



Universidad de San Andrés

Departamento de Ciencias Sociales

Maestría en Administración y Políticas Públicas

**“Brechas de productividad laboral en las MiPyMEs turísticas argentinas
2017 - 2019”**

Alumno: Lic. Renzo Falciglia

Director: Mg. Eduardo Díaz



“Brechas de productividad laboral en las
MiPyMEs turísticas argentinas 2017 - 2019”

Alumno: Lic. Renzo Falciglia

Director: Mg. Eduardo Díaz

Quiero agradecer muy especialmente a mi director, Mg. Eduardo Díaz, por su paciencia y generosidad para guiarme en cada una de las etapas de este trabajo. Todos sus aportes fueron fundamentales y enriquecedores.

También quiero agradecer a mis amigos y colegas que se tomaron el tiempo para leer el trabajo y hacerme comentarios oportunos, especialmente a Nicolás Villagrán y Máximo Pisa. Y también a todos mis compañeros de maestría que fueron muy importantes en cada una de las materias cursadas y que colaboraron con aportes e ideas para esta tesis.

Y finalmente quiero agradecer a mi familia, que siempre me apoya en todos mis proyectos y que son el sostén vital para poder cumplir con mis objetivos. Y muy especialmente a Micaela, que me acompañó y motivó a culminar esta tesis con su apoyo incondicional de siempre.

Universidad de
San Andrés

ÍNDICE

I. Resumen.....	1
II. Introducción	3
III. El Sector Turístico.....	10
El Sector Turístico en el Mundo.....	10
El Sector Turístico en Argentina	14
IV. Estado del Arte y Marco Teórico	19
Productividad.....	19
Productividad Laboral	22
Concepto de Competitividad	25
V. Metodología.....	33
VI. Resultados y Evidencia	45
Muestra Seleccionada	45
Resultados.....	48
VII. Conclusión.....	60
Limitaciones de la metodología.....	65
Líneas de investigación futuras	67
Anexo 1: Actividades	70
Anexo 2: Valor Agregado Por Actividad.....	72
Bibliografía.....	73

I. RESÚMEN

El turismo internacional se ha transformado, con el correr de los años, en un importante sector económico en todo el mundo. Tiene la capacidad de generar empleo, de contribuir con el crecimiento y desarrollo económico de los países, de aportar a la generación de divisas y a la corrección de desequilibrios regionales (N. Porto, 1998).

Para Argentina, el turismo también es un sector importante, sobre todo por la capacidad que tiene de generar el ingreso de divisas. A su vez, es importante también para la generación de empleo y para el desarrollo económico de las distintas provincias del país. Sin embargo, en los últimos años el sector turístico argentino presenta desventajas en cuanto a competitividad con otros países de la región y desde 2008 presenta un déficit promedio anual de divisas de USD 3.500 M, que aumenta hasta USD 6.500 M si se consideran los últimos años (2017, 2018 y 2019)¹.

A los efectos de evaluar el desempeño del sector turístico argentino como sector económico y como generador de divisas, es importante estudiar los componentes de la competitividad de Argentina como destino turístico. A mayor competitividad, más posibilidades tendrá el sector de crecer y generar más empleo y divisas.

El economista Paul Krugman, premio nobel de economía en 2008, acuñó una famosa frase: *“La productividad no es todo, pero en el largo plazo es casi todo”*. En este trabajo se analiza, entonces, uno de los aspectos de la competitividad de Argentina como destino turístico: *la productividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas turísticas del país*. Para ello se ha utilizado una base de datos de empresas registradas como Micro, Pequeñas y Medianas

¹ Según el resultado de las cuentas relacionadas con turismo en la Balanza de Pagos y según datos de gastos e ingresos de turismo por país del Banco Mundial.

empresas (MiPyMEs) y se ha calculado la productividad laboral de cada MiPyME que tenga declarada como actividad económica alguna de las actividades relacionadas con el sector turístico (según la Ley Nacional de Turismo).

El principal objetivo de este trabajo radica en poder estimar la productividad laboral de las MiPyMEs turísticas, para poder analizar la existencia o no de brechas de productividad entre empresas de distintos tamaños y empresas de distintas ubicaciones geográficas (regiones y provincias).

En primera instancia, se ha evaluado que los resultados de productividad de las empresas por tamaño coincidan con la teoría que indica que, a mayor tamaño de empresa, mayor es la productividad (BID, 2010). Los resultados encontrados verifican esto, encontrando que las MiPyMEs con mayor productividad laboral son las Mediana Tramo 2 (que son las más grandes de las MiPyMEs). En segunda instancia, se ha evaluado la productividad de las distintas regiones turísticas y de las distintas provincias del país.

Los resultados encontrados indican que las brechas de productividad al nivel de regiones turísticas, si bien existen, no son tan marcadas como las brechas encontradas a nivel provincial. Por ejemplo, se ha encontrado que la región turística con empresas MiPyMEs más productivas es la región de Buenos Aires y que la región con empresas de menor productividad es la región norte. La región norte registra una productividad promedio de sus empresas de 31,6% menor a la productividad promedio de las empresas de Buenos Aires. A nivel provincial, estas brechas se incrementan. Uno de los principales resultados a destacar es que la provincia de Tierra del Fuego se encuentra segunda en el ranking de productividad laboral promedio, sólo por debajo de la Ciudad de Buenos Aires, y que la provincia de San Luis es la de menor promedio de productividad. La brecha en este caso puntual, entre Tierra del Fuego y San Luis, es de 156,8%.

Se ha analizado también si aquellas regiones y provincias con mayor presencia de turistas extranjeros tienden a tener una mayor productividad en sus empresas. En los casos puntuales analizados (Mar del Plata, Ushuaia y Ciudad de Buenos Aires), se observa que esta hipótesis puede ser verdadera. Sin embargo, hace falta un análisis estadístico para evaluar que el origen de los turistas sea una variable estadísticamente significativa para explicar el comportamiento de la productividad de una empresa.

II. INTRODUCCIÓN

El sector turístico para Argentina es un sector importante en términos de contribución económica y de potencial de crecimiento; en 2019, según la WTTC², aportó 9,2% del PBI del país. Sin embargo, no sólo tiene la capacidad de generar empleo y crecimiento económico, sino que también puede contribuir al ingreso de divisas y al desarrollo regional de zonas rezagadas. A su vez, la historia del sector en el país demuestra que el turismo y las políticas llevadas adelante tuvieron otros objetivos además de los económicos. El turismo ha sido utilizado también como un instrumento de civilización y progreso y como un instrumento de integración social (Schenkel y García, 2015).

Sin embargo, si se repasan los últimos años y se analiza al sector desde el punto de vista económico, pese al crecimiento que experimentó y a su capacidad de generar empleo (según la WTTC, en 2019 uno de cada cuatro empleos en Argentina estaba relacionado con el sector turístico), entre 2008 y 2019 la balanza de divisas del turismo fue deficitaria, alcanzando un déficit acumulado en esos once años de casi USD 43.000 millones.

² Informa Anual sobre Argentina de la WTTC: <https://bit.ly/2Moyv1O>

La capacidad de generar divisas del sector turístico depende de la capacidad del país de atraer turistas internacionales y de la capacidad de incentivar a los turistas argentinos a que vacacionen dentro del país (para evitar el egreso de divisas). La capacidad de atraer turistas internacionales va a depender de la calidad de los productos y servicios que ofrezca cada destino y de la capacidad de competir con el resto de los países. Hassan (2000) define a la competitividad de los destinos turísticos de la siguiente manera: *“la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores”*. Cuanto mayor competitividad tenga Argentina como destino turístico, más posibilidades tendrá de incrementar la cantidad de turismo receptivo.

Generalmente, cuando se analiza la balanza de turistas y de divisas, se considera a los precios relativos y al tipo de cambio real (TCR) como un factor determinante para la llegada de turistas. En momentos donde se deprecia el peso, se espera una mayor llegada de turistas internacionales, que ven abarataada la canasta de bienes y servicios que pueden adquirir en el país, mientras que se restringe la salida de turistas argentinos al exterior. Estudios recientes que analizan el flujo turístico del país, encuentran que el tipo de cambio real puede ser estadísticamente significativo para explicar el turismo emisor (salida de turistas argentinos al exterior), pero no para explicar el flujo de turismo receptivo (D. Schteingart, M. Trombetta, y O. Bertin, 2021). Sin embargo, otros estudios que analizan los precios de la canasta específica de bienes y servicios turísticos (E. Diaz, S. Rule, G. A. Yoma, 2010) encuentran que el TCR de dicha canasta puede ser relevante para la llegada de turistas internacionales, y destacan también otras variables importantes para explicar el arribo de turistas, como la actividad del sector público, la transparencia, la tranquilidad y la calidad de vida institucional. Por lo tanto, si bien los precios relativos y el tipo de cambio son un elemento importante para la actividad turística,

pueden existir otros aspectos menos analizados y que pueden ayudar a entender los resultados en términos de turismo emisor y receptor.

A su vez, un conjunto de trabajos (M. Porter; K. Esser y W. Hildebrand; J. Barney; R. M. Grant; M. A. Peteraf) coinciden en que existen una multiplicidad de factores que pueden afectar la competitividad de un país, sobre todo aquellos que la entienden como el desarrollo de ventajas competitivas. Esto también se observa en el caso del análisis de la competitividad de un país como destino turístico³. Entre los más importantes pueden destacarse: las condiciones de los factores (recursos naturales, recursos históricos, etc.), las condiciones de la demanda turística, las condiciones del entorno (nacional e internacional), la infraestructura turística, la dirección y gestión del destino, la productividad de las empresas que proveen los productos y servicios turísticos, la calidad de los recursos humanos, las políticas públicas llevadas adelante en el sector, entre otros.

Para tener una medida de la competitividad de Argentina como destino turístico y compararla con otros países puede utilizarse el índice de Competitividad en Viajes y Turismo (ICT)⁴ que elabora el Foro Económico Mundial cada dos años y que analiza el potencial de 140 países para generar beneficios económicos y sociales a través del turismo. La Universidad de San Martín, por ejemplo, a través de un boletín informativo analiza la competitividad turística de los países de América Latina utilizando este mismo indicador (Boletín Informativo CIDETUR, 2015). Dicho índice contempla cuatro sub-índices: (1) entorno favorable, (2) políticas del sector turístico y entorno favorable, (3) infraestructura, y (4) recursos naturales y culturales. Argentina se ubicó, en el año 2019, en el puesto 50 del ICT, alejada de los primeros lugares,

³ S. S. Hassan; J. A. Alcocer Lizcano; D. Flores; G. I. Crouch y J. R. B. Ritchie; C. Camisón y V. Monfort; L. Dwyer y C. Kim; V.H. Alonso.

⁴ Informe completo del año 2019 en: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf

que encabezan España (1), Francia (2) y Alemania (3). A su vez, si se analizan los resultados regionales de este indicador, en el continente Americano Argentina se encuentra en el puesto número N 8, por debajo de Estados Unidos, Canadá, México, Brasil, Costa Rica, Panamá y Perú. En cuanto a los distintos subíndices, Argentina muestra un buen desempeño en recursos naturales y culturales y en salud e higiene (se encuentra en el top 20 de países en estas tres categorías), mientras que se encuentra entre el 20% de los peores países en cuanto a ambiente de negocios y en cuanto a preservación del medio ambiente.

Nos encontramos entonces con que el sector turístico argentino presenta dos problemas. Por un lado, si bien tiene la capacidad de generar divisas, no es capaz de generar al menos la misma cantidad de divisas que salen del país por el turismo emisor, sobre todo desde 2008. Por lo tanto, en términos agregados, en los últimos años Argentina es un importador neto de bienes y servicios turísticos. Por otro lado, es un sector que presenta cierta desventaja en términos de competitividad con países vecinos (sobre todo en los aspectos que no tienen que ver con sus recursos naturales y culturales), y dado que la competitividad es la capacidad de un país de ofrecer productos y servicios turísticos y competir con otros destinos (Hassan, 2000), el problema de competitividad de Argentina afecta directamente la capacidad que tiene el país de atraer turistas internacionales.

La falta de competitividad de Argentina como destino turístico es un problema referido a la oferta de bienes y servicios que se ofrecen a los turistas. Porto (1998) identifica como problemas por el lado de la oferta en el sector turístico argentino a los siguientes: infraestructura, capacitación de los recursos humanos e informalidad en el mercado de trabajo. La falta de capacitación de los recursos humanos afecta directamente la capacidad de las empresas para contratar los recursos necesarios y así poder proveer de bienes y servicios acordes a la demanda; el problema de infraestructura también afecta a la calidad de los servicios

turísticos brindados, ya que la falta de una infraestructura pública adecuada repercute directamente en la experiencia de los turistas; la generación de un mercado informal afecta también al funcionamiento del mercado laboral del sector. A su vez, Porto identifica una serie de problemas por el lado de la demanda turística y que no se relacionan directamente con la competitividad: estacionalidad de la demanda, duración de la estadía media, gasto medio de los turistas, existencia de destinos “terminales” o destinos “de paso” y concentración.

En este trabajo se ha focalizado en uno de los factores que afecta la oferta del sector turístico y, por lo tanto, a la competitividad del país como destino turístico. Específicamente, se ha buscado analizar la productividad de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas que componen el sector turístico argentino, para evaluar si existen brechas de productividad entre las distintas regiones del país que puedan afectar la competitividad de Argentina como destino turístico. El concepto de “brecha” que se ha utilizado hace referencia a las diferencias en la productividad que presentan las MiPyMEs turísticas en las distintas regiones del país.

