadas, Argentina.

Mediante encuestas realizadas a graduados universitarios en Turismo, al consultar sobre formación por competencias, el 83,33 % dice haber escuchado hablar de ello. Al estudiar el tipo de competencias que consideran que necesitan, los profesionales en Turismo destacan lo siguiente:

- Al consultar a los guías de Turismo en el año 2011, el 100 % de los que trabajan en los predios jesuítico-guaraníes dijeron que no pensaron en ser emprendedores, porcentaje que disminuye al 75 % entre los guías de las Cataratas. Entre los motivos argumentaban que era por falta de dinero (capital inicial), tiempo para dedicarse a ello y conocimientos específicos para ser emprendedor (saber teórico).
- Al encuestar a los licenciados en Turismo, quienes sostienen haber recibido formación por competencias, en su mayoría (57 %) dicen que lo adquirido es su capacidad de adaptación a los cambios y el trabajo en equipo interdisciplinario (37%). Es decir, se ponen en evidencia las competencias genéricas, pero no específicas de la carrera. Se destaca que el 35 % de los Licenciados en Posadas e Iguazú son socios gerentes de empresas turísticas en el destino.

Tabla N°6: Licenciados radicados en Posadas: requisitos para ser emprendedor.

Ítems	Frecuencia	%
Tener y conseguir el capital inicial	7	53,84
Tener amplio conocimiento práctico del mercado turístico	3	23,07
Saber tomar decisiones y no tener aversión al riesgo	4	30,76
Conocimientos de otras disciplinas como contabilidad	1	7,69
Total	13	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta a egresados de la Lic. en Turismo. 2011

Para los licenciados radicados en Posadas, los principales requisitos para ser emprendedor son tener y conseguir el capital inicial, saber tomar decisiones y no tener aversión al riesgo y, por último, tener amplio conocimiento del mercado turístico.

Tabla N°7: Licenciados radicados en Puerto Iguazú: requisitos para ser emprendedor.

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Tener y conseguir el capital inicial	4	33,33
2	Tener amplio conocimiento práctico del mercado turístico	4	33,33
3	Saber tomar decisiones y no tener aversión al riesgo	0	0,00
4	Conocimientos de otras disciplinas como contabilidad	2	16,67
5	Otro	2	16,67
	Total de frecuencias	12	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta a egresados de la Lic. en Turismo. 2012

Se destacan las mismas variables que para los licenciados en turismo de Posadas, pero en menor porcentaje y se suman los conocimientos de otras disciplinas y otros factores como tener todo lo anterior a la vez y tener buenas ideas de negocios, originales y novedosas. En síntesis, se puede decir que los licenciados que tienen empresas turísticas destacan entre los requisitos que se deben cumplir el tener capital (propio o de terceros, que suele ser difícil de acceder), conocer el mercado (su comportamiento, reglas, etc.) y saber tomar decisiones (que implica tener toda la información necesaria, no tener aversión al riesgo y saber elegir entre alternativas).

Por otra parte, en la investigación del año 2015, al analizar a los profesionales emprendedores de turismo graduados en las dos universidades de Misiones (UNaM y UGD), se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla N° 8: Relación entre el tipo de graduado en Turismo y el tipo de emprendimiento

Tipo de emprendimiento	Graduado en Turismo	Localidad	Tiempo de apertura luego de graduarse	Inversión inicial	Especialización	Tipo de emprendedor
Agencias de viaje: 7	Lic. UNaM Lic. UNaM Lic. UNaM Lic. UNaM Lic. UNaM Lic. UNaM Lic. UNaM Guía UNaM	Posadas Posadas Posadas Posadas Posadas Posadas Posadas Iguazú	4 años 2 años 3 años 3 años 5 años 10 años 10 años	Propia (2 socios) Propia (4 socios) Propia (3 socios) Propia (2 socios) Propia (1 dueño) Propia (2 socios) Propia (2 socios) Propia (2 socios)	Sí (Iberá) Sí (cicloturismo)	Impacto medio De autoempleo De autoempleo De autoempleo De autoempleo De autoempleo De autoempleo Impacto medio y hasta de alto impacto
Lodges: 1	Lic. UNaM	Andresito	10 años	Propia (2 socios) y ayuda familiar	Sí (avistaje de aves)	Impacto medio
Agroturismo y entretenimiento: 2	Lic. UNaM Lic. UNaM	Oberá Alem	5 años 10 años	Propia (2 socios) y ayuda familiar Propia (1 dueño) y ayuda familiar	Sí (selva) Sí (la chacra)	Impacto medio De autoempleo
Hostel: 3	Lic. UGD Lic. UNaM Guía UNaM	Posadas Posadas Puerto Iguazú	2 años 4 años 18 años	Propia (2 socios) y ayuda familiar Propia (2 socios) y ayuda familiar Propia (1 dueño)		De autoempleo De autoempleo De autoempleo
Consultoras: 1	Lic. UNaM	Posadas	19 años	Propia (4 socios)	Sí (investigación de mercado orientada al turismo)	Impacto medio

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas, 2015

En cuanto al motivo de apertura de los emprendimientos fue básicamente la oportunidad, antes que la necesidad, una vez alcanzada cierta experiencia laboral relacionada con el rubro en el cual se iba a emprender. De acuerdo con Freire, muchos de estos emprendedores son del segundo tipo (autoempleo) y no se reconocen como emprendedores en sí mismos. Solo unos pocos son realmente originales en sus emprendimientos, destacándose en general que han tardado varios años después de graduarse para identificar el nuevo negocio.

Las agencias de viajes son las que más inestabilidad presentan al tener problemas de tipo de cambio y tendencias de la demanda y las operadoras virtuales (OTAs) como Despegar.com. En varios casos hubo financiamiento familiar. Los créditos bancarios en general no se tomaron por no poder cubrir con los requisitos para la solicitud.

Al entrevistar a los emprendedores, se evidencia que aquellos que son de impacto medio no sufren de manera tan visible la coyuntura económica y poseen estrategias para hacerle frente, dada la flexibilidad de ser pequeña y mediana empresa y por tener siempre una visión innovadora de las cosas, destacándose el cambio en el perfil de la demanda, la diversificación de la demanda, ofrecer transfers, salidas de fin de semana, paquetes a medida, etc. Ello nos lleva a considerar que los emprendedores de impacto medio y alto pueden ser más resilientes ante las coyunturas económicas cambiantes e incluso pueden detectar oportunidades en estos escenarios.

Éxito y fracaso de los emprendedores

En el intento de ser emprendedores son muchos más los que fracasan que los que tienen éxito, ya que por cada emprendedor que tiene éxito hay centenares que fracasan y que pasan inadvertidos. Se dice que, en los países en vías de desarrollo, entre el 50 % y el 75 % de los emprendedores dejan de existir entre el primero y tercer año de su creación. Según Kirzner, esto se debe básicamente a que los emprendedores deben desempeñarse en un contexto de cambio permanente, de la población, de la dotación de recursos, de las tecnologías, de los precios, de las valoraciones subjetivas de los consumidores, de la cantidad y calidad de los bienes y servicios que estos demandan, entre otras cosas (Cfr. Kirzner, 1992 en Gómez, 2012, p. 8).