De acuerdo a trabajos como “*Las brechas estructurales de desarrollo en la provincia de Buenos Aires (CEPAL, 2019)*”, cuando existen heterogeneidades en las estructuras productivas de las distintas provincias, se justifica la adopción del enfoque de brechas. Si bien este tipo de trabajos hacen referencia a las brechas en términos de desarrollo económico y evalúan variables socio-económicas, el enfoque de brechas que utilizan es útil para la identificación de distintas especificidades provinciales. En este trabajo se ha utilizado el enfoque de brecha para identificar la heterogeneidad de la productividad entre las MiPyMEs del sector turístico.

Se ha analizado en particular la *productividad laboral* de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MiPyMEs) del sector turístico, agrupando a las empresas según su región, provincia y tamaño. Las preguntas de investigación que pretende responder este trabajo son las siguientes: *¿Existen diferencias de productividad entre las empresas MiPyMEs turísticas de*

las distintas regiones turísticas argentinas?, ¿existen diferencias de productividad entre las distintas provincias que componen las regiones y entre empresas de distintos tamaños? Y de existir este tipo de brechas, ¿cuál es la magnitud que alcanzan?, ¿qué regiones tienen menor y mayor productividad?, ¿de qué magnitud son las diferencias de productividad intrarregionales?, ¿qué tamaño de empresa se identificaron con mayor o menor productividad?

La hipótesis principal que se plantea es la siguiente:

Existen importantes brechas de productividad entre las empresas MiPyMEs turísticas de las distintas regiones turísticas argentinas y entre las empresas de distintas provincias. Las regiones y provincias que se caracterizan por tener un mayor volumen de turismo receptivo extranjero tienen empresas que son más productivas que aquellas regiones donde el turismo mayoritario es interno. A su vez, existen diferencias significativas de acuerdo al tamaño de las empresas. Aquellas empresas más grandes alcanzan mayores niveles de productividad que las micro y pequeñas empresas. Regiones caracterizadas por la presencia de empresas más grandes alcanzarán mayores niveles de productividad que aquellas regiones caracterizadas por pequeños emprendimientos.

De esta forma, de confirmarse la hipótesis planteada, la identificación de las brechas de productividad entre distintas regiones permitiría focalizar acciones de gobierno tendientes a incrementar la productividad en esos lugares y así aumentar la competitividad de Argentina como destino turístico. La agrupación por tamaño también puede servir al propósito de focalización.

La existencia de brechas de productividad entre empresas similares en cuanto a tamaño y región, puede indicar deficiencias de las propias empresas que podrían intentar solucionarse

con programas específicos. Si dos empresas de similares características, que se enfrentan con la misma demanda y las mismas condiciones estructurales (infraestructura turística, programas del gobierno local, entre otras) presentan brechas de productividad, estas se podrían corregir con acciones puntuales sobre las empresas con menor productividad. Por ejemplo, si se detecta que la falta de productividad puede estar explicada por una falta de capacitación de los recursos humanos de la empresa, un programa de capacitación específico ayudaría a corregir este problema e impulsaría la productividad.

Para el análisis de las brechas de productividad se consideró la *productividad laboral* de las empresas. El cálculo de la productividad laboral permite cumplir con el principal objetivo de este trabajo: estimar la productividad de las MiPyMEs del sector turístico y las brechas de productividad entre las empresas y regiones, un análisis que, en base a la bibliografía consultada, no se ha realizado para este tipo de empresas en el país. A su vez, permite tener una mejor idea del desempeño de estas empresas y de cómo utilizan sus factores productivos.

Se han planteado también una serie de objetivos específicos:

- Elaborar un indicador de productividad promedio de las MiPyMEs turísticas de las distintas provincias y regiones;
- Elaborar un indicador de productividad promedio de las MiPyMEs asociado a los distintos tamaños de empresas, para cada región en particular;
- Identificar la existencia de brechas de productividad entre empresas de mismas regiones, entre regiones, entre provincias y entre tamaño de empresas.

En el capítulo siguiente se analizan las principales características del sector turístico, tanto en el mundo como en Argentina. En el capítulo IV se analiza el estado del arte y el marco teórico que hace referencia a la productividad de las empresas y a la competitividad de los destinos

turísticos. A partir de las teorías analizadas, en el capítulo V se explica con detalle la metodología utilizada para el cálculo de la productividad, la base de datos utilizada y todas las cuestiones relacionadas con la metodología. En el capítulo VI se exponen los principales resultados del análisis y en el VII se plantean las conclusiones, las limitaciones de la metodología y las posibles líneas de investigación futuras.

III. EL SECTOR TURÍSTICO

En este capítulo se pondrá en relieve la importancia y los principales resultados económicos del sector turístico tanto en el mundo como en el caso particular de Argentina. Se resalta la relevancia que tiene el sector en términos de crecimiento económico, como generador de empleo y de divisas y como una posible alternativa para corregir los desequilibrios regionales (Porto, 1998).

EL SECTOR TURÍSTICO EN EL MUNDO

El sector turístico internacional ha crecido casi sin interrupciones desde su auge luego de la segunda guerra mundial, en la década del 50. Se trata de una actividad económica relativamente “nueva”, que ha cobrado especial relevancia a partir de una serie de factores internacionales. Pero ¿a qué nos referimos cuando hablamos específicamente de turismo? Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1997), la actividad se puede definir de la siguiente manera:

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”

Esta definición contiene cuatro de los elementos importantes para la definición del concepto de turismo: motivo del viaje, acotación temporal, delimitación de las actividades a realizar

mientras dura la estadía y la localización fuera del entorno habitual de la persona que la realiza (OMT, 1997).

Fueron diversos los motivos que hicieron crecer esta actividad en todo el mundo hasta convertirla en económicamente relevante. Luego de la segunda guerra mundial, se desarrollaron una serie de factores que impulsaron la práctica turística. En el mismo trabajo de 1997, la OMT establece que el desarrollo del transporte aéreo comercial para pasajeros, el desarrollo de las telecomunicaciones, el aumento del ingreso per cápita de las familias, el aumento del tiempo de ocio y las vacaciones remuneradas fueron algunos de los motivos del auge turístico. A su vez, el aumento del comercio internacional de mercancías provocó que aumentaran los viajes por motivos de negocios, lo que contribuyó también al desarrollo del sector turístico.

La magnitud del crecimiento del sector puede reflejarse en el número de llegadas de turistas internacionales. En el año 1950 se registraron 25 millones de llegadas de turistas internacionales, mientras que en el año 2019 se registraron 2.280 millones de arribos de turistas internacionales⁵. La cifra de arribos internacionales representa 29,7% de la población total del mundo⁶. Si bien esto no significa que casi 30% de la población mundial realice viajes internacionales, ayuda a tomar dimensión del volumen de turistas internacionales que viajan durante un año.

El crecimiento en la cantidad de personas realizando turismo internacional se ve acompañado lógicamente por un incremento en los gastos de estos turistas en los distintos países que visitan. Esto significa que el turismo pase de ser una actividad incipiente a una actividad económica

⁵ Según cifras de números de arribos de Turismo internacional del Banco Mundial: <https://bit.ly/2zUWgvB>

⁶ Según datos de población total del Banco Mundial: <https://bit.ly/3eIM741>

importante para el mundo y para algunos países en particular, en aproximadamente 60 años. La actividad turística se ha transformado en un motor de crecimiento económico, incluso con mejores resultados que el resto de los sectores económicos. Durante 2018, según el “*Panorama económico de viajes y turismo*” del World Travel & Tourism Council (WTTC, 2019), el sector turístico aportó el 10,4% del PBI mundial y registró un crecimiento en ese mismo año del 3,9%, en comparación al 3,2% de crecimiento del total de la economía.

En cuanto a la magnitud de las exportaciones por turismo internacional⁷, según el “*Panorama del Turismo Internacional 2019*” de la OMT, durante 2018 el total de los países relevados obtuvieron aproximadamente USD 1.7 billones de dólares. Esto representa 7% de las exportaciones de mercancías de todo el mundo y 29% de las exportaciones de servicios. A su vez, el mismo informe establece que el turismo internacional es la tercera mayor categoría de exportaciones mundiales, sólo por detrás de los productos químicos y de los combustibles. A su vez, el turismo en los últimos años refleja un mayor dinamismo con respecto al comportamiento del comercio internacional de mercancías. Según el WTTC, en 2017 el turismo internacional fue la tercera mayor categoría de exportaciones del mundo, por delante de categorías como la automoción y los agro alimentos. A su vez, de 2012 a 2018, el turismo internacional presentó mayores tasas de crecimiento que las exportaciones de mercancías⁸.

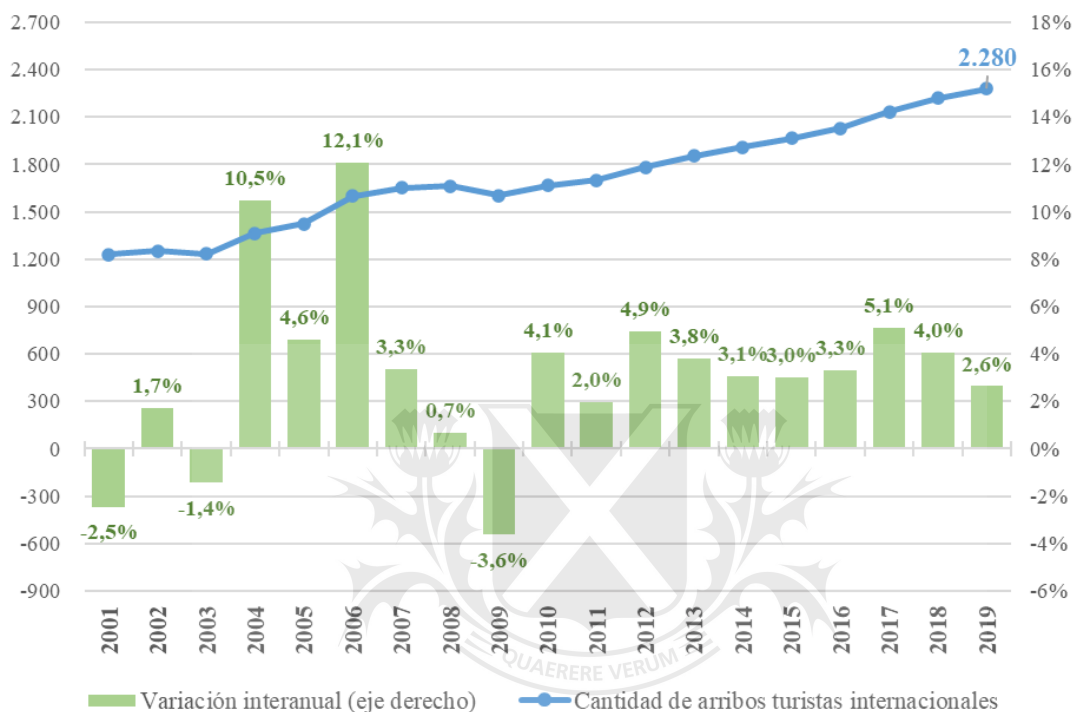
Este dinamismo se observa en la cantidad de turistas que viajan año a año, que crece de manera casi ininterrumpida. En el Gráfico 1 se muestra la cantidad de turistas que realizan viajes al exterior y la variación interanual. En los últimos años, la cantidad de turistas internacionales

⁷ *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*, OMT. La OMT considera a las exportaciones por turismo internacional como los ingresos en el destino y los ingresos por transporte de pasajeros. Para calcularlo se toma la cuenta “viajes” de la balanza de pagos de cada país de destino.

⁸ “*Panorama económico de viajes y turismo*” del World Travel & Tourism Council (WTTC, 2019).

disminuye sólo en 2001, 2003 y 2009, mientras que crece en todo el resto de los años, alcanzando en 2019 un total de 2.280 millones de turistas.

Gráfico 1 – Cantidad de arribo de turistas internacionales y variación interanual
En millones de personas y en variación interanual



Fuente: elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

La importancia del sector turístico internacional también se puede medir en términos de su aporte al PBI mundial y a la cantidad de empleo formal. Los turistas internacionales, que aumentan año a año, demandan una cantidad cada vez mayor de bienes y servicios en los países de destino. Esto provoca que haya una gran cantidad y variedad de empresas que se dediquen a abastecer directa e indirectamente esta demanda. De esta forma, el sector turístico, entendido como el sector que se encarga de facilitar el turismo internacional y de abastecerlo de bienes y servicios, se volvió un sector importante en términos económicos en todo el mundo.

Según el “*World Travel & Tourism Council*” en su informe de impacto económico del turismo en el año 2019, en términos de empleo el sector aporta aproximadamente el 10% del empleo

mundial, con 319 millones de puestos de trabajo. A su vez, la WTTC afirma que uno de cada cinco empleos creados en los últimos cinco años, corresponde al sector turístico.

Es importante destacar que el sector turístico tiene un gran impacto directo sobre las industrias que abastecen la demanda de bienes y servicios de turistas internacionales, pero también tiene un gran impacto indirecto sobre distintos sectores de actividad económica que no necesariamente se especializan en el turismo. En el apartado siguiente se analizará el impacto del turismo en Argentina.

EL SECTOR TURÍSTICO EN ARGENTINA

En Argentina, el impacto económico del sector turístico es importante al igual que en todo el mundo. En términos generales, según el “*World Travel & Tourism Council (WTTC)*” en su informe de anual sobre Argentina⁹, el sector turístico aportó 9,2% del PBI total en el año 2019, siendo uno de los sectores que incrementó su actividad económica en ese año. Según el mismo informe de la WTTC, el sector turístico creció 0,2%, mientras que la actividad económica total se contrajo 2,3% en términos reales. El impacto del sector turístico no es sólo en la actividad económica, sino que se refleja también en el empleo. Durante 2019, el sector empleó a casi 1,5 millones de personas, esto representa 11,7% de los empleos totales y 23,7% de los empleos en el sector privado formal¹⁰. Esto significa que casi uno de cada cuatro trabajos privados formales está relacionado con el sector turístico.

A su vez, el impacto del turismo internacional puede medirse en término de las divisas que ingresan al país. Según el WTTC, durante 2019 los turistas internacionales gastaron

⁹ Informa Anual sobre Argentina de la WTTC: <https://bit.ly/2Moyv1O>

¹⁰ El cálculo se realizó en base a la cantidad de empleo en el sector turístico según el WTTC, y en base a cantidad de trabajo total y trabajo privado de las estadísticas del Ministerio de Trabajo de Argentina: <https://bit.ly/2yZnZek>

aproximadamente USD 5.654 millones de dólares en Argentina. Esto representa 8,7% de las exportaciones totales de mercancías del país en un año. Por lo tanto, el sector turístico en Argentina no sólo es importante en términos de actividad económica y de empleo, sino que es un sector con capacidad de generar divisas.

Esta capacidad del sector es particularmente importante en países como Argentina, donde la denominada “restricción externa”, que se refiere a la falta de divisas como un limitante del crecimiento y del desarrollo económico, es uno de los problemas más recurrentes a lo largo de la historia económica¹¹.

Sin embargo, si se analizan las divisas que ingresan por el turismo receptivo, también es necesario analizar las divisas que salen del país por el turismo emisor. Para ello es necesario analizar la cantidad de turistas argentinos que salen del país y lo que gastan en el exterior.

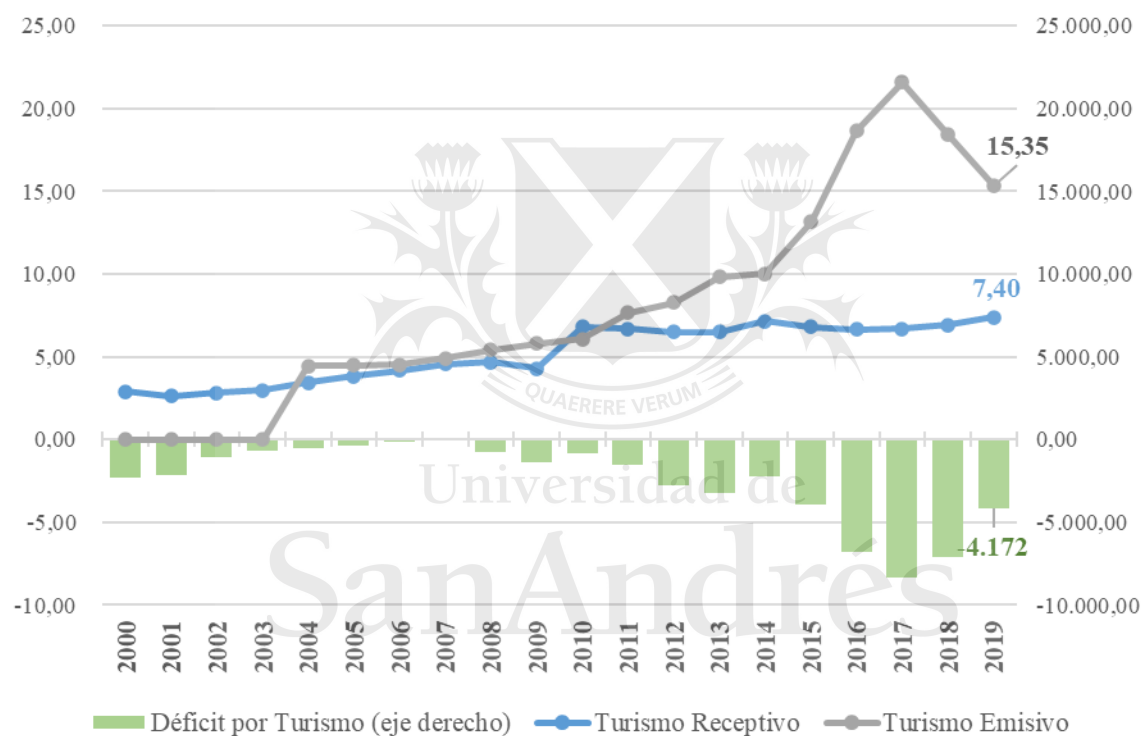
Durante 2019, salieron del país un total de 15.352.000 residentes argentinos¹², mientras que ingresaron al país un total de 7.400.000 turistas extranjeros. En términos de divisas, durante 2019 los argentinos gastaron en concepto de Viajes un total de USD 9.826 millones, mientras que ingresaron al país por el mismo concepto un total de USD 5.654 millones. Esto ha generado un déficit de divisas por turismo de USD 4.172 millones en 2019. Este monto es similar a las exportaciones promedio de Argentina de un mes (las exportaciones promedio mensuales de 2019 fueron de USD 5.426 M), y representa 6,4% de las exportaciones argentinas durante

¹¹ Uno de los mayores exponentes de esta corriente de pensamiento fue el economista argentino Marcelo Diamand, especialmente con su artículo “La estructura Productiva Desequilibrada Argentina y el Tipo de Cambio”, Desarrollo Económico Vol.12 N 45, 1972.

¹² Los datos de cantidad de turismo receptivo y de turismo emisor y de ingreso y egreso de divisas para Argentina corresponden a la base de datos del Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/>

2019¹³. En el gráfico 2 se puede observar cómo ha aumentado la brecha entre el turismo emisor y el receptor a partir de 2015, incrementando el déficit de divisas que esto genera. También se puede observar que la cantidad de turistas internacionales que ingresan al país se encuentra prácticamente estancada en torno a los 7 millones de turistas desde 2010 y que en 2017 se alcanzó un pico de turismo emisor de más de 20 millones de turistas, que coincide con el mayor déficit por turismo anual (USD 8.350 M).

Gráfico 2 – Cantidad de turismo emisor y receptor y déficit de divisas
 En millones de personas y millones de USD



Fuente: elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

Nos encontramos entonces con que el sector turístico aporta aproximadamente 9% del PBI (9,2% en 2019) y uno de cada cuatro empleos formales (según la WTTC), pero es un sector deficitario en términos de aporte de divisas. Cabe preguntarse, entonces, cuáles son los motivos por los que Argentina no pueda aprovechar su potencial turístico para lograr un flujo positivo

¹³ Según el informe de Intercambio Comercial Argentino (ICA) del INDEC, en 2019 se registraron exportaciones por un total de USD 65.116 M con un promedio mensual de USD 5.426 M.

de divisas. El sector turístico, en este contexto, se vuelve un sector relevante, aunque se plantea una paradoja: el mismo sector que podría atraer divisas al país, se convierte en una fuente de salida de divisas, a partir del turismo emisor.

Esta paradoja tiene dos dimensiones. Por un lado, se encuentra el aumento en la salida de turistas argentinos al exterior, que se profundiza sobre todo en momentos donde se aprecia el peso y se vuelve “más barato” viajar al exterior. Y, por otro lado, la escasa capacidad de Argentina para atraer una mayor cantidad de turistas internacionales. La llegada de turistas se encuentra prácticamente estancada entre 2010 y 2018, en torno a los 6,7 millones de turistas, superando los 7 millones sólo en 2014.

Uno de los motivos que afecta la llegada de turistas al país es la competitividad de Argentina como destino turístico. Esto se refiere a la capacidad que tiene el país para competir con el resto de los países para atraer turistas internacionales. La competitividad de un destino turístico, como se verá más adelante, tiene que ver con distintos y variados factores. Según autores como Porter (2005), entre los principales factores se pueden destacar: la dotación de factores y tecnología de los países, la producción con rendimientos crecientes a escala, la diferenciación de productos y la homogeneización en los patrones internacionales de consumo, la productividad de las empresas que componen el sector turístico, la calidad de los recursos humanos, entre otros.

Si se analiza la competitividad de Argentina como destino turístico con respecto a otros países, puede observarse el índice de Competitividad en Viajes y Turismo (ICT)¹⁴ que elabora el Foro Económico Mundial y que analiza el potencial de 140 países para generar beneficios

¹⁴Informe completo del año 2019 en: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf

económicos y sociales a través del sector turístico. Dicho índice ubica a Argentina, en el año 2019, en el puesto N 50, por debajo de países de la región como, Costa Rica (41), Brasil (32), México (19) y Perú (49) y muy alejados de los primeros lugares.

Nos encontramos entonces que el sector turístico presenta dos problemas. Por un lado, si bien tiene la capacidad de generar divisas, no es capaz de generar al menos la misma cantidad de divisas que salen del país con motivo de turismo. Por lo tanto, en términos agregados, Argentina es un importador de bienes y servicios turísticos. Y, por otro lado, es un sector que presenta cierta desventaja en términos de competitividad con países vecinos. La falta de competitividad impacta directamente en la capacidad que tiene el país de atraer turistas internacionales.

Surge entonces la siguiente pregunta: ¿qué puede hacer Argentina para incrementar la competitividad y atraer más turistas internacionales? Como se ha mencionado anteriormente y como respaldan trabajos como el de Porter (1990 y 2005), la productividad de las empresas es uno de los factores que determinan la competitividad de un destino turístico. Este trabajo se ha centrado en analizar la productividad de las MiPyMEs que componen el sector turístico nacional, para poder detectar las brechas de productividad existentes entre distintas empresas y para poder identificar oportunidades de incrementar la competitividad.

Cabe destacar que trabajos como el del Banco Interamericano de Desarrollo, denominado “*La era de la Productividad*” (BID, 2010), posicionan al estudio de la productividad como uno de los factores claves a la hora de analizar el desarrollo económico de los países. Plantean también que la productividad puede incrementarse con acciones puntuales de políticas públicas basadas en las experiencias de regiones que pudieron lograrlo. Además, aseguran que la proliferación de un gran número de micro emprendimientos y de trabajadores autónomos puede tener que ver con emprendimientos de baja productividad.

El análisis de la productividad tiene dos aspectos importantes. Su importancia en términos de crecimiento económico y su importancia para incrementar la competitividad de Argentina como destino turístico. En el siguiente capítulo se presenta el estado del arte y el marco teórico.

IV. ESTADO DEL ARTE Y MARCO TEÓRICO

En este capítulo se analiza el estado del arte y el marco teórico de distintos conceptos utilizados en este trabajo, tales como productividad, productividad laboral y competitividad. A su vez, se expone la evidencia académica que sugiere que la productividad de las empresas turísticas es uno de los aspectos importantes a la hora de analizar la competitividad de un país como destino turístico.

PRODUCTIVIDAD

Para el abordaje del estudio de la productividad en las MiPyMEs turísticas es necesario, en primera instancia, determinar el concepto de productividad que se utilizará y repasar los distintos trabajos académicos que abordaron este tema.

La productividad se refiere a la cantidad de bienes o servicios que se pueden obtener por unidad de factor productivo. Si una unidad económica incrementa su producción de bienes o servicios, con la misma cantidad de factores productivos, se dirá que está aumentando su productividad. M.E. Martínez de Ita (2008), citando a Levitan 1984, establece que, si bien existen diferentes definiciones de productividad, se ha alcanzado cierto consenso en definirla como:

“(...) la productividad es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de bienes y servicios. Así pues, una definición común de la productividad es la que la refiere como una relación entre recursos utilizados y productos obtenidos y denota la eficiencia con la cual los recursos –humanos, capital, conocimientos, energía, etc.- son usados para producir bienes y servicios en el mercado”

Por su parte, El Banco Interamericano de Desarrollo, en su libro “La era de la productividad” (2010) establece como es la forma de incrementar la productividad: “*Elevar la productividad significa encontrar mejores formas de emplear con más eficiencia la mano de obra, el capital físico y el capital humano (...)*”.

Es importante destacar que, cuando se habla de productividad, hay que tener en cuenta todos los factores productivos. Sin embargo, este tipo de mediciones son difíciles de llevar adelante, porque requieren de un conocimiento sobre todos los factores involucrados en el proceso productivo (BID, 2010). Sin embargo, existen indicadores parciales de productividad, que pueden ayudar a tener una medida de la productividad total de la unidad económica. Uno de los indicadores utilizados es el de la productividad laboral (productividad por trabajador).

Tanto la definición teórica de productividad como las distintas metodologías para calcularla han sido un tema recurrente en la literatura económica y un conjunto importante de autores han estudiado a lo largo del tiempo. En uno de los primeros trabajos donde se hizo referencia al concepto de productividad, de acuerdo a M.E. Martínez de Ita (2008), fue en 1766, en la obra de François Quesnay, que estableció que “*la regla de conducta fundamental es conseguir la mayor satisfacción con el menor gasto o fatiga*”. De esta forma, si bien no habla explícitamente del concepto de productividad, la idea de conseguir o producir lo máximo posible con la menor cantidad de recursos era una idea que estaba presente en la escuela fisiócrata y que permanecería en la escuela clásica,

Adam Smith (1776), cuando analiza las causas e implicancias de la división del trabajo, de la innovación y de las capacidades de los trabajadores, también hace referencia a los conceptos de productividad y competitividad. Para Smith, la división del trabajo era uno de los motivos principales del aumento de las facultades productivas del trabajo. David Ricardo (1817), hizo referencia al concepto de productividad cuando analizó la competitividad internacional de los

distintos países. También introdujo conceptos importantes como el rendimiento decreciente de los factores productivos. Más adelante en este apartado se abordan los distintos aportes de los economistas clásicos como Smith y Ricardo al concepto de competitividad.