Schumpeter utiliza el término **mutación creativa** (que considera que es la esencia del capitalismo), por lo cual el emprendedor debe adaptarse y acostumbrarse a estos cambios. Además, el emprendedor debe enfocarse en acceder a nuevos mercados, internos y externos, desarrollando nuevas formas de organización empresarial y nuevos sistemas de producción, todo lo cual implica un proceso de mutación permanente, que revoluciona la estructura económica desde adentro del sistema. Para Schumpeter, uno de los errores más comunes de los emprendedores es que asumen que es un proceso estático en el que las grandes empresas siempre han tenido un rol oligopólico del sector en el que se desempeñan, pero el proceso es dinámico y lo que se debe analizar es ver cómo esas grandes empresas llegan al poder dominante. Es entonces cuando deben evaluarse los **procesos de creación y destrucción** que incentiva el sistema capitalista (Cfr. Schumpeter, 2008, 83 en Gómez, 2012, p. 8).

Así, cuando un emprendedor asume el riesgo en hacer las cosas de manera diferente debe estar dispuesto a cometer más errores y en mayor magnitud que quienes siguen haciendo las cosas de forma tradicional. Para algunos autores, el éxito de un emprendedor depende de su intuición, su capacidad de ver posibilidades que luego terminan comprobando como ciertas, de su talento analítico y de su comprensión intelectual. *«El emprendedor debe romper con los hábitos de pensamiento de la sociedad en la que vive, ya que la costumbre actúa como ahorrador de las energías que se necesitan para implementar dichos cambios. Esta actitud de apertura mental que poseen los emprendedores propone una fortaleza que no es común encontrar en la mayoría de las personas...»* (Schumpeter, 1951, pp. 85-86)» (Gómez, 2012, p. 9).

Para ser un emprendedor exitoso, se deben resolver dos cuestiones: una a nivel técnico y otra a nivel económico-financiero. El **nivel técnico** tiene que ver con los desarrollos científico-tecnológicos y el saber hacer, es decir planificar y saber cómo introducir una innovación tecnológica que permita lograr un mayor grado de eficiencia en la producción de bienes y servicios y una vez alcanzado este primer punto, debe lidiar con un contexto social (competidores, clientes, proveedores, autoridades políticas, religiosas, entre otros), quienes con frecuencia rechazan los cambios o entorpecen su implementación.

Entonces, en esta sociedad se deben dar tres condiciones: a) que esté compuesto por un grupo de personas ingeniosas y creativas dispuestas a innovar, b) las instituciones sociales y económicas deben incentivar la inversión económica que estos procesos requieren y por ultimo, c) debe ser una sociedad abierta y tolerante a la diversidad, ya que todo innovador podrán en duda muchas de las creencias y tradiciones que esa sociedad ha reputado como verdaderos a lo largo de muchos años (Cfr. Mokyr, 1990, pp. 11-12 in Gómez, 2012, p.11).

«El éxito solo llega a aquellos que hacen las cosas de una manera diferente y que no se dejan guiar por los errores aceptados mayoritariamente, por la costumbre y la tradición. Lo que hace que algunos obtengan ganancias es la oferta de bienes (y servicios) que muchos no han podido prever...» (Gómez, 2012, p. 11).

Desde el punto de vista **económico-financiero** se debe analizar con qué fuentes de financiamiento se cuenta (propio o de terceros). Si es de terceros (bancos, financieras etc.), con qué tasas de interés y su relación con la inflación, con qué períodos de gracia se cuenta.

Desde el proyecto, se debe analizar el tiempo de recupero de la inversión y hacer un análisis de sensibilidad -mediante indicadores- de las principales variables que influyen en el emprendimiento. Finalmente, desde la macroeconomía se deben analizar los indicadores de estabilidad económica como inflación, crecimiento del PBI, consumo, empleo, riesgo país, estabilidad institucional (normas e instituciones) y la cadena de valor, revisando la existencia de competidores, consumidores, proveedores, entre otros.

Emprendedores, crecimiento y desarrollo

En el año 1934 Joseph Schumpeter destacaba el rol central del emprendedor en el crecimiento económico. Sin embargo, pocos fueron los economistas que pusieron a los emprendedores en los modelos formales de crecimiento (modelos iniciados por Adam Smith), tratándolo solo como una parte residual del análisis, sin atribuirle ningún input productivo susceptible de ser medido. A finales de la Segunda Guerra Mundial (II GM) comenzaron a prestar más atención al crecimiento económico y los motivos de la existencia de países ricos y pobres con la creación de instituciones como el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM).

Antes de la II GM los analistas se centraban en analizar los países ricos y especialmente las consecuencias de la Gran Depresión de Estados Unidos (1929) y los efectos de la industrialización de la Unión Soviética. En función de ello, se consideraba que el crecimiento dependía de la acumulación de capital y, por ende, de la inversión y la capacidad de ahorro (que los países pobres no alcanzaban) y por ello necesitaban de la intervención estatal para crecer (con ayudas financieras como decía Keynes).

Luego, en postguerra, Robert Solow (1957) presenta su modelo de crecimiento, en el cual la producción económica estaba generada por la interacción entre el capital físico y el trabajo, y su crecimiento por el cambio tecnológico. Así, la inversión por sí sola no podría mantener el crecimiento debido a sus rendimientos decrecientes, aspecto que el progreso tecnológico lograba superar. Pero Solow no logró explicar de forma completa el tema del crecimiento económico, puesto que el cambio tecnológico quedaba fuera del contexto económico y además no contemplaba la figura del emprendedor.

En la década de 1990, Romer logró explicar el modelo con elementos dentro de la economía, a través de la **teoría del crecimiento endógeno**, que incluye mecanismos que relacionan el capital humano con la creación de nuevas tecnologías. Según este modelo, el gasto en Investigación y Desarrollo (I+D) produce un conocimiento que a su vez conduce al cambio tecnológico y al crecimiento. Este conocimiento se disemina a otros individuos, aumentando de esta manera su capacidad de producir más invenciones. Así, se pone en marcha una externalidad positiva que permite un cambio tecnológico sostenible y posiblemente creciente a lo largo del tiempo (Cfr. Romer, 1986).

in Minniti, 2016, p. 24). Sin embargo, el modelo de crecimiento aún no incluía al emprendedor. Michelacci (2003) propone un modelo de crecimiento endógeno en el cual destaca que el cambio tecnológico precisa tanto de los investigadores -quienes generan nuevas ideas- como a los emprendedores -que las transforman en innovación (operaciones económicamente viables)-. Por su parte, Acs (2004) decía que uno de los grandes avances de esta nueva teoría es la idea de que las inversiones en capital humano impulsan el crecimiento económico a través del desbordamiento del conocimiento, aunque sigue sin profundizar mucho el tema de los emprendedores (Cfr. Minniti, 2016, pp. 23- 24).

Recién en 2010 Minniti y Levesque profundizan en los emprendedores, retomando el tema del “estado de alerta” de los emprendedores, ya mencionado por Kirzner en 1973, y su voluntad de afrontar gastos iniciales. Estos autores demuestran en 2010 que el alto crecimiento económico surge cuando aumenta el número de emprendedores-investigadores, emprendedores-imitadores. o ambos. y que los emprendedores son el elemento facilitador esencial del proceso de crecimiento. Como decía Schumpeter, los emprendedores son los agentes económicos que, arriesgando sus propios recursos a cambio de beneficios esperados, hacen que su crecimiento sea posible (Cfr. Schumpeter, 1934 in Minniti, 2016, p. 25).