Incluso Karl Marx (1867) hace referencia al concepto de productividad, aunque en una línea de pensamiento distinta a la de los economistas citados anteriormente. Según Marx, los aumentos en las cantidades producidas que no tengan que ver con un aumento de la intensidad del trabajo o de la cantidad de tiempo trabajado tienen que ver con un aumento de la productividad del trabajo. Esta productividad del trabajo está determinada, según el autor, por las destrezas de los trabajadores y, a su vez, por la cantidad y calidad de la tecnología utilizadas en el proceso productivo.

Robert Solow (1957) también contribuyó al estudio del concepto de productividad. Su estudio permitió separar el crecimiento del producto per cápita de acuerdo a las distintas variaciones de los factores productivos (trabajo, capital y tecnología). A su vez, también estableció que la calidad de la mano de obra y la tecnología son importantes a la hora de determinar la productividad, ya que son dos factores de aumento de productividad que no se explican por el aumento de los insumos utilizados.

Otro economista que analizó el concepto de productividad y que se dedicó a medirla para diferentes industrias fue J.W. Kendrick (1961). Para este autor, la productividad se puede analizar teniendo en cuenta todos los factores productivos (productividad total de los factores) o teniendo en cuenta un solo factor productivo (productividad parcial), como puede ser por ejemplo la productividad de la mano de obra.

A su vez, para analizar la productividad a nivel de empresa, Kendrick y Creamer (1965) desarrollaron una serie de índices de productividad total y de productividad parcial. Estos

índices consideran el valor de la producción y el valor de los distintos factores, con precios de un período base, para poder analizar las variaciones sin el efecto de los precios. El índice de productividad total para un período dado estaría determinado de la siguiente manera:

$$\text{Índice de Productividad total para un período dado} = \frac{\text{Producción (bruta o neta) en precios del período base}}{\text{Insumos en precios del período base}}$$

A su vez, plantearon índices parciales de productividad, como el índice de productividad de la mano de obra, que estaría determinado de la siguiente manera:

$$\text{Índice de Productividad parcial de mano de obra} = \frac{\text{Producción (bruta o neta) en precios del período base}}{\text{Insumos de mano de obra en precios del período base}}$$

Como producción los autores establecen la cantidad de bienes o servicios producidos por la unidad económica y como los insumos de mano de obra todos los gastos que tengan que ver con el factor trabajo (como por ejemplo los salarios). De esta forma, calculando este índice para distintos períodos de tiempo, se puede analizar cómo cambia la producción ante cambios en uno sólo de los factores productivos.

Es importante destacar la diferencia que existe entre la productividad total de todos los factores productivos y la productividad laboral. Si bien la productividad laboral es una medida parcial de la productividad y no tiene en cuenta el resto de los factores, la productividad total tiene como desventaja la dificultad para poder medirla eficazmente. En el presente trabajo se analizará la productividad laboral de las MiPyMEs turísticas argentinas, por lo tanto, se analizará ahora en detalle el concepto de productividad laboral y los distintos autores que la han utilizado.

PRODUCTIVIDAD LABORAL

La productividad laboral o por trabajador se mide como la cantidad de bienes y/o servicios que se pueden obtener por cada trabajador empleado en un período de tiempo (BID, 2010). Se

puede medir en cantidades de producto o servicios o en términos monetarios. Es importante destacar que la cantidad de capital, la tecnología y la capacidad de los recursos humanos, como se menciona en los párrafos precedentes, influyen en la productividad por trabajador, ya que, si una unidad económica dispone de mayor cantidad de capital, de más y mejor tecnología y de trabajadores más capacitados, es probable que sus trabajadores produzcan más cantidad de bienes o servicios.

Uno de los autores que ha estudiado la productividad parcial del trabajo fue Ívico Ahumada, en su trabajo de 1987, denominado *“La productividad laboral en la industria manufacturera. Nivel y evolución durante el período 1970-1981”*. Oscar A. Colmenares D. (2007), en su artículo *“Medición de la productividad empresarial”* establece, en base a Ahumada (1987), el concepto de productividad laboral y su relevancia:

“La productividad parcial del trabajo, es una relación entre la producción y el personal ocupado, y refleja qué tan bien se está utilizando el personal ocupado en el proceso productivo. Además, permite estudiar los cambios en la utilización del trabajo, en la movilidad ocupacional, proyectar los requerimientos futuros de mano de obra, determinar la política de formación de recursos humanos, examinar los efectos del cambio tecnológico en el empleo y el desempleo, evaluar el comportamiento de los costos laborales y comparar entre países los avances de productividad. La calidad del trabajo también es uno de los factores que explica e influye en el comportamiento de la productividad (Ahumada, 1987).”

Ahumada afirma que la productividad laboral no sólo es importante para conocer la forma en que las empresas asignan uno de sus recursos productivos, sino también para analizar las políticas internas de recursos humanos. Introduce conceptos tales como la calidad del trabajo y afirma que es uno de los factores que determinan la productividad. Con calidad del trabajo se refiere a la capacitación y capacidades técnicas que disponen los recursos humanos, dado

que una mayor cantidad de capacitación y capacidades influyen positivamente en la productividad que puede alcanzar una empresa.

M.E. Martínez de Ita (2008), en base a Ahumada, describe los elementos que pueden afectar la productividad laboral, entre los que se encuentran la educación de los recursos humanos y su calificación general, el tipo de tecnología que se utiliza, el tipo de capital, el nivel de concentración, las economías de escala y factores que tienen que ver con el ciclo económico.

Ahumada también propone una metodología para calcular la Productividad Media del Trabajo (PMT), a nivel nacional y para el sector industrial, como la razón entre el valor producido y el insumo laboral. La fórmula que plantea para calcular la PMT es la siguiente:

$$\text{Productividad Media del Trabajo}_i = \frac{PIB_i}{PO_i}$$

La Productividad Media del Trabajo en el sector i está compuesta entonces por la razón entre el producto interno bruto del sector i (PIB_i) y el personal ocupado del sector i (PO_i). Tomando esta fórmula como referencia, Ahumada también propone un cálculo de la Productividad Media del Trabajo Agregada (PMT_a), que está determinada por la siguiente ecuación:

$$PMT_a = \left(\frac{PIB_a}{PO_a} \right) = \frac{\sum_{i=1}^n PIB_i}{\sum_{i=1}^n PO_i}$$

De esta forma, se puede calcular la productividad media del trabajo de un sector o conjunto de empresas en particular, realizando la razón entre la sumatoria de la producción y de la mano de obra ocupada en cada empresa. Estas fórmulas son útiles para el cálculo de la productividad a nivel macro o agregado y sirven de marco conceptual.

Sin embargo, para poder realizar el cálculo de la productividad de las empresas, es necesario también analizar bibliografía a nivel micro económico. Tal es el caso del “*Manual para la medición de la productividad, un enfoque del valor agregado*” realizado por Katsuyoshi Wada

y publicado por el Centro Nacional de Productividad de Colombia en 2001. En dicho texto, el autor diferencia entre la productividad física (cantidad de productos) y la productividad del valor, que hace referencia al valor económico que se agrega a través de la actividad productiva de las unidades económicas.

Katsuyoshi se centra en la productividad del valor, y afirma que:

“(...) la productividad del valor agregado, tiene el enfoque de un método de medición de la productividad, aceptado universalmente, aplicable al nivel de empresas (...)”

El concepto de “valor agregado” es muy importante en el trabajo de Katsuyoshi y es muy útil a los efectos del presente trabajo, ya que permite conectar la productividad micro (a nivel de empresas) con la productividad macro (a nivel país). El autor define al valor agregado de la siguiente forma:

“El valor agregado se define como el valor creado a través del proceso de producción o las operaciones de servicio. En su forma sencilla, el valor creado se entiende como la diferencia entre las ventas (output) y los materiales y servicios comprados (input)”

Una vez analizados los conceptos de productividad total de los factores productivos y el concepto de productividad laboral presentado, es necesario determinar en qué medida son relevantes este tipo de conceptos para la competitividad de Argentina como destino turístico. En la siguiente sección se repasan los conceptos teóricos de competitividad presentados por distintos autores a lo largo del tiempo.

CONCEPTO DE COMPETITIVIDAD

Existen una gran cantidad de trabajos que estudian la competitividad entre países y entre empresas. En este apartado, se dividirán entre los trabajos que analizan a la competitividad en general y aquellos específicos al sector turístico.

Los análisis de la competitividad, como lo establece Alcocer Lizcano J. A. (2013) en su artículo “*Competitividad en el sector turístico: una revisión de la literatura*”, pueden dividirse en dos grandes campos teóricos: los que analizan las ventajas comparativas, determinadas por los recursos naturales y los que estudian las ventajas competitivas que no tienen que ver exclusivamente con el estado de la naturaleza. Los trabajos de la competitividad turística toman aportes de estas dos corrientes teóricas.

En cuanto al grupo de estudios que analizan la competitividad como consecuencia de las ventajas comparativas de los distintos países, los primeros trabajos se remontan a los economistas clásicos como David Ricardo, Adam Smith y Stuart Mill.

En particular, Adam Smith (1776) con su libro “*Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*” introdujo por primera vez en la teoría económica el concepto de ventaja absoluta para referirse a la competitividad de un país con respecto al resto de los países. El autor estableció que un país disfrutaba de una ventaja absoluta en la producción de algún bien siempre y cuando utilizara menos cantidad de uno o todos los factores productivos para la producción de ese bien.

David Ricardo (1817) con su libro “*Principios de Economía Política y Tributación*”, continúa y profundiza el trabajo de Smith, al introducir el concepto de *ventaja comparativa* de un país con respecto a otro. Ricardo establecía que a pesar de que un país no posea una ventaja absoluta en la producción de ningún bien, debía especializarse en la producción de aquel bien en el cual sea más productivo. Cada país debía especializarse entonces en la producción de bienes en los que su ventaja comparativa sea mayor e importar aquellos bienes donde su ventaja comparativa sea menor. La trayectoria del comercio internacional quedaba, entonces, marcada por la especialización productiva de cada país, dado que los bienes que no eran producidos

internamente eran intercambiados con el resto del mundo. David Ricardo, con su teoría de las ventajas comparativas fue uno de los pioneros en teorizar acerca del comercio internacional.

Stuart Mill (1848), con su libro *“Principios de Economía Política”*, también realizó aportes a la teoría de comercio internacional, aunque poniendo el énfasis en la demanda que enfrentan los países y no en la ventaja competitiva con respecto al resto.

Más adelante en el tiempo, los economistas neoclásicos profundizaron en el estudio del comercio internacional e hicieron aportes a la teoría de las ventajas comparativas. Específicamente, el economista Bertil Ohlin (1933) modificó un teorema de su maestro Eli Heckscher y formuló el modelo de *Heckscher-Ohlin* que complementa la teoría de Ricardo, al afirmar que los países deben especializarse en la producción de aquel bien que requiera de forma intensiva alguno de los factores que el país dispone en abundancia. Por ejemplo, si la producción de un bien requiere de un uso intensivo del factor tierra, aquellos países abundantes en cantidad de tierra deberían especializarse en la producción de dicho bien para exportarlo al resto del mundo y así poder importar el resto de los bienes.

Otro grupo importante de autores son los que, para explicar la competitividad, analizan las llamadas *ventajas competitivas*, entendidas como un conjunto de factores que determinan la competitividad estructural de un país. Estas ventajas tienen que ver con el entorno económico, las políticas del gobierno y los rasgos específicos de las unidades empresariales.

El autor principal de esta corriente es Michael Porter, que elaboró el denominado *Modelo de Porter (1990)*, que establece a las ventajas competitivas a través de cuatro determinantes: las condiciones de los factores, las condiciones de la demanda, los sectores relacionados y de apoyo, y la estrategia de las empresas. Porter (2005) definió la competitividad de la siguiente manera: *“La competitividad se define por la productividad con la que un país utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales”*.

Uno de los aspectos fundamentales de los aportes de Porter es que mediante acciones específicas de los hombres puede mejorarse la competitividad de un país, si bien suelen ser procesos de largo plazo y que requieren modificaciones en todos los ámbitos, tanto públicos como privados. Este punto de vista otorga cierto margen de acción a los gobiernos y a las empresas de los países, al poder desarrollar políticas y acciones tendientes a mejorar la competitividad. Desde el punto de vista de las ventajas comparativas, de los economistas clásicos y neoclásicos, la competitividad y los flujos de comercio internacional están determinados exclusivamente por la dotación de factores naturales, cuestión que no puede modificarse ni en el corto ni en el largo plazo.

Porter, a su vez, determina que la productividad es uno de los principales determinantes, en el largo plazo, del nivel de vida de una nación, dado que es la causa principal de la producción per cápita. Lo más importante de establecer a la productividad como uno de los componentes fundamentales de la competitividad es que se pueden realizar acciones para aumentarla.

Otros autores avanzaron en la misma línea que Porter, al analizar las ventajas comparativas desde el punto de vista de la competitividad, coincidiendo todos en que dicho análisis es complejo y de carácter multidimensional, como lo establece Alcocer Lizcano J. A. (2013). Esta complejidad también se extiende a las técnicas de medición y al análisis de casos empíricos.

Se pueden tomar los aportes de Porter y aplicarlos a la competitividad turística, antes de profundizar con los autores que estudiaron específicamente al sector turístico. Adicionalmente a los cuatro factores que considera importantes a la hora de determinar la competitividad, y que ya se mencionaron *up supra*, Porter considera también una variable más: la política gubernamental. Porter (1991) considera que las políticas del Estado influyen en el ambiente empresarial a partir de estímulos o de políticas públicas específicamente diseñadas para tal objetivo. A su vez, demuestra con un estudio empírico (2003) que las empresas líderes tienden

a agruparse geográficamente en espacios pequeños, en los que realizan intercambios, competencia y cooperación que generan aumentos en su productividad y su competitividad. Estos agrupamientos se denominan *clúster* o aglomeraciones, y se han convertido, últimamente, en un objetivo específico de las políticas públicas.