Ahora bien, el rol y tipo de emprendedor varía si hablamos de países desarrollados o en vías de desarrollo, e inclusive puede ser diferente entre países de la misma situación económica. Pero, en general, la actividad emprendedora es mayor en países con niveles más bajos de PBI que en países con rentas altas, pero se vuelve a elevar en las economías más ricas (la relación entre PBI del país y nivel de emprendedurismo adquiere en el gráfico de ejes cartesianos la forma de U).

En países con semejantes niveles de PBI per cápita pueden tener distintos niveles de actividad emprendedora, debido a que la gente crea empresas y no actúa dentro de un vacío, sino que el entorno macro económico (las otras variables además del PBI como ser inflación estabilidad, etc.) son condicionantes. No es que en los países con crecimiento bajo los emprendedores están ausentes o no actúen, sino que su comportamiento se encuentra coartado, ya sea por mercados ineficientes (para tener oportunidades o beneficios) o por la existencia de oportunidades cuyos beneficios, en vez de ser positivos, contrarrestan (puede haber comportamientos socialmente destructivos) (Cfr. Minniti, 2016, pp. 27-28).

Knight (1921) afirmaba que las personas en edad laboral optan por tres situaciones: desempleo, autoempleo o empleo por cuenta ajena. Luego, Oxenfeldt (1943) decía que las personas en situación de desempleo y con pocas posibilidades de conseguir empleo a cuenta ajena pasaban al autoempleo (especialmente personas con poca formación y mujeres). Nickell (1989) y Nicolitsas y Dryden (1997) analizaron la relación entre desempleo y emprendimiento, encontrando en algunos casos relaciones positivas (correlación) y en otros, negativas (relación inversa) entre ambos elementos, con lo cual no pudieron ser concluyentes en cuanto a cómo es esta relación. Thurik, en base a datos de OCDE, en el año 2008, demostró que los aumentos de desempleo provocan un impacto positivo en posteriores tasas de autoempleo, mientras que el aumento de las tasas de autoempleo tiene un impacto negativo en las posteriores tasas de desempleo, demostrando este vínculo causal (Cfr. Minniti, 2016, p. 27).

Destaca María Minniti que el emprendedor, al involucrarse en actividades productivas, desempeña una función dual: la primera consiste en descubrir las oportunidades de beneficios no explotados, lo cual traslada la economía desde un punto económica y tecnológicamente ineficiente hacia un punto de producción más eficiente. La segunda función se lleva a cabo a través de la innovación. En este papel innovador, el emprendedor expande sus Fronteras de Posibilidades de Producción

(FPP) generando un aumento del output (producto) a través de un aumento de la productividad real (Cfr. Minniti, 2016, 24).

«Los emprendedores cuando inician una actividad productiva, impulsan el crecimiento económico mediante la intermediación y la innovación. Además, las actividades emprendedoras productivas contribuyen de una manera constante al desarrollo de nuevos mercados y a su posterior evolución, del mismo modo que a la evolución de los mercados existentes...» (Minniti, 2016, 28).

Andy Freire sostiene que son muchas las formas que el emprendedurismo puede contribuir al crecimiento económico. Así, los emprendedores pueden introducir importantes innovaciones al ingresar a los mercados con nuevos productos o procesos de producción, incrementar la productividad al aumentar la competencia, impulsar el conocimiento de lo que es técnicamente viable o tender a trabajar más horas y de maneras más eficiente, dado que sus ingresos están fuertemente vinculados a su esfuerzo, aunque su real impacto depende de si el país es más o menos desarrollado, destacándose que en países más pobres el incremento de emprendedores no se relaciona de forma lineal con el crecimiento económico del país, lo cual se debe a que el emprendedurismo se desarrolla en relación al entorno que lo cobija (por ejemplo, la capacitación de sus recursos humanos). Asimismo, el conjunto de emprendedores no es uniforme y es necesario ver qué tipo de emprendedores (por oportunidad o por necesidad) es el más frecuente, lo cual repercutirá en el mercado (Cfr. Freire, 2015).

En este contexto, *«...el emprendedor se convierte en el motor de la economía gracias a los descubrimientos, innovaciones y aumentos de productividad que introduce en su búsqueda de maximizar sus utilidades...»* (Landoni, 2006, pp. 32-33). (Gómez, 2012, p. 9).

Para John Micklethwait y Adrian Wooldrige la presencia de empresas modernas en el mundo capitalista es lo que ha hecho la gran diferencia entre las naciones ricas y las pobres. Un indicador de esto es la cantidad de empresas privadas que un país posee y su correlación con su potencial económico y la calidad de vida de sus habitantes (Cfr. Gómez, 2012, p.10).

Finalmente, Gómez dice que la existencia de empresas en una economía de mercado es lo que permite la generación de riqueza y la optimización de los escasos recursos que con que cuentan los países. Así:

«El sistema capitalista "premia" doblemente a la sociedad en su conjunto, primero al castigar a las empresas que no generan riquezas, que estas, al desaparecer, dejan de derrochar recursos y en segundo lugar al otorgar éxito a aquel que haya hecho bien las cosas para que siga haciéndolo en beneficio propio y de los consumidores, actuando también como ejemplo para aquellos que los quieran imitar en la creación de riqueza...» (Gómez, 2012, p. 10).

Emprendedores y turismo

El turismo es una actividad muy sensible ante cambios de contexto (variaciones de precios y coyunturas económicas cambiantes). Asimismo, se destaca el rol que juegan las empresas de turismo en el mercado. Destaca Jorge Puig Durán Fresco:

«Las empresas de servicios están jugando un papel cada vez más creciente e importante en la economía global de los países. Más del 85 % de los nuevos trabajos creados desde 1982 en los países occidentales ha sido en el sector de los servicios...» (Puig, e.a., 2006).

De allí la necesidad de formar emprendedores y propiciar la existencia de emprendimientos que devengan en empresa turísticas.

El sector turístico -como el resto de la economía y la sociedad- está cambiando permanentemente, lo cual no requiere solo de emprendedores que sepan comprender

las nuevas tendencias y comportamientos, sino, además, de empresas que puedan adaptarse a los nuevos cambios. Así, se habla de la adaptación de las agencias tradicionales a «agencias asesoras» de viajes para hacer frente a las OTAS (Online Travel Agencies o Agencias de viaje en línea), el incorporar las redes sociales a la estrategia de comercialización y gestión de la agencia, a trabajar con segmentos cada vez más específicos, entre otras estrategias y tácticas. En el rubro hotelero se habla de nuevas modalidades como el alojamiento colaborativo (Airbnb), nuevas formas de comunicarse todo el tiempo, de opinar de todo y en todo el tiempo del viaje desde la búsqueda de información del pre-viaje (Cfr. García Mas, e.a., 2005, p. 88), el manejo de datos (big data), temas que serán profundizados en el capítulo siguiente. Todo ello indica que en los tiempos actuales son muy necesarios los emprendedores.

Martín Vivas, impulsor de Palermo Valley y otras iniciativas como Startup Next, destacó el desarrollo emprendedor en tres áreas: experiencias, pagos y entretenimiento. *«Hasta ahora, las agencias resistieron mucho la modernización y su incorporación de tecnología fue para trabajar de manera tradicional, no disrumir...»*. Pero, *«Hay oportunidades para creaciones disruptivas. Muchos van al copycut [réplicas de ideas probadas afuera], que a veces está bien, pero acá hay espacio para pensar soluciones distintas, desde cero, para muchos problemas del turismo»*. Asimismo, *«La realidad del negocio actual da cuenta del espacio para adaptarlo y repensarlo. Juan Ignacio Bassino, gerente de producto de Despegar.com, aportó un dato: “Apenas 20 % de ventas de viajes en América latina se hace online”. Para subir esa marca, la compañía se ofrece a las agencias asociadas por su sistema de afiliación como plataforma para incursionar en la Web con un sitio propio, como es Mercado Shops en Mercado Libre. Con todo, en el sector surge el interrogante: los start ups, ¿son una amenaza para los operadores clásicos? Lo son, desde el punto de vista de que los competidores ya no son solo propios, sino también ajenos a la propia industria. No hay que tener 10 ni 20 años de experiencia sobre la espalda para inventar una app que haga temblar al mercado»*. Así, Walter Rodríguez, secretario de la Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo (Faevyt), considera el momento como una **revolución comercial que produce cambios permanentes**: *«Ser contemporáneos hace difícil explicarlo y no sabemos hacia dónde irá, pero tenemos la mente abierta. Las agencias no se oponen a los nuevos mecanismos, producto de la economía colaborativa, pero sí reclaman adecuar la regulación de manera de crear condiciones de igualdad, sobre todo, en materia impositiva»* (Scarpinelli, 02/02/17).

Se establecen ciertos parámetros para los nuevos emprendimientos en turismo: personalización (sin paquetes planificados), usuarios con una mayor capacidad de opinar y recomendar; clientes cada vez más expertos y exigentes «tiranía de la transparencia»; nuevas posibilidades tecnológicas; auge de lo social, local, ambiental (no contaminante) y móvil, experiencias multi-destino para ahorrar tiempo en aeropuertos (Cfr. AA. VV., 02/02/17)

Para finalizar, se ejemplifica la importancia que tiene el emprendedor y la innovación en turismo para el sector institucional, destacando que en el año 2016 el Congreso Anual de FAEVYT (CAF) tuvo como lema «Innovar para ganar» y estableció como objetivo profundizar en la necesidad de comprender el escenario competitivo del sector, prever lo que se viene a fin de anticiparse y trabajar sobre los desafíos del sector.

Este evento tuvo como invitados a expertos en Tecnología y Comunicación, consultores, desarrolladores de e-learning y figuras representativas del sector turístico. (Cfr. Reportur, 02/02/17).

Preguntas de reflexión

1. A tu entender: ¿cuáles de todas las características y competencias mencionadas son las más importantes para ser emprendedor?
2. Elabora un análisis estratégico FODA (y sus estrategias resultantes) sobre tus posibilidades de ser emprendedor.
3. En base a los portafolios del Capítulo I: ¿Cuáles son las variables macroeconómicas que más afectan a los emprendedores en la Argentina en términos coyunturales y estructurales? ¿Cuáles son las ventajas competitivas?
4. ¿Qué emprendimientos consideras que se podrían llevar a cabo desde el turismo en Misiones y qué tipo de emprendedor consideras que podría tener más éxito y continuidad en el futuro en turismo?

Ejercicios y tareas

1. Busca ejemplos de 5 emprendedores innovadores en turismo y analízalos.
2. Identifica un emprendedor en turismo o en otra actividad y aplica una entrevista. Determina qué tipo de emprendedor es, los factores clave de su éxito, su opinión de las variables macroeconómicas que los condicionan, los componentes de su cadena de valor, etc.

Bibliografía

Libros

- BILINKIS, S. (2014): *Pasaje al futuro*. Buenos Aires
- DRUCKER, P. (2002): *El Individuo*. Buenos Aires. Ed. Sudamericana.
- FREIRE, A. (2015): *Argentina emprendedora*. Buenos Aires, Aguilar.
- FIGUEROLA, M. (1990): *Teoría económica del turismo*. Madrid. Alianza Universidad Editores.
- GARCÍA MAS, A., e. a. (2005): *La mente del viajero. Características psicológicas de viajeros y turistas*. Madrid. Thompson.
- PUIG, A., e.a. (2006): *Los nuevos negocios turísticos*. Buenos Aires. Valetta Ediciones.

Ponencias

- Colombo y Grilli, 2006 in Martínez González, José Alberto; X Congreso online sobre Turismo y Desarrollo / VI simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural. Eumed.net, 2016.
- González y Wagenar, 2005 in Martínez González, José Alberto; X Congreso online sobre Turismo y Desarrollo / VI simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural. Eumed.net, 2016.
- ICE: "Competencias genéricas y transversales de los titulados universitarios". ICE de la Universidad de Zaragoza, 2008
- Martínez González, José Alberto; X Congreso online sobre Turismo y Desarrollo / VI simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural. Eumed.net, 2016.
- OCDE: "The Definition and Selection of Key Competences. Executive Summary", París, 2005 in Martínez González, José Alberto; X Congreso online sobre Turismo y Desarrollo / VI simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural. Eumed.net, 2016.
- Ripollés, M.: "Aprender a emprender en las universidades", Arbor, Vol.187, núm. 3, 83-88. 2011 in Martínez González, José Alberto; X Congreso online sobre Turismo y Desarrollo / VI simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural. Eumed.net, 2016.

Revistas científicas

- Gómez, Alejandro (2012): "El emprender y su impacto en la sociedad". Revista de Instituciones, Ideas y Mercados N° 58, mayo 2013 | pp. 5-18 | ISSN 1852-59707, http://www.eseade.edu.ar/wpcontent/uploads/2016/08/riim58_alejandro_gomez.pdf, 26/01/17)
- Minniti, María (2016): "El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones". <http://emelarevista.com/wp-content/uploads/2016/09/Emprendimiento.pdf>, 01/02/17)

Internet

Autores varios: "Emprendedurismo." Disponible en <http://emprendurismoo.blogspot.com.ar/p/definiciones.html>, 26/01/17 y 27/01/17.

Autores varios: "La concepción de Schumpeter de emprendimiento." Disponible en https://www.google.com.ar/?gws_rd=ssl#q=cantillon+emprendedor, 26/01/17

Autores varios: "Los protagonistas turísticos en cada uno de los meses de 2016" Disponible en <http://www.preferente.com/marketing/ejemplos-de-emprendedores-turisticos-de-exito-224134.html>. Extraído el 02/02/17

Falbo, A.: "Los intraemprendedores ganan protagonismo en las compañías". Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1833363-los-emprendedores-que-cambian-el-mapa-del-turismo>, 24/07/16.

Reprotur: "El congreso anual de FAEVYT pondrá foco en la innovación". Disponible en <http://www.reportur.com/argentina/2016/04/27/el-congreso-anual-de-faevyt-pondra-foco-en-la-innovacion>. 02/02/17.

Scarpinelli, L.: "Los emprendedores que cambian el mapa del turismo." Disponible en <http://www.lanacion.com.ar>, 02/02/17.

Proyectos de investigación

Proyecto 16H/371: "*La profesionalización de los graduados universitarios en turismo en Misiones. Análisis de competencias, desempeño y propuestas de mejora*". Período: 01/01/13 al 31/03/15. Secretaría de Investigación y Postgrado de la FHyCS, UNaM, Posadas, Argentina.