Este concepto de *clúster* es útil especialmente a la hora de analizar al sector turístico, ya que, por sus propias características, los lugares con atractivos turísticos son una aglomeración de pequeñas unidades productivas, infraestructura, agencias de viajes, establecimientos gastronómicos, entre otros. Un ejemplo de este tipo de agrupaciones a nivel turístico es el denominado “*Motor Valley*” en los alrededores de Modena, Italia. Según los autores Alberti y Giusti (2012), en este caso particular de Italia se puede observar cómo el patrimonio cultural y el turismo pueden generar sinergias que incrementen la competitividad del sector. A su vez, determinan al patrimonio cultural no en su sentido más tradicional y relacionado con la alta cultura, sino que lo relacionan también con el patrimonio popular e industrial y con cuestiones intangibles, que se construyen a partir de los conocimientos, habilidades, prácticas específicas, etc. Esto se demuestra en el caso de “*Motor Valley*” que basa su potencial turístico en torno a la industria de las carreras automovilísticas. Este ejemplo abona aún más la idea de que la productividad y competitividad del sector turístico puede “crearse” o incrementarse a partir de prácticas tanto privadas como públicas, y que no depende necesariamente de cuestiones medioambientales o de atractivo geográfico.

Otros autores, como Klaus Esser y Wolfgang Hildebrand plantean a la competitividad como una interacción dinámica entre cuatro niveles de un país:

1. Nivel micro: tiene que ver directamente con las capacidades de las empresas;
2. Nivel meso: acción del Estado y de otros actores sociales que influyen en el comportamiento de las empresas;

3. Nivel macro: contexto macroeconómico donde se desenvuelven las empresas;
4. Nivel meta: obtención de competitividad a través de la transformación de la sociedad y no exclusivamente mediante reformas económicas (Esser 1996).

Finalmente, cabe destacar a autores que estudiaron a la competitividad desde el punto de vista de los recursos y las capacidades de las empresas. En los últimos años se ha desarrollado la denominada “*Teoría de los Recursos y Capacidades*”, que resalta las características propias de las empresas como generadoras de competitividad y desarrollo. Esta corriente afirma que el uso estratégico que las empresas hagan sobre sus recursos y capacidades para diferenciarse y para responder al entorno que las rodea es uno de los determinantes fundamentales de la competitividad (Barney 1991, Grant 2006, Peteraf 1993). Este tipo de teorías enfatiza en la capacidad analítica, el conocimiento y la cultura organizacional como rasgos importantes a la hora de determinar la competitividad de la empresa.

En cuanto a la competitividad de los destinos turísticos, también existen diferentes autores que la analizan desde distintos puntos de vista. Específicamente, Hassan (2000) establece que la competitividad de los destinos turísticos es: “*la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores*”.

Es importante destacar, a la hora de analizar los estudios sobre el sector turístico, los cambios que se produjeron en los últimos años en el tipo de desarrollo turístico de los destinos. Según Alcocer Lizcano J. A. (2013), progresivamente se transformó el turismo de masas, intensivo y depredador, orientado a la explotación de las ventajas comparativas de recursos naturales en un turismo más enfocado en el cuidado del medio ambiente y en el respeto por el patrimonio cultural e histórico de cada destino.

Flores (2009) introduce el concepto de competitividad estructural del sector, afirmando que la teoría de las ventajas comparativas queda obsoleta y se ajusta cada vez menos a la realidad actual. A su vez, Flores sostiene que la teoría de las ventajas comparativas puede utilizarse para explicar la competitividad de los destinos turísticos sólo en sus etapas iniciales de desarrollo, pero que resulta obsoleta para explicar fases posteriores.

Alcocer Lizcano J. A. (2013) cita dos modelos específicos dedicados a estudiar la competitividad del sector turístico:

1. Modelo de Crouch y Ritchie;
2. Modelo integrado de competitividad de destinos turísticos de Dwyer y Kim.

Crouch y Ritchie (2000) combinan la definición clásica de ventajas comparativas con los enfoques de competitividad de Porter y establecen que la competitividad de los destinos turísticos a largo plazo es consecuencia de una combinación de factores que tienen que ver tanto con las ventajas comparativas como con las competitivas.

Estos autores también sostienen que a largo plazo los factores vinculados con las ventajas comparativas dejan de ser importantes para la determinación de la competitividad de un destino turístico, al igual que autores como Camisón y Monfort (1998), que establecen que cuando los destinos turísticos alcanzan su etapa de madurez, se requieren acciones positivas orientadas a reemplazar las ventajas comparativas originales por ventajas competitivas que garanticen la competitividad del destino. Organismos internacionales como la Organización Mundial de Turismo (1999) también establecen la necesidad de adoptar una visión estratégica a largo plazo que permita convertir ventajas comparativas iniciales en ventajas competitivas de largo plazo.

El modelo Integrado de competitividad de destinos turísticos de Dwyer y Kim establece que existen dos conjuntos de factores que determinan la competitividad de un destino turístico: los recursos y el entorno o condiciones situacionales. Entre los recursos se encuentran los recursos

heredados, los recursos creados y los factores y recursos complementarios. En cuanto a las condiciones situacionales, los autores mencionan a los factores de gestión del destino y las condiciones de la demanda.

También existen modelos integrales para evaluar la competitividad de los destinos turísticos, que basan su análisis en la determinación de factores críticos de éxito. Este es el caso de Alonso V.H. (2009), que elabora un “*Modelo Integral para evaluar la competitividad de destinos turísticos basado en la identificación de factores críticos de éxito*” en el cual analiza una serie de variables que afectan a la competitividad de los destinos turísticos. Específicamente, determina siete dimensiones que son relevantes a la hora de determinar factores de éxito: desarrollo sustentable; cliente (demanda turística); dirección y gestión del destino; recursos, estructura turística e infraestructura; agentes implicados o actores; aprendizaje y crecimiento (I + D); y condiciones del entorno (nacional e internacional). Coincidiendo con los autores antes citados, la determinación de la competitividad en este modelo integral incluye variables que tienen que ver con las ventajas comparativas y cuestiones que tienen que ver con las ventajas competitivas. A su vez, tiene en cuenta el comportamiento de las empresas, como parte de los actores involucrados en la determinación de la competitividad del destino.

Del repaso teórico realizado puede afirmarse entonces que el estudio de la productividad de los distintos sectores productivos es importante a la hora de analizar la competitividad de un país. La medida en que un país utiliza sus recursos y sus insumos productivos es uno de los determinantes de la capacidad que tendrá para poder competir internacionalmente. A su vez, la productividad de las empresas turísticas es importante para la competitividad de los países como destino turístico.

El análisis de la productividad de las MiPyMEs turísticas argentinas es relevante entonces no sólo para conocer las posibles brechas de productividad que puedan existir entre distintas

regiones del país y entre distintos tamaños de empresa, sino también para evaluar la capacidad de Argentina como destino turístico.

V. METODOLOGÍA

Uno de los objetivos principales de este trabajo es poder calcular la productividad laboral de las empresas MiPyMEs del sector turístico argentino y así poder verificar si existen o no brechas de acuerdo a las provincias, regiones turísticas y tamaños de empresas (micro, pequeña, medianas). Sin embargo, antes de comenzar a describir la forma en que se calculará la productividad, que representa el núcleo de este apartado, es necesario realizar una serie de aclaraciones metodológicas. Entre ellas se encuentran: determinar la base de datos de donde se extraerá la información necesaria para realizar el cálculo, definir a que empresa consideramos “MiPyME” y como se determina su tamaño y definir cuáles empresas son las que componen el sector turístico. Por último, se determinan cuáles son las distintas agrupaciones que se tienen en cuenta, como por ejemplo las regiones turísticas.

En cuanto a la base de datos, se ha utilizado la Base de datos del Registro MiPyME, creado por la Resolución 220/2019¹⁵ del entonces Ministerio de Producción y Trabajo de la Nación Argentina. Dicho registro contiene la información de empresas que voluntariamente se inscriben como MiPyMEs, con el objetivo de obtener un “Certificado MiPyME” que les facilita el acceso a distintos beneficios que otorga el sector público y el sector privado. Entre los beneficios disponibles se encuentran: exenciones y disminución de impuestos, tasas y plazos más favorables para obtener financiamiento, acceso a planes de pagos y moratorias que establece la agencia de recaudación, entre otros. Es importante resaltar los beneficios que pueden obtener las empresas ya que representan un incentivo para inscribirse en el Registro.

¹⁵ Resolución 220/2019: <https://bit.ly/3bWskNI>

El Registro MiPyME, con datos a marzo de 2021, cuenta con más de un millón y medio de empresas registradas, entre personas jurídica y personas humanas (independientes). Cabe destacar que la información se encuentra a nivel CUIT, y que contiene una gran cantidad de datos de las empresas, a saber: datos de ubicación, datos de sector y tamaño, actividad que realiza (CLAE AFIP), facturación anual, entre otros. Se puede acceder a la información del Registro MiPyME a través del portal de Datos Abiertos del Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación¹⁶. En cuanto a los datos de la cantidad de empleados de las empresas seleccionadas, se consideraron los datos del Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA) que cuenta con dicha información.

Otro de los puntos importantes es como se determina que una empresa sea efectivamente MiPyME o no. Para ello, se ha utilizado la definición establecida por la Secretaría de las PyMEs y los Emprendedores (SEPYME) del actual Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación Argentina. La SEPYME es la autoridad de aplicación de las políticas públicas nacionales que tienen que ver con las Micro, Pequeñas y Medianas empresa y es, a su vez, la autoridad de aplicación de la mencionada Resolución 220/2019, que creo el Registro MiPyME. Desde el año 2001 la SEPYME es la encargada de establecer los criterios objetivos para que una empresa pueda ser considerada como MiPyME. Tradicionalmente se utilizó el parámetro de facturación para determinar en qué categoría se encuentra una empresa. Desde la primera definición adoptada por la SEPYME se han ido actualizando los montos de facturación correspondientes a cada categoría y a cada sector de actividad. También existen otras particularidades de la definición MiPyME que establece la autoridad de aplicación mediante la Resolución 220/2019. Los topes de facturación vigentes (al momento de seleccionar la base de datos que se ha

¹⁶ Portal de datos abiertos del Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación, dataset del Registro MiPyME: <https://bit.ly/3vMK4F6>

utilizado en este trabajo) para que una empresa sea considerada como MiPyME están dados por la Resolución 69/2020¹⁷ del Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación y son los siguientes:

Tabla 1 – Topes de Facturación para que una empresa sea considerada MiPyME
En pesos argentinos

Categoría	Construcción	Servicios	Comercio	Industria y minería	Agropecuario	Promedio
Micro	19.450.000	9.900.000	36.320.000	33.920.000	17.260.000	23.370.000
Pequeña	115.370.000	59.710.000	247.200.000	243.290.000	71.960.000	147.506.000
Mediana tramo 1	643.710.000	494.200.000	1.821.760.000	1.651.750.000	426.720.000	1.007.628.000
Mediana tramo 2	965.460.000	705.790.000	2.602.540.000	2.540.380.000	676.810.000	1.498.196.000

Los parámetros para que una empresa pueda ser considerada MiPyME en Argentina, entonces, dividen a las empresas por su tamaño relativo (micro, pequeña, mediana tramo 1 y mediana tramo 2) y por su sector de actividad (Construcción, Servicios, Comercio, Industria y Minería y Agropecuario). Cabe destacar que las empresas analizadas en este trabajo pertenecen al sector “Servicios”. El Registro MiPyME cuenta con la información de todas las empresas registradas que encuadran en la definición establecida por la SEPYME.

Durante 2019 la OCDE elaboró un índice de políticas públicas PyME para Argentina y para una serie de países de la región¹⁸, donde analizó distintas dimensiones de tales políticas. En dicho documento, la OCDE otorgó a Argentina un puntaje de 5/5 en cuanto a la definición PyME que se utiliza. Esto demuestra que la definición establecida por la SEPYME es útil para dividir a las empresas por su tamaño y para focalizar las políticas públicas en el universo empresario PyME. A su vez, presenta a Argentina como uno de los países de la región que mejor define a su universo de empresas.

¹⁷ Resolución 69/2020: <https://bit.ly/3eitdSY>

¹⁸ “Políticas para PyMEs competitivas en la Alianza del Pacífico y países participantes de América del Sur”.

OCDE, 2019. <https://bit.ly/2UDpfeU>

Es importante aclarar que en la definición MiPyME de Argentina existen algunas excepciones y no todas las actividades tienen que cumplir con los topes de ventas, como es el caso de las empresas con actividades de venta en comisión. Las actividades inmobiliarias y financieras además de cumplir con los parámetros de ventas tienen que cumplir con un límite en su nivel de activos. Todas estas particularidades en cuanto a la definición MiPyME se encuentran establecidas en la mencionada Resolución 220/2019.

Otro de los aspectos importantes a resolver es de qué forma se identifica a las empresas que componen el sector turístico en Argentina. Esta identificación es compleja, ya que el sector turístico se compone de un gran conjunto de empresas que realizan actividades económicas y producen bienes y servicios de una gran heterogeneidad. Por ejemplo, existen empresas multinacionales que brindan servicios de alojamiento de lujo y, a su vez, existen artesanos locales que venden sus artículos a turistas como una forma de subsistencia. Los dos casos del ejemplo forman parte del conjunto de bienes y servicios turísticos del país. Por lo tanto, el desafío ha consistido en identificar, de alguna forma precisa, que empresas son las que realizan las actividades referidas al sector turístico.