Proyecto 16H/321: "*El mercado de trabajo y empleo de profesionales en turismo en Misiones. Análisis de la inserción, movilidad y nivel de salarios*". Período: 01/01/11 al 31/12/2012. Secretaría de Investigación y Postgrado de la FHyCS, UNaM, Posadas, Argentina.

Capítulo IV

La nueva economía y las tendencias de mercado⁷

*La economía no es una ciencia exacta.
Cualquier pronóstico basado en evidencias
puede salir horriblemente mal.*
(Paul Samuelson)

La preocupación por el futuro siempre ha estado entre las reflexiones del ser humano. Concretamente, desde el punto de vista económico, el análisis de las tendencias de los indicadores e índices, los cambios cualitativos y cuantitativos de la oferta y demanda, la revisión de los posibles cambios en el paradigma económico, pasando por los cambios en las estructuras y modelos económicos, son cuestiones que los economistas contemplan en sus publicaciones (blogs y libros) y en sus reuniones.

Tal como destacábamos en los capítulos anteriores, todo cambia y de forma cada vez más acelerada, tanto a nivel superficial como profundo. Desde la aparición de nuevas variables -que hasta el momento eran propiedades constantes- a variables intervinientes -que se vuelven independientes y con un rol más trascendental- estamos viviendo una transformación que es perceptible en nuestras vidas. Estamos en la Tercera Revolución Industrial.

En este último capítulo abordaremos posibles escenarios futuros, en base a ciertos indicadores de la OMT y reflexiones de autores reconocidos como el sociólogo y economista estadounidense Jeremy Rifkin, el economista francés Thomas Piketty y el autor argentino Santiago Bilinkis. Trataremos de responder preguntas como: ¿Qué cambios traerán la demanda y la oferta en general y turística? ¿Cuánto influirán en la economía estos cambios? ¿Cuánto influirá en los emprendedores y las empresas turísticas? ¿Cómo prepararnos y alcanzar algo de certidumbre con estos cambios tan vertiginosos?

El nuevo paradigma económico

Como mencionábamos anteriormente, estamos en la Tercera Revolución Industrial, la cual tiene diferencias notables con relación a las dos anteriores. Esta Tercera Revolución es más descentralizada, con menos control jerarquizado y permite alcanzar algo inimaginable: converger en una sola figura la oferta con la demanda.

Así, la Primera Revolución Industrial se caracterizó por el uso del carbón (ferrocarril y fábricas) y el telégrafo, que permitieron crear las primeras ciudades grandes. La Segunda Revolución Industrial, por los combustibles fósiles como el petróleo (que se está agotando y que se evidencia en la caída del PBI global), el uso de automóviles, la telefonía, la radio y la televisión que aceleró las suburbanizaciones y la

⁷ Liliana M. Dieckow

desigualdad entre países. Y, actualmente, la Tercera Revolución Industrial, que se basa en cinco pilares:

1) Uso de energía renovable: la Unión Europea (UE) se ha comprometido a que el 20 % de su energía sea renovable a partir del año 2020.

2) Recolección de la energía verde: las energías renovables se encuentran en el sol, el viento, las olas, incluso en la basura.

3) Se basa en lograr un almacenaje óptimo para aprovechar al máximo esta energía.

4) Uso de Internet, que se convertirá en el sistema nervioso de esta revolución.

5) Se basa en el transporte verde: podremos recargar nuestros coches eléctricos en cada esquina gracias a las pequeñas plantas de energía instaladas en los edificios.

Como sostiene Rifkin, esta nueva revolución plantea un desafío muy grande: *“Estos cinco pilares deben de desarrollarse al unísono, si uno crece más rápido que otro o se ponen en marcha de forma aislada se perderá la inversión. En el momento en que se pone en marcha esta nueva infraestructura se crean miles de trabajos”* (Meseguer, 09/02/17).

Para Rifkin, esta Tercera Revolución Industrial está generando un cambio en el **paradigma⁸ económico**, produciéndose el primer cambio de fondo en la vida económica desde la aparición del capitalismo y el socialismo a principios del siglo XIX, formándose una **economía híbrida⁹** que coexisten y se colaboran mutuamente (Cfr. Rifkin, 2014, p. 11).

El capitalismo se basa en transformar todas las cosas en mercancías (algo con valor económico), que se intercambian en el mercado como una propiedad, con precio, argumentando su condición de escasez de oferta y necesidad ilimitada de la demanda, producida y por ello con costos. Para Adam Smith el mercado actual se comporta de manera muy parecida a como actúa la ley de gravedad de Newton, a cada acción hay una reacción contraria equivalente y así la oferta y la demanda se equilibran en un mercado autorregulado, de lo contrario habrá subas de precios o caída en la cantidad ofrecida o demandada. Por su parte, Jean Bautista Say decía que la actividad económica se autoperpetúa por el movimiento constante generado una vez iniciada la actividad económica, por lo que la creación de un producto abre inmediatamente un mercado para más producción y nuevos productos. La tecnología surge para incrementar la productividad y vender a precios más bajos en un mercado competitivo. Aunque ante situaciones de monopolio esto es diferente, para estos autores siempre surgirán nuevos competidores que romperán el monopolio u oligopolio (Cfr. Rifkin, 2014, pp. 13-14).

Ahora bien, esta tecnología que permite producir más y bajar los costos ¿hasta qué nivel puede bajar los costos marginales?, ¿qué consecuencias traería si alcanza niveles cercanos a cero? Keynes ya analizaba este tema en la década del 30 acuñando el término **desempleo tecnológico¹⁰**. Además, Keynes destacaba que es natural que, en el dinamismo empresarial, propio de los mercados competitivos, se aumente la productividad y reduzcan los costes marginales. Por su parte, a principios del siglo XX Oskar Lange decía que cuando un empresario incorporaba tecnología para reducir costos, obtenía en un corto plazo una ventaja competitiva frente a los competidores que

⁸ Término acuñado por Thomas Kuhn para referirse a un sistema de creencias y supuestos que actúan conjuntamente para crear una visión del mundo integrada y unificada.

⁹ En parte, **mercado capitalista**, basado en el intercambio de bienes y servicios vigente por más de 10 generaciones, pero actualmente en declive; y, en parte, **pro común colaborativo** basado en la colaboración entre personas que se incrementa cada vez más y hacia el año 2050 será lo más habitual en la economía.

¹⁰ Desempleo generado por la nueva tecnología, que es negativo en el corto plazo, pero positivo en el largo plazo.

tenían un medio de producción anticuado peor, que pronto los competidores harían lo mismo y se daría un círculo virtuoso. Pero, en general, las empresas más poderosas tratarían de evitar la incorporación de nuevas empresas e innovaciones y ello muchas veces produce estancamiento en el corto plazo (Cfr. Rifkin, 2014, pp. 17-18).

Hoy día, hay cada vez más ejemplos de actividades económicas con **Costos Marginales (CMg) cercanos a cero**: computadoras cada vez más accesibles, comunicación casi gratuita como Whatsapp, redes sociales, libros gratuitos en Internet como este texto, impresiones en 3D, energía generada en la propia vivienda, cursos por Internet gratuitos (MOOC), cantantes que ofrecen música y videos gratuitos, entre otros muchos ejemplos. Según varios especialistas, el capitalismo no desaparecerá, aunque será cada vez más especializado y acotado, y las actividades y productos a costo marginal cercano a cero serán cada vez más frecuentes (Cfr. Rifkin, 2014, pp. 16-17).

Si nos detenemos en el tema educativo, Santiago Bilinkis, sostiene que todo ha cambiado, menos el sistema educativo formal. Todo cambia, el contexto, los alumnos, pero no la escuela. La escuela que conocemos actualmente surgió en la Primera Revolución Industrial, buscando formar empleados con un pensamiento más o menos homogéneo, situación que no ha cambiado mucho desde entonces. La escuela actual – debido a que todo cambia– necesita ser anticipatoria y prepararnos para diferentes escenarios, para reducir la frustración una vez graduados. Esta escuela necesita encontrar nuevos estímulos para mantener la concentración y no ser rutinaria, enfatizar más en el cómo (técnicas y estrategias) en vez del qué (conocimiento teórico). Su gran competidor, Internet, no solo aporta conocimiento ubicuo y variado, sino además distrae y hace perder más fácilmente la concentración. Actualmente, hay muchos sitios y portales de cursos en Internet que permiten en poco tiempo adquirir las habilidades y conocimientos de forma flexible, activa y autogestionado. Ponerse a la altura y en las circunstancias actuales es el desafío de la educación formal de estos tiempos.

Encarar las cosas de forma diferente, como el aula invertida, generar preguntas para incrementar el interés y la curiosidad, generar creadores y no solo consumidores, generar articuladores y no solo repetidores, desarrollar el pensamiento crítico, pensar para el futuro, entre otros, son algunas propuestas posibles (Cfr. Bilinkis, 2014, pp. 220-251).

A esta altura debemos reflexionar acerca del rol de Estado en este escenario. Varios autores sostienen que el Estado no debe intervenir y que el mercado se autorregulará mediante nuevas tecnologías, nuevas empresas y nuevas formas de y estructuras económicas.

El nuevo paradigma económico daría lugar a:

- a) Las **nuevas energías** que son utilizadas para producir, que contaminan menos y diversifican su tipo y fuente de generación. Así, cada vivienda o edificio podría generar energía solar, eólica, etc. (Cfr. Rifkin, 2014).
- b) El **Intenet de las Cosas (IdC) o «Internet de todo»**. Dice Bilinkis que el concepto de IdC se refiere a la transformación que surge cuando los objetos y aparatos ganan en autonomía y «dialogan» entre sí (Cfr. Bilinkis, 2014, p. 214). El IdC combina Internet de las comunicaciones (comunicación más accesible) con Internet de la energía (que lleva la producción a un CMg cercano a cero) e Internet de la logística (bases de datos) y hace que lentamente estemos pasando de la economía de la escasez la economía de la abundancia. El IdC conectará todas las cosas con todas las personas en una red integrada mundial. Un ejemplo concreto son los sensores industriales que favorecen la trazabilidad y manejo de residuos urbanos que permiten ciudades inteligentes; en los bosques, monitorear animales, erupciones, incendios; del cuerpo humano; meteorológicos, entre otros. El IdC convierte a cada persona un prosumidor (una

persona que consume y aconseja y produce al mismo tiempo) (Cfr. Rifkin, 2014). Si bien aún estamos lejos de alcanzar la plenitud del IdC, cada vez hay más señales de que estamos en camino a ello, indicado, por ejemplo, por el alza de valor de las acciones de empresas relacionadas al tema.

c) El **pro-común colaborativo**, analizado en parte en el Capítulo II al hablar de economía colaborativa. El pro-común precede al capitalismo (está presente desde los hombres paleolíticos y tuvo gran auge en la Edad Media con el pro-común feudal) y al Estado representativo y es la forma más antigua de actividad autogestionada. Hoy se lo conoce como pro-común social y lo vemos reflejado en organizaciones autogestionadas de carácter religioso, cultural, deportivo, profesional, cooperativas, asociaciones de vecinos, grupos de apoyo, conocidos como sector no lucrativo o sociedad civil. Se orientan más a colaborar o compartir que a intercambiar cosas. Como dato curioso, el término colaborativo recién surge a mediados del siglo XX. Estos pro-común comparten información, entretenimiento, energía, productos impresos en impresoras 3D y cursos con un coste marginal cercano a cero y otras cosas como automóviles, alojamientos (Airbnb), prendas de vestir, clubes, redes sociales, asistencia sanitaria, cuidado del ambiente, entre otros (Cfr. Rifkin, 2014, pp. 30-31).

Otros autores, como Paul Mason en su libro *Post capitalism. A guide to our future* (2015) coincide con Rifkin al señalar que en el corazón del cambio del capitalismo están las tecnologías de la información y su capacidad de colocar en costo (o precio) cero muchas de los bienes que los seres humanos realizamos e intercambiamos, así como reducir al máximo los costos de hardware, software y conectividad. Para Mason, el capitalismo está mutando hacia una cosa completamente nueva y que nos llevará hacia un modelo mucho más sustentable y social, y que aún somos capaces de configurarlo para que así suceda (Cfr. Kuklinski, 11/02/17).

Por su parte, Thomas Piketty presenta un análisis de la formación del capital y una valoración más global en relación al futuro del capitalismo. En su reciente best-seller *El capital en el siglo XXI*, el autor analiza diversos países (especialmente Estados Unidos y la Unión Europea) a lo largo de su historia y sostiene como hipótesis que existen poderosos mecanismos que empujan alternativamente en el sentido de la convergencia (de menos desigualdad) y la divergencia (más desigualdad) y que no existe ningún proceso natural y espontáneo que permita evitar que las tendencias desestabilizadoras y no igualitarias prevalezcan permanentemente (Cfr. Piketty, 2014, p. 36) Además, planteó que la tasa de retorno de la inversión en capital es mayor que la tasa de crecimiento económico, es decir la acumulación del capital es mayor al crecimiento del PBI. En el largo plazo, el resultado es la concentración de la riqueza, y esta desigual distribución de la riqueza causa inestabilidad social y económica. Piketty propone un sistema global de impuestos progresivos a la riqueza para ayudar a reducir la desigualdad y evitar que la gran parte de la riqueza quede bajo control de una pequeña minoría (Cfr. Piketty, 2014).

Sin embargo, el modelo y tesis de Piketty (que sostiene que en un entorno de bajo crecimiento económico, una minoría de capitalistas se irá apoderando de porciones crecientes del PBI) fue muy cuestionado por varios motivos, tanto en su fundamento teórico, fuentes estadísticas como sus procedimientos metodológicos: por un lado, desde lo teórico, los capitalistas serán capaces de reinvertir su capital a una tasa de retorno constante y superior al ritmo de aumento del PIB; por otro, los capitalistas ahorrarán cada año un porcentaje constante del PIB que será superior al estrictamente necesario para reponer el capital que se deprecia. Justamente porque los capitalistas ahorran netamente cada año y reinvierten ese ahorro a tasas de retorno superiores al crecimiento del PIB, poco a poco irán apoderándose de toda la producción nacional. Si, en cambio, los capitalistas no fueran capaces de obtener retornos superiores al

crecimiento del PIB o si se fundieran en consumo casi todos sus ingresos por rentas del capital, entonces el modelo de Piketty tiene poco fundamento (Cfr. Rallo, 11/02/17).