La alternativa que se ha encontrado es identificar a las empresas que conforman el sector turístico de acuerdo a la actividad económica que realicen y que tengan declarada en la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP). Sin embargo, antes de avanzar con la identificación de las empresas, es necesario identificar las principales actividades económicas que componen el sector turístico. Para ello, se utilizó en primera instancia la Ley Nacional de Turismo N°25.997¹⁹, sancionada por el Congreso de la Nación Argentina en el año 2004. Dicha Ley establece la prioridad del sector turístico dentro de las políticas de Estado, tal como se

¹⁹ Ley 25.997: <https://bit.ly/39B1cld>

comentó en la introducción, por su relevancia económica y su capacidad para generar divisas. Y, a su vez, determina el conjunto de actividades a ser tenidas en cuenta como parte del sector, para poder focalizar los beneficios y las políticas públicas turísticas del país.

Para lograr la correcta identificación, la Ley 25.997 establece en su primer artículo lo siguiente:

“El turismo receptivo es una actividad de exportación no tradicional para la generación de divisas, resultando la actividad privada una aliada estratégica del Estado. Son actividades directa o indirectamente relacionadas con el turismo las que figuran en el Anexo I, conforme la clasificación internacional uniforme de las actividades turísticas de la Organización Mundial de Turismo”.

Por lo tanto, mediante el anexo I de la Ley 25.997, se establecen una serie de actividades relacionadas directa e indirectamente con el turismo, conforme a la clasificación de las actividades turísticas de la Organización Mundial del Turismo. Considerar esta clasificación de actividades tiene dos ventajas: por un lado, es la definición formal que utiliza el país para el sector turístico y está formalizado a través de una Ley. Por otro lado, la clasificación está basada en parámetros internacionales definidos por la Organización Mundial del Turismo, que es un organismo reconocido internacionalmente en el ámbito turístico.

En el caso de Argentina, la clasificación de las actividades económicas de las empresas viene determinada por la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), que en su Resolución General 3537/2013 establece al *“Clasificador de actividades Económicas (CLAE) – Formulario F.883”*, como el instrumento para identificar las actividades económicas de las unidades productivas. A su vez, en la misma Resolución General, la AFIP establece que el clasificador CLAE *“responde a la estructura, definiciones y principios básicos de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas”*.

Cabe destacar que la base de datos que se ha utilizado cuenta con la información del código de actividad (CLAE) de las empresas inscriptas como MiPyMEs en el Registro, por lo tanto, se ha realizado la correspondencia entre las actividades turísticas establecidas por la Ley 25.997 (que sigue criterios internacionales) con el Código de Actividad Económica de AFIP (CLAE), que también sigue criterios de clasificación de actividades internacionales. Es importante destacar que a una actividad definida por la Ley le pueden corresponder distintas actividades del código CLAE, por la propia estructura de dicho código. En el Anexo 1 se presentan las actividades establecidas por la Ley de Turismo y su correspondiente código de actividad CLAE (a 6 dígitos).

De acuerdo a las 34 actividades que plantea la Ley de Turismo, se ha identificado la correspondencia de esas actividades con el clasificador de actividades que utiliza AFIP. Es necesario aclarar la forma en que se organizan las actividades en el clasificador de AFIP (CLAE). El código se divide en tres niveles de desagregación: sección, grupos y actividades. Las secciones son 21 y su código es alfabético, de la A hasta la U. Los grupos son en total 225 y su código es numérico, de 3 dígitos. Las actividades son 951, su código es numérico y de 6 dígitos. Las secciones son las que tienen un mayor nivel de agregación, mientras que las actividades tienen el menor nivel de agregación y son el nivel más detallado que permite encontrar el CLAE. Por esta arquitectura del código es que algunas actividades turísticas de la Ley de Turismo se identifican con una actividad y algunas otras actividades turísticas se relacionan con un grupo o con un conjunto de actividades.

De esta forma, se establecieron en base a la Ley Nacional de Turismo y a criterios internacionales como los que sigue la clasificación del CLAE, qué actividades corresponden al sector turístico. A partir de estas actividades, se han identificado a las empresas que las desarrollan, a partir de la actividad declarada en AFIP y a la información existente en la Base

de datos del Registro MiPyME. A su vez, con esta metodología se han identificado las empresas que realizan servicios directos de turismo y servicios indirectos (Anexo 1), y se ha logrado identificar para cada una de las actividades que establece la Ley de Turismo, la cantidad de empresas MiPyMEs que realizan dichas actividades.

Una vez definidas las actividades económicas y las empresas MiPyMEs que componen el sector turístico nacional, es necesario determinar la forma en que se calculará la productividad de dichas empresas, para poder evaluar la hipótesis y lograr los objetivos planteados.

La productividad de las empresas no es un dato que esté presente en la base de datos del Registro MiPyME, por lo que ha sido necesario calcularla a partir de datos que sí están presentes en dicha base. A su vez, se ha analizado la evidencia internacional y se han analizado las distintas teorías acerca de cómo se calcula la productividad de las empresas. A partir de dicha evidencia y de la información disponible en la base de datos, se ha utilizado una definición parcial de productividad, que hace referencia a la productividad del trabajo.

Se ha utilizado entonces para calcular la productividad la definición de Ahumada (1987), que establece una metodología para calcular la Productividad Media del Trabajo (PMT). Dicho cálculo establece a la productividad del trabajo como la razón entre el valor producido y el factor trabajo. La fórmula que plantea para calcular la PMT es la siguiente:

$$\text{Productivida Media del Trabajo}_i = \frac{PIB_i}{PO_i}$$

Donde:

PIB: producto bruto interno del sector i.

PO: cantidad de mano de obra del sector i.

Es importante aclarar que la productividad puede calcularse tanto en términos de cantidad de bienes y servicios producidos como en términos monetarios. En este caso, la fórmula de

Ahumada calcula la productividad en términos monetarios, al dividir el valor de la producción en términos monetarios (PBI) por la cantidad de mano de obra empleada. Este cálculo puede realizarse a nivel de empresa y a nivel de grupo de empresas o sectores económicos.

Sin embargo, este enfoque de Ahumada define a la productividad de forma macroeconómica. Para poder realizar el análisis de la productividad a nivel empresa, es necesario pasar del enfoque macroeconómico de Ahumada a un enfoque microeconómico, manteniendo los conceptos que utiliza. Para ello, se utilizó el “*Manual para la Medición de la Productividad, Un Enfoque del Valor Agregado*”, del Centro Nacional de Productividad de Colombia. En dicho manual se plantea un concepto de productividad que tiene que ver con el valor agregado de las empresas y su cantidad de factores. De esta forma, la productividad laboral se puede calcular como la razón entre el valor agregado de cada empresa y el factor trabajo. El Valor Agregado se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Valor Agregado} = \text{Ventas} - \text{Rotación de stocks} - \text{gastos generales} \\ - \text{gastos relacionados con la producción}$$

Donde:

$$\text{Rotación de Stocks} = \text{Compras} + \text{existencia inicial} - \text{existencia final}$$

Aplicando entonces la fórmula del Valor Agregado para cada empresa y dividiéndola por la cantidad de trabajadores que emplea, se puede calcular la productividad laboral para cada una de las empresas del Registro MiPyME.

Se presenta una dificultad adicional al utilizar esta metodología. La base de datos utilizada sólo cuenta con la información de la facturación y con la información de la cantidad de empleados. Por lo tanto, es necesario transformar ese valor de facturación de cada empresa en el Valor Agregado, de acuerdo a la fórmula detallada más arriba.

Para ello, se toma el anuario de AFIP de 2018 (con información de 2017), específicamente su cuadro de *“Impuesto a las Ganancias Sociedades, número: 2.3.1.1.2.1”* donde se presenta información de ventas, compras y gastos desagregado por actividad.

De esta forma, se ha aplicado la fórmula del valor agregado para cada una de las actividades utilizadas en este trabajo y se ha calculado un porcentaje de Valor Agregado sobre Ventas para cada una de las actividades. Esto permite aplicar dicho porcentaje a cada una de las empresas presentes en la base de datos de acuerdo a su actividad particular y lograr así separar la facturación del Valor Agregado. Por ejemplo, el % de Valor Agregado sobre ventas de la actividad de *“Servicios de Alojamiento en Campings”* es del 44,2%. Por lo tanto, a la facturación de cada empresa que realice dicha actividad se le aplicará este porcentaje, para obtener así el Valor Agregado.

En esta metodología se encuentra implícito el supuesto de que todas las empresas de la misma actividad tienen el mismo porcentaje de Valor Agregado sobre Ventas. Este supuesto presenta una debilidad metodológica, si bien sería lógico pensar que las empresas de actividades similares tengan una estructura de costos y gastos similar. A continuación, en la tabla 2 se presenta el porcentaje de Valor Agregado sobre ventas para cada una de las actividades utilizadas.

Tabla 2 – Valor agregado y porcentaje de valor agregado sobre ventas
En millones de pesos corrientes y en %

ACTIVIDAD ECONOMICA	VALOR AGREGADO	
	VA	% VA sobre ventas
	Importe	%
477.Venta al por menor de productos n.c.p., en comercios especializados	77,364	36.0%
491.Servicio de transporte ferroviario	-1,990	-16.6%
492.Servicio de transporte automotor	52,825	22.9%
501.Servicio de transporte marítimo	3,189	26.4%
502.Servicio de transporte fluvial y lacustre	3,255	44.3%
511.Servicio de transporte aéreo de pasajeros	61,030	71.7%
552. Servicios de alojamiento en campings	28	44.2%
561. Servicios de expendio de comidas y bebidas	20,192	37.0%
681. Servicios inmobiliarios realizados por cuenta propia, con bienes propios o arrendados	37,300	58.6%
771. Alquiler de vehículos automotores y equipo de transporte sin conductor ni operarios	2,168	45.8%
773. Alquiler de maquinaria y equipo n.c.p., sin personal	5,330	49.5%
791. Servicios de agencias de viaje y otras actividades complementarias de apoyo turístico	12,096	24.0%
823. Servicios de organización de convenciones y exposiciones comerciales, excepto culturales y deportivos	305	40.4%
910. Servicios de bibliotecas, archivos y museos y servicios culturales n.c.p.	625	65.0%
939. Servicios de esparcimiento n.c.p.	2,430	49.2%

Fuente: elaboración propia en base a Anuario AFIP 2018.

Al aplicar los porcentajes que surgen de la tabla 2 a cada empresa del Registro MiPyME de acuerdo a su actividad, se logra identificar, para cada una de ellas, su valor agregado. En el Anexo 2 se presenta el cuadro completo con los datos de AFIP.

Una vez obtenido el Valor Agregado para cada empresa para los años seleccionados (2017, 2018 y 2019) y para evitar problemas que tienen que ver con procesos inflacionarios, se ha transformado el valor agregado de cada empresa a pesos constantes de 2017. Se ha utilizado para ello el deflactor del PBI de las Cuentas Nacionales, que se utiliza para ajustar los precios de toda la economía, para cada año analizado. Cabe destacar que la información sobre la facturación de las empresas existente en el Registro PyME hace referencia a la facturación de los ejercicios fiscales y no al año calendario. Como distintas empresas pueden tener distintos cierres de ejercicio fiscal y para evitar el problema de considerar para un mismo año distintos cortes mensuales, se seleccionaron aquellas empresas que cierran su ejercicio fiscal en diciembre. De esta forma, la facturación considerada para cada empresa y cada año, coincide con la facturación del año calendario (enero-diciembre).

Una vez calculado el valor agregado de cada empresa para cada año en pesos constantes, se ha calculado la productividad laboral de cada una de las empresas existentes en la base de datos, utilizando las fórmulas descriptas anteriormente. Es decir, se ha realizado el cociente entre el valor agregado en pesos constantes de cada empresa para cada año y la cantidad de trabajadores que cada empresa empleó en esos mismos años. Como resultado, se obtuvo la productividad laboral anual de cada empresa, que puede ser leída como “valor agregado (pesos constantes) por trabajador, por año”.

Con el cálculo de la productividad realizado, se elaboraron una serie de agrupaciones para evaluar el comportamiento de la productividad entre distintas regiones, entre distintos tamaños de empresa y entre distintos sectores de actividad. En cuanto a la agrupación geográfica, se calculó la productividad laboral promedio por provincia y, a su vez, se agruparon las provincias en distintas regiones turísticas, para evaluar la productividad de regiones turísticas compuestas por una o varias provincias.