Un cuestionamiento –desde las fuentes usadas y la metodología– sostiene que Piketty –como muchos otros estudiosos occidentales que investigan dotados de un presupuesto limitado–, cuando tropieza en países no occidentales con datos estadísticos precarios o disparatados, en lugar de efectuar su propio muestreo en el terreno, adopta las categorías de clase y los mismos indicadores europeos, y los extrapola a las realidades de esos países. Luego se basa en ellos para sacar conclusiones de validez mundial y llegar a una ley de aplicación universal, sin tomar en cuenta que el 90 % del mundo vive en países en vías de desarrollo, cuyos habitantes producen y mantienen su capital en el sector informal, vale decir, al margen de las estadísticas oficiales (Cfr. De Soto, 11/02/17).

En definitiva, Piketty coincide con el pensamiento de Rifkin en relación a la concentración y especialización del capital, pero no coinciden en cuanto al futuro del capitalismo.

Otros autores trabajan el tema de la economía digital, como Kevin Kelly en su libro *The Inevitable. Understanding the 12 technological forces that will shape our future* (2016), quien sostiene que en el futuro deberemos trabajar con (y acostumbrarnos a) nuevos verbos: BECOMING (como novatos debemos aprender y volvernos otra cosa, recomenzar, diversificar), COGNIFYING (agregar conocimiento con inteligencia artificial a nuestros diseños), FLOWING (fluir y cambiar permanentemente), SCREENING (mirar y vivir en las pantallas, multitarea), ACCESING (acceder, el acceso es más importante que la propiedad), SHARING (compartir de forma gratuita), FILTERING (filtrar, diferenciar, cogobernar Internet con medios como Google o Facebook), REMIXING (remezclar), INTERACTING (interactuar con nuevas formas), TRACKING (rastrear), QUESTIONING (preguntarse, interrogarse, a cada nuevo conocimiento, nuevos interrogantes) y BEGINNING (volver a comenzar, nuevos avances y retrocesos que deben mitigarse) (Cfr. Kuklinski, 11/02/17)

Podremos estar más de acuerdo con Rifkin o con Piketty, pero algo que nos debe quedar claro es que en el futuro muchas cosas cambiarán. Muchas habilidades, competencias y profesiones que hoy son conocidas y muy importantes, en unos años o algunas décadas ya no lo serán. Deberemos prepararnos y adaptarnos ante estos cambios.

La nueva demanda y oferta turística

Como todo cambia, las generaciones de personas también cambian. Así, se habla de las últimas tres generaciones (X, Y, Z) que, para la revista económica *Forbes* se caracterizan por:

Generación X (nacidos entre los años 1965-1981)

- Vida analógica en su infancia y digital en su madurez.
- Vivieron la llegada de Internet.
- Acepta las reglas de la tecnología y conectividad.
- No logra desprenderse del todo de las culturas organizacionales.

- Les interesa tener bienes materiales.
- Es la generación de la transición. Con mayor fricción con las que vienen (Y, Z).

Generación Y (nacidos entre los años 1982-1994) o **Millennials**

- Son la mayor proporción de consumidores de turismo actualmente.
- Son multitareas.
- No conciben la realidad sin tecnología.
- La calidad de vida tiene prioridad ante los bienes materiales.
- Son emprendedores.
- Es la generación que usó más tipos de tecnología para entretenimiento: Internet, SMS, Reproductor de CD, MP3, MP4, DVD entre otros.
- Lo que era un lujo para la generación X para la generación Y son productos “básicos.”

Generación Z (nacidos entre los años 1995 y la actualidad) o **“nativos digitales”**

- Recién están ingresando al mundo laboral.
- Poseen alta propensión al consumo.
- Poseen acceso y manejo a toda su tecnología: Internet, mensajes instantáneos, SMS, celulares, iPod, iPad, Notebook, etc.
- Ven la tecnología como elemento fundamental (no conciben el acceso a la información sin la existencia de Google).
- Sus medios de comunicación utilizados principalmente son redes sociales.
- Profundizan los entornos virtuales.
- Consumen turismo, pero con sus propios intereses.

Entonces, quienes forman parte de la generación Millennials son: a- Digitales (prefieren Internet a la TV convencional). b- Multipantalla y multidispositivo, con capacidad (o necesidad) de hacer varias cosas a la vez. c- Nomóforos y appdictos (teléfono móvil y aplicaciones). d- Sociales (consultar, compartir y comentar en redes sociales y aplicaciones, son las principales actividades que realizan a través de sus teléfonos inteligentes). e- Críticos y exigentes (los negocios ya no son solo servicios y productos, son también relaciones y la experiencia de compra es casi tan relevante como el propio producto). f- Exigen personalización y nuevos valores (son clientes que no buscan exclusivamente una buena atención, sino que exigen personalización y esperan que la empresa se adecue a sus preferencias) (Cfr. Revista *Forbes*, 10/12/16).

En definitiva, actualmente tenemos consumidores y visitantes de las tres generaciones X, Y y Z, pero las dos últimas generaciones están: 1. más informados antes de viajar, 2. más conectados, que comparten y opinan, 3. más experimentados, exigentes y críticos y, 4. que buscan la experiencia y ser activos.

En función de estas dos nuevas generaciones -que son las que actualmente más consumen y hacen turismo- se debe adecuar la oferta turística, la cual según ITB World Travel Trends Report y Fitur (2015) debe ser:

- Basada en el uso y accesibilidad a las redes sociales, ya que contamos con pasajeros digitales.
- La oferta debe basarse en la simplicidad y experiencia.
- Incorporar nuevos y más espacios de socialización.
- Los paquetes deben ser dinámicos y adaptables.
- Proponer más financiación y reservas anticipadas.
- Incentivar nuevas modalidades de turismo como el turismo colaborativo, turismo de nicho, turismo de salud y bienestar, del turismo cultural al creativo,

- Incrementar la experiencia y lo auténtico, que se relaciona con una redefinición del lujo.
- Se destacan nuevos mercados emisores: Reino Unido, Suiza, Polonia, Rusia, China, Alemania, etc., con culturas y costumbres diferentes (Cfr. Revista *Hosteltur*, 11/02/17).
- La llamada “economía naranja” o “economía creativa” que se basa en la articulación entre el capital cultural, social e intelectual que adquiere cada vez más importancia.

Por ello, debemos pensar en una oferta dinámica basada en los servicios con nuevas modalidades de turismo y nuevos tipos de atractivos y más sustentables. Asimismo, más cantidad de oferta, pero también más calidad (del atractivo, de los servicios y del recurso humano, preparado acorde a los intereses de la nueva demanda).

La adaptación necesaria de los emprendedores y las empresas

Si, bien la generación X aún seguirá en el mercado por varias décadas, las nuevas generaciones Y y Z son las que se incrementarán cada vez más.

Entonces, como decía Schumpeter, los emprendedores son grandes instigadores al cambio, por lo que pensar en un emprendimiento puede partir de las ideas sugeridas en el apartado anterior, pero perfectamente puede ser algo totalmente diferente y nuevo.

Además, algunos emprendimientos funcionan muy bien en ciertos contextos y ante una demanda determinada, sin embargo, pueden no funcionar en otras circunstancias.

Asimismo, las empresas que se encuentran en el mercado también deben estar muy atentas a los cambios de contexto, demanda y sus competidores. Por ejemplo, a la irrupción de las OTAs (con precios bajos por la economía de escala), que ha traído serios problemas a las agencias de viajes tradicionales, las cuales ahora deben especializarse como asesoras-orientadores de viajes. El cuidado del ambiente –como cuestión de consciencia y el contacto real y directo con el ambiente y con la población local– debe ser considerado en los paquetes turísticos y la planificación turística estatal para estas nuevas generaciones.

La redefinición de lujo también es un punto crucial a considerar, especialmente en los alojamientos y la gastronomía: las nuevas generaciones no buscan lo lujoso, sino lo auténtico, pero de buena calidad. Además, ciertas cosas que se consideraban lujo antes, ahora son percibidas como básicas, es el caso del aire acondicionado o la conexión Wi-fi.

Por último, la comunicación permanente a través de redes sociales, opiniones portales como Booking y la búsqueda de información antes, durante y después del viaje, desafían al agente de viajes, al hotelero y al funcionario turístico a estar más informado, a atender con excelencia y calidad, independientemente de una certificación o distinción, cumpliendo con las normas vigentes y asegurando la tecnología de accesibilidad y comunicación (como Wi-fi) en todo momento y lugar.

Los profesionales en turismo ante estos nuevos escenarios

Finalmente, la reflexión acerca de los profesionales en turismo ante estos desafíos del futuro. El nuevo profesional en turismo debe ser activo, dinámico adaptable y con gran conocimiento (debe saber igual o más que el visitante). Debe generar motivación, es decir debe generar estímulos para que el visitante no se desconcentre (puede ser mediante ofertas novedosas, actividades más de contacto, uso de material complementario, uso de comparaciones), entre otros. Asimismo, el manejo de detalles de la cultura y ambiente local (como leyendas, costumbres, entre otros) y el manejo de idiomas más allá del inglés. Se requiere de un profesional que haya viajado y conozca otros lugares del mundo. La formación e información permanente y estar atento a los cambios, serán las claves para continuar en la actividad.

Preguntas de reflexión

1. ¿Qué opinás de los contenidos de este capítulo y de las reflexiones de los diferentes autores? ¿Qué opinás del impacto del costo marginal cercano a cero?
2. ¿Te sientes más identificado con la generación Y o Z? ¿Por qué?
3. ¿Cómo imaginás tu vida en el año 2030? ¿Cómo será tu trabajo/emprendimiento en turismo en el año 2030?
4. ¿Qué herramientas, habilidades y contenidos consideras que necesitás potenciar para estos escenarios del futuro?

Ejercicios y tareas

Realiza una entrevista a un empresario turístico de tu ciudad sobre sus problemas actuales y escenarios futuros del turismo y de su empresa. Analiza sus respuestas y compáralas con las de tus compañeros.

Bibliografía

Libros

BILINKIS, Santiago (2014): *Pasaje al futuro*. Sudamericana. Buenos Aires.

PIKETTY, Thomas (2014): *El capital en el siglo XXI*. Fondo de cultura económica. Buenos Aires.

RIFKIN, Jeremy (2014): *La sociedad de coste marginal cero*. Paidós.

Internet

De Soto, H.: “El error de cálculo de Piketty”. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1795661-el-error-de-calculo-de-piketty>, 11/02/17.

Kuklinski, H. P.: “10 libros imprescindibles para entender el futuro de la economía digital”. Disponible en <http://digitalismo.com/10librosimprescindibles-para-entender-el-futuro>, 11/02/17.

Meseguer, M.: “Rifkin, Jeremy: España podría crear millones de trabajos mañana gracias a sus edificios”. Disponible en <http://www.lavanguardia.com/economia/20111102/54237366965/jeremy-rifkin-espana-podria-crear-millones-de-trabajos-manana-gracias-a-sus-edificios.html>, 09/02/17.

Rallo, J. R.: “Piketty refutado”. Disponible en http://blogs.elconfidencial.com/economia/laissez-faire/2016-12-26/thomas-piketty-estrellato-mediatico-economista-frances-economia_1309136, 11/02/17.

Revista *Forbes*: “6 rasgos clave de los Millennials, los nuevos consumidores”. Disponible en <http://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/#gs.C7ttqvk>, 10/12/16.

Revista *Hosteltur*: “Tendencias de turismo en 2015”. Disponible en http://www.hosteltur.com.do/117330_tendencias-turismo-2015-mercados-creceran.html, 11/02/17.

Epílogo

*Es necesario crear una economía más humana, más solidaria,
capaz de contribuir a desarrollar
la dignidad de los pueblos.*
(Jose Luis Sampedro)

Este segundo tomo, como el primero, ha intentado brindar una aproximación a la comprensión de la economía y el turismo, desde la perspectiva sincrónica y diacrónica.

Por un lado, la economía es analizada desde su triple consideración: como ciencia, como sistema y como aplicación a un país. Así, se trató de demostrar las dificultades que tiene como ciencia humana, al evidenciar sus dificultades de comprensión en tanto fenómeno complejo y multidimensional, y mostrar sus escasas posibilidades de predicción. En tanto sistema, se presentó la complejidad de sus interrelaciones y las fallas del flujo circular de la renta. Y en cuanto a la aplicación a un país se destacan la multiplicidad de indicadores e índices que permiten medir el crecimiento y desarrollo y las dificultades para hacer mediciones, comparaciones y análisis objetivos.

Por otro lado, desde una mirada diacrónica se han analizado los diferentes pensadores económicos y sus escuelas económicas, las tres revoluciones industriales, las perspectivas del futuro de la economía y las posibles estructuras económicas a desarrollarse.

Desde el punto de vista turístico se analizaron sus particularidades como sector económico, como actividad productora de servicios y como alternativa de desarrollo local y empresarial, profundizando la temática del emprendedurismo.

Es clara la evolución desde la primera publicación (2010) a esta (2017), no solo porque aquella ha sido más descriptiva y analítica y esta es más integradora y crítica, sino también en cuanto a los contenidos (conocimientos, datos e información), las formas (relaciones entre agentes, factores de producción y mercados) y las perspectivas a futuro.

Si bien aquí se ha intentado presentar una prospectiva lo más objetiva y fiable posible, trabajando con autores de renombre internacional como Rifkin, Coraggio, Bilinkis y Freire y con datos de organismos como la OMT y la ONU, todos sabemos que el futuro es incierto. Por lo tanto, este libro, que si bien deseamos contribuya a la comprensión de los fenómenos del turismo y la economía, en un mediano plazo quedará desactualizado por los nuevos cambios que aún desconocemos. ¡Solo tenemos certeza de que todo cambia y cada vez más rápido!

Más allá de las particularidades de estos cambios, deseamos que los mismos vayan en consonancia con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) propuestos por la Asamblea de la ONU en su Agenda 2030 y que el turismo contribuya claramente a los siguientes: promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos (Objetivo 8); construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación (Objetivo 9); promover el consumo y la producción sostenibles (Objetivo 12); y proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar los bosques de forma sostenible, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de la diversidad biológica (Objetivo 15) (Cfr. ONU, 14/02/17).

Para concluir, ponemos nuestras esperanzas en que este año 2017 contribuya a generar conciencia acerca del desarrollo y el cuidado del ambiente, las personas y los recursos para las generaciones futuras, considerando que la Asamblea General de las Naciones Unidas ha aprobado la designación del mismo como el “Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo”, para que permita *“promover una mejor comprensión entre los pueblos en todas partes, conducir a que se tome una mayor conciencia de la riqueza del patrimonio de las diversas civilizaciones y llevar a una mejor apreciación de los valores inherentes de las diversas culturas, contribuyendo así al fortalecimiento de la paz en el mundo”* (OMT, 14/02/17).