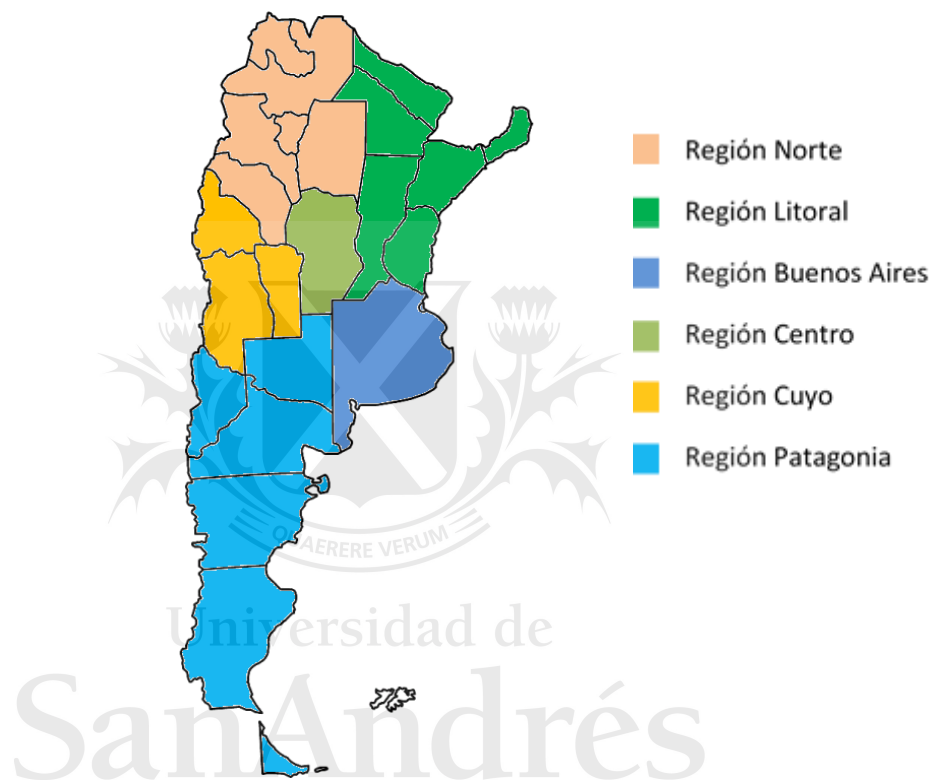
Como criterio para determinar las regiones turísticas se tomaron las 6 regiones turísticas establecidas en el “*Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025*”, actualizado en el año 2014 por el entonces Ministerio de Turismo de la Nación. Las regiones que contempla dicho plan son las siguientes:

1. **Región Norte:** Jujuy, Salta, Catamarca, Tucumán, Santiago del Estero y La Rioja.
2. **Región Litoral:** Chaco, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Misiones y Santa Fe.
3. **Región Buenos Aires:** provincia de Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
4. **Región Centro:** Córdoba.
5. **Región Cuyo:** San Juan, Mendoza y San Luís.

6. **Región Patagonia:** La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

A continuación, se presenta un mapa de Argentina con las distintas regiones turísticas que se analizaron:

Mapa 1 – Regiones turísticas argentinas



Fuente: elaboración propia en base al Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025

En cuanto a la agrupación por tamaño de empresa, se ha utilizado el tamaño de empresa establecido en la base de datos del Registro MiPyME, que establece una “categoría” de las empresas, que pueden ser Micro, Pequeñas, Mediana Tramo 1 y Medianas Tramo 2. El criterio para evaluar a qué categoría corresponde cada empresa está determinado en la definición PyME, establecida en la mencionada Resolución 220 de 2019 y sus modificatorias.

A su vez, se realizaron estimaciones de la productividad laboral para tramos de cada provincia y región turística, combinando los niveles de agregación para poder analizar los distintos resultados por tamaño y región.

Una vez calculada la productividad para cada empresa y realizadas las agregaciones correspondientes, se han calculado una serie de estadísticas descriptivas para cada nivel de agregación, para conocer cómo se comporta la productividad en cada grupo de empresas analizado. A su vez, se han realizado una serie de gráficos y tablas que permiten una mejor visualización de los resultados para cada nivel de agregación.

En la sección siguiente se presentan los principales resultados que arroja la metodología presentada en este apartado, respondiendo a los objetivos planteados en la introducción. A su vez, se comparan los resultados obtenidos entre distintos niveles de agregación para evaluar el cumplimiento de la hipótesis.

VI. RESULTADOS Y EVIDENCIA

MUESTRA SELECCIONADA

Para el cálculo de la productividad laboral de las empresas MiPyME turísticas, se tomaron en cuenta los datos de 8.826 empresas, para las cuáles se analizó información de facturación y empleo. Cabe destacar que se tomaron como empresas turísticas sólo a las empresas que tuvieran declarada como actividad principal ante la AFIP algunas de las actividades turísticas detalladas en el Anexo 1. A continuación, se muestra el detalle de cantidad de observaciones de acuerdo a la clasificación de regiones realizada anteriormente.

Tabla 3 – Cantidad de observaciones por región

En cantidad de empresas y % sobre el total

Región	Observaciones	% Observaciones
BUENOS AIRES	4.041	45,8%
LITORAL	1.243	14,1%
PATAGONIA	1.176	13,3%
CENTRO	858	9,7%
NORTE	762	8,6%
CUYO	746	8,5%
Total	8.826	100,0%

Fuente: elaboración propia en base a Registro MiPyME.

También se presenta a continuación el detalle de la cantidad de observaciones entre las distintas provincias que componen cada una de las regiones.



Tabla 4 – Cantidad de observaciones por región y provincia*En cantidad de empresas y % sobre el total*

Región/Provincia	Observaciones	% Observaciones
BUENOS AIRES	4.041	45,8%
BUENOS AIRES	2.268	25,7%
CABA	1.773	20,1%
CENTRO	858	9,7%
CORDOBA	858	9,7%
CUYO	746	8,5%
MENDOZA	520	5,9%
SAN JUAN	103	1,2%
SAN LUIS	123	1,4%
LITORAL	1.243	14,1%
CHACO	79	0,9%
CORRIENTES	104	1,2%
ENTRE RIOS	288	3,3%
FORMOSA	35	0,4%
MISIONES	163	1,8%
SANTA FE	574	6,5%
NORTE	762	8,6%
CATAMARCA	68	0,8%
JUJUY	114	1,3%
LA RIOJA	39	0,4%
SALTA	254	2,9%
SANTIAGO DEL ESTERO	108	1,2%
TUCUMAN	179	2,0%
PATAGONIA	1.176	13,3%
CHUBUT	187	2,1%
LA PAMPA	82	0,9%
NEUQUEN	309	3,5%
RIO NEGRO	345	3,9%
SANTA CRUZ	154	1,7%
TIERRA DEL FUEGO	99	1,1%
Total	8.826	100,0%

Fuente: elaboración propia en base a Registro MiPyME.

En cuanto al tamaño de las empresas seleccionadas y teniendo en cuenta la categoría MiPyME que le asigna el Registro MiPyME, la distribución de las empresas seleccionadas se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 5 – Cantidad de observaciones por tamaño de empresa

En cantidad de empresas y % sobre el total

Categoría	Observaciones	% Observaciones
Micro	7.484	84,8%
Pequeña	1.161	13,2%
Mediana T1	174	2,0%
Mediana T2	7	0,1%
Total	8.826	100,0%

Fuente: elaboración propia en base a Registro MiPyME.

La muestra de empresas seleccionadas fue aleatoria, considerando todas las observaciones posibles que se encontraran en la base de datos y que tuvieran la característica de disponer de información de facturación y de empleo para los tres años analizados (2017 a 2019). Por lo tanto, puede decirse que la distribución de empresas entre provincias y tamaños refleja la distribución de empresas por provincias presente en el Registro MiPyME para las actividades seleccionadas.

RESULTADOS

Para responder a las preguntas de investigación y poder validar la hipótesis, fue necesario calcular la productividad laboral para cada una de las 8.826 empresas seleccionadas en la muestra, de acuerdo a la metodología explicitada en el capítulo V. Para verificar que los datos encontrados tuvieran coherencia con la teoría analizada y como una forma de validar la metodología, se analizaron los datos de productividad por tamaño de empresa, donde la teoría indica que, a mayor tamaño de empresa, la productividad laboral debería ser mayor. Este tipo de resultados se explica por las mejores condiciones que tienen las empresas más grandes en cuanto a acceso al financiamiento, tecnología, inversión, gastos en innovación y desarrollo, contratación de recursos humanos calificados, etc. A continuación, se presentan los resultados por tamaño de empresa.

Tabla 6 – Productividad laboral promedio por tamaño de empresa

En pesos constantes de 2017

Tamaño	Productividad laboral 2017	Productividad laboral 2018	Productividad laboral 2019	Productividad laboral promedio 2017-2019
Micro	436.061	440.034	449.473	441.856
Pequeña	742.568	760.064	781.689	761.441
Mediana T1	1.268.517	1.607.262	1.678.376	1.518.052
Mediana T2	1.761.839	1.457.126	1.456.993	1.558.653
Total (*)	493.843	505.949	518.200	505.998

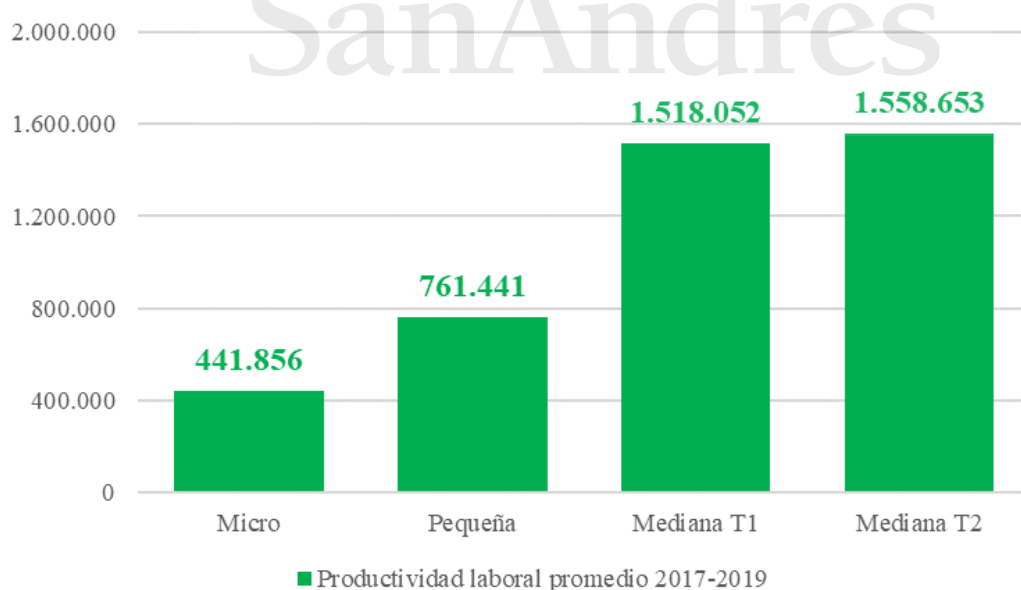
(*) Promedio de productividad laboral ponderado por la cantidad de empresas de cada tramo.

Fuente: elaboración propia en base a Registro MiPyME y SIPA.

Tal como sugiere la teoría, se verifica que las empresas más grandes de acuerdo a los tamaños del Registro PyME, presentan una productividad laboral por trabajador mayor que las empresas más chicas. Específicamente, las empresas Mediana Tramo 2, que son las más grandes que entran en la categoría de MiPyME, presentan una productividad promedio, en el período analizado, de más del triple de la productividad de las Micro empresas. En el siguiente gráfico se visualizan mejor las diferencias de productividad entre los distintos tramos de empresa.

Gráfico 3 - Productividad Laboral promedio por tamaño de empresa

En pesos constantes de 2017



Fuente: elaboración propia en base a Registro MiPyME y SIPA.

Se observa también que el salto más importante en la productividad laboral de las MiPyMEs turísticas se da entre el tramo de Pequeña empresa y los tramos de medianas empresas. Este resultado es lógico si se tiene en cuenta que las empresas medianas poseen otras características con respecto a las empresas Micro y Pequeñas, con más posibilidades de contar con recursos y conocimientos que ayuden a incrementar su productividad. A su vez, se destaca que los distintos tramos de las empresas medianas (Mediana Tramo 1 y Mediana Tramo 2), presentan niveles de productividad similares.

Luego de este primer análisis por tamaño de empresa, ha sido necesario observar las diferencias en la productividad entre las distintas regiones turísticas del país, para poder responder las preguntas de investigación planteadas. Se presentan a continuación los resultados encontrados de la productividad laboral promedio para las distintas regiones, a precios constantes de 2017.

Tabla 7 – Productividad laboral promedio por región

En pesos constantes de 2017

Región	Productividad laboral 2017	Productividad laboral 2018	Productividad laboral 2019	Productividad laboral promedio 2017-2019
BUENOS AIRES	544.792	561.435	585.679	563.969
CUYO	461.206	501.971	483.886	482.355
CENTRO	456.777	474.109	489.566	473.484
LITORAL	472.514	458.010	468.890	466.471
PATAGONIA	452.361	470.612	472.815	465.263
NORTE	396.156	384.182	376.660	385.666
Total (*)	493.843	505.949	518.200	505.998

(*) Promedio de productividad laboral ponderado por la cantidad de empresas de cada región.

Fuente: elaboración propia en base a Registro MiPyME y SIPA.

En un primer análisis de estos resultados, puede observarse que existe una diferencia significativa entre la productividad laboral de la región con la productividad más alta (Buenos Aires) y la región con la productividad más baja (Norte). Buenos Aires tiene un promedio entre 2017 y 2019 de productividad laboral por trabajador de \$ 563.969, mientras que la región Norte tiene un promedio de productividad laboral, para el mismo período, de \$ 385.666. Esto significa

que, en la región de Buenos Aires, compuesta por la provincia de Buenos Aires y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la productividad laboral de las MiPyMEs turísticas es 46,2% mayor a la productividad laboral de las MiPyMEs turísticas de la región Norte. En esta comparación puede encontrarse la brecha más grande de productividad entre dos regiones turísticas del país. Esto tiene sentido si se evalúan las condiciones de desarrollo económico de la provincia de Buenos Aires y la Ciudad de Buenos Aires y se lo compara con las condiciones de las provincias del norte del país, que componen la Región Norte. Puede afirmarse entonces que en el caso de las MiPyMEs turísticas, las empresas radicadas en las provincias del norte son menos productivas que las empresas radicadas en la provincia de Buenos Aires y la Ciudad de Buenos Aires.

Más allá de la brecha encontrada entre la región de Buenos Aires y la región Norte, el resto de las regiones parecen alcanzar una productividad laboral similar entre ellas, sin que se observen brechas significativas. Por ejemplo, la región de Buenos Aires registra una productividad laboral por trabajador superior a la región de la Patagonia en 21,2% y de 20,9% con respecto a la región Litoral (que son las dos regiones con menor productividad después de la región Norte).

No obstante, cuando se analizan las empresas a nivel provincial, se encuentran algunas brechas de productividad significativas y mayores a las encontradas a nivel regional. A continuación, se presenta la productividad laboral promedio para las empresas MiPyMEs de cada provincia.

Tabla 8 - Productividad laboral promedio por provincia*En pesos constantes de 2017*

Provincia	Productividad laboral 2017	Productividad laboral 2018	Productividad laboral 2019	Productividad laboral promedio 2017-2019
CABA	632.304	678.606	696.802	669.237
TIERRA DEL FUEGO	574.923	609.028	715.729	633.227
SANTA FE	597.117	577.056	609.139	594.437
FORMOSA	711.618	550.266	507.466	589.783
MENDOZA	524.700	578.599	560.429	554.576
CHUBUT	595.062	531.663	517.709	548.145
BUENOS AIRES	476.379	469.838	498.810	481.676
SANTA CRUZ	444.057	490.431	509.753	481.414
CORDOBA	456.777	474.109	489.566	473.484
NEUQUEN	439.494	480.121	495.999	471.871
SALTA	434.939	468.470	481.501	461.637
LA RIOJA	434.562	429.847	391.116	418.508
SAN JUAN	379.258	405.412	413.218	399.296
CATAMARCA	466.047	369.999	359.564	398.537
LA PAMPA	413.372	408.837	352.940	391.716
CHACO	413.428	348.123	368.654	376.735
RIO NEGRO	364.341	395.122	370.013	376.492
TUCUMAN	381.214	372.541	356.877	370.211
ENTRE RIOS	354.835	369.045	359.282	361.054
CORRIENTES	358.228	371.228	335.386	354.947
SANTIAGO DEL ESTERO	426.807	327.067	268.352	340.742
MISIONES	291.864	284.803	294.147	290.271
JUJUY	249.342	261.609	281.990	264.313
SAN LUIS	261.400	258.876	219.471	246.583
Total (*)	493.843	505.949	518.200	505.998

(*) Promedio de productividad laboral ponderado por la cantidad de empresas de cada provincia.

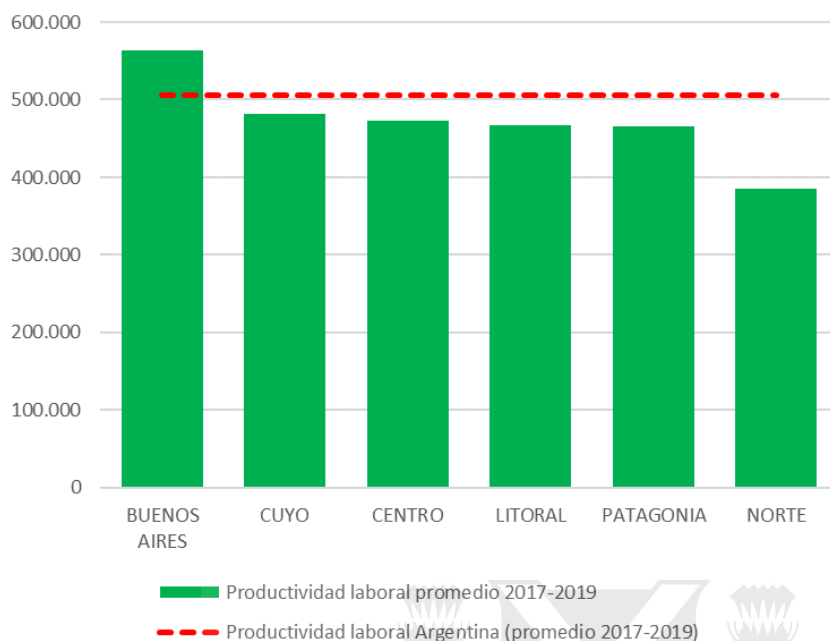
Fuente: elaboración propia en base a Registro MiPyME y SIPA.

En el análisis de la productividad de las MiPyMEs turísticas por provincia se encuentra que la provincia con el promedio de productividad más alto para el período seleccionado (2017-2019) es la Ciudad de Buenos Aires. La sigue Tierra del Fuego y Santa Fe. En cambio, las provincias con menor productividad laboral son San Luis, Jujuy y Misiones. En este nivel de desagregación puede observarse que las provincias que componen las distintas regiones turísticas no se comportan de manera homogénea. Por ejemplo, Tierra del Fuego, que forma parte de la región Patagónica, es la segunda provincia con mayor productividad laboral, mientras que la región Patagónica se encuentra en cuarto lugar en cuanto a las regiones más productivas. A su vez, la provincia de Buenos Aires, que forma parte de la región más

productiva, a nivel provincial se encuentra en el puesto número siete, y es superada por provincias que componen regiones menos productivas.

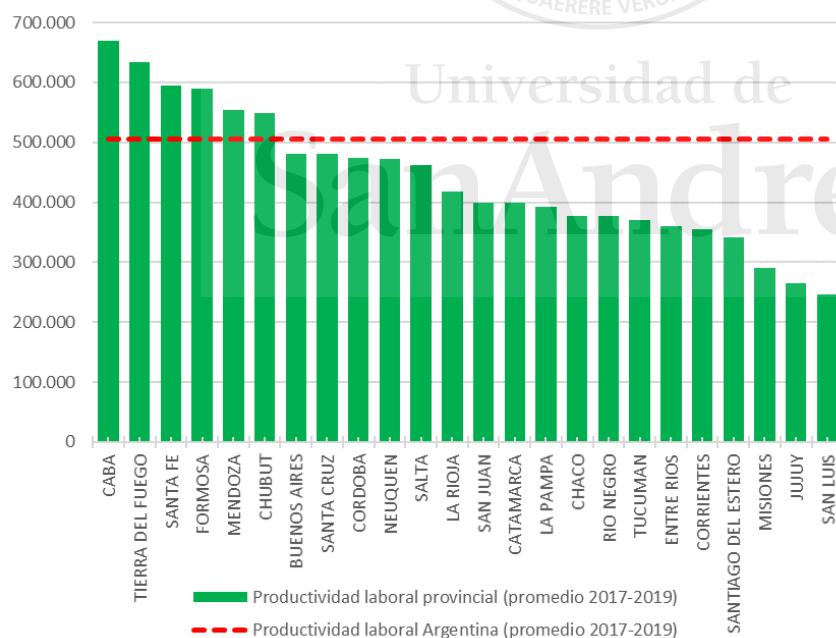
En cuanto a las brechas de productividad, el análisis a nivel provincial demuestra que existen y que pueden ser significativas, incluso dentro de las mismas regiones turísticas. El caso más extremo es el que se encuentra entre la Ciudad de Buenos Aires y San Luis. CABA presenta la productividad laboral más alta del país y casi tres veces más alta que la productividad de San Luis. A su vez, se destaca una diferencia importante entre Tierra del Fuego (segunda provincia en mayor productividad promedio) y provincias como San Luis y Jujuy. Específicamente, CABA y Tierra del Fuego presentan una productividad promedio de 2,7 y 2,5 veces la productividad de San Luis, respectivamente. En estos casos extremos se trata de lugares alejados entre sí y que no comparten la geografía ni las características de los turistas que visitan cada lugar. Sin embargo, también pueden encontrarse brechas importantes entre provincias de la misma región turística. Si se compara a Tierra del Fuego con Río Negro, que es la provincia de la región de la Patagonia que se encuentra en el lugar más bajo de la tabla de productividad laboral, se encuentra que Tierra del Fuego presenta una productividad 68,2% mayor que la de Río Negro. A su vez, si se compara la productividad de Tierra del Fuego con la de Santa Cruz, se detecta que las empresas MiPyMEs de Tierra del Fuego tienen una productividad laboral 31,5% más alta que las empresas de Santa Cruz. En estos casos, se trata de provincias con una geografía similar, caracterizada por el turismo invernal (pistas de esquíes, parques nacionales, glaciares, etc.) y con características similares de los turistas que las visitan. A continuación, se presentan dos gráficos que demuestran las brechas de productividad y las diferencias entre el análisis a nivel regional y a nivel provincial.

Gráfico 4 - Productividad Laboral promedio por región
 En pesos constantes de 2017



Fuente: elaboración propia en base a Registro MiPyME y SIPA.

Gráfico 5- Productividad Laboral promedio por provincia
 En pesos constantes de 2017



Fuente: elaboración propia en base a Registro MiPyME y SIPA.

Estas brechas de productividad identificadas a nivel provincial, que no necesariamente se replican al nivel de las regiones turísticas, podrían indicar que las regiones turísticas agrupan

provincias con características distintas desde el punto de vista de las empresas turísticas y, por lo tanto, de los servicios turísticos que se brindan en cada una de ellas. La distinción por regiones, entonces, no necesariamente es útil a la hora de evaluar el comportamiento de las empresas del sector de una zona determinada, y se podrían cometer errores si se aplican políticas públicas en una zona particular que tiene provincias con situaciones muy distintas. En el caso de la productividad de las empresas, se detecta que analizar al menos al nivel provincial es mucho más preciso y arroja más información que observar la información al nivel de regiones turísticas, tal como se plantea en la Ley de Turismo N 25.997.

Una vez detectadas las brechas de productividad de las MiPyMEs turísticas a nivel provincial, el interrogante que surge y que fue planteado en la introducción, es el motivo de estas diferencias de productividad. Si bien la Argentina tiene zonas turísticas con características diferentes, las empresas analizadas corresponden a los mismos sectores de actividad económica y a los mismos tamaños relativos en todas las regiones. A su vez, no existen diferencias significativas en cuanto a la infraestructura turística que pueda ocasionar las brechas de productividad encontradas, si bien hay provincias con mejor infraestructura que otras.

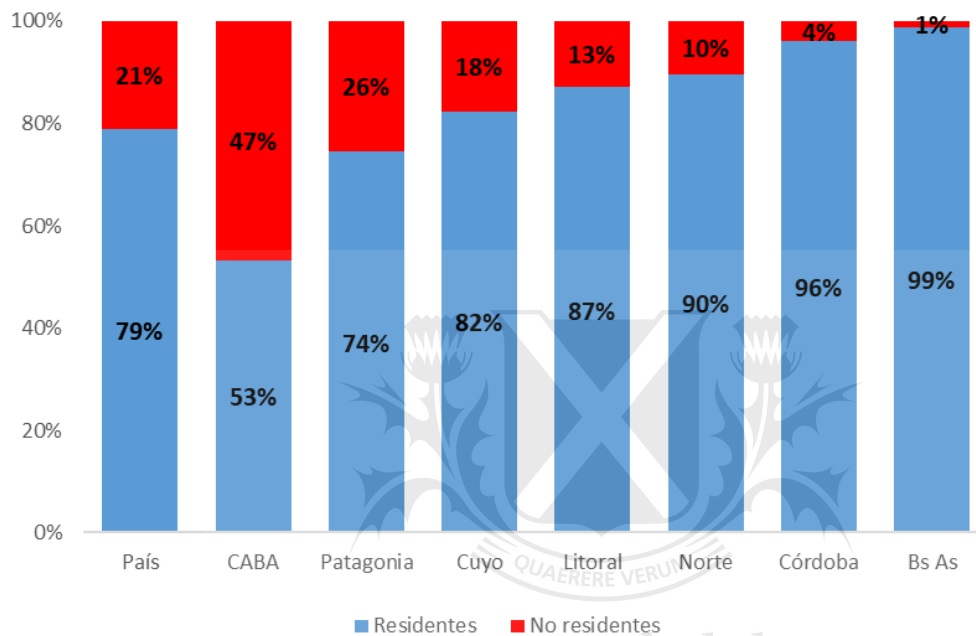
La productividad, como se analizó en el capítulo IV, tiene una variedad de factores explicativos, tanto internos a la empresa, como externos. Sin embargo, en este trabajo se ha analizado una posible explicación que no tiene que ver necesariamente con los determinantes detallados anteriormente, sino con las características de los turistas que llegan a cada región. Específicamente, lo que se plantea en la hipótesis es que las zonas caracterizadas por el turismo internacional tienen una mayor productividad que las zonas caracterizadas por el turismo interno.

Para poder evaluar dicha hipótesis, es necesario considerar las características de los turistas que llegan a cada región. Para ello, se ha utilizado la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) que

elabora el INDEC, para los años 2017 a 2019. Esta encuesta clasifica a los viajeros en “Residentes” y “No Residentes”, para indicar si es turismo interno o internacional. A continuación, se presentan los resultados encontrados para las regiones turísticas analizadas.

Gráfico 6 – Porcentaje de ocupación hotelera por región

En % sobre el total



Fuente: elaboración propia en base a Encuesta de Ocupación Hotelera, INDEC.

De acuerdo a la EOH de INDEC, aproximadamente 79% de la ocupación hotelera del país es de turismo interno (considerando el promedio de los años 2017-2019) y 21% restante es turismo internacional. Sin embargo, existen diferencias significativas en la composición del turismo en las distintas regiones. Por ejemplo, en la Ciudad de Buenos Aires el porcentaje de turismo interno es de 53%, siendo el turismo internacional casi la mitad del turismo total, con 47%. En la Patagonia, se detecta una composición de no residentes mayor que en el promedio del país, alcanzando 26%, aunque lejos de la Ciudad de Buenos Aires. Regiones como Buenos Aires o Córdoba (región Centro según Ley de Turismo), representan ratios de turismo interno mayores que el promedio del país, con 99% y 96%, respectivamente. No es inusual encontrar estos

resultados, ya que los destinos de la provincia de Buenos Aires (mayoritariamente la costa atlántica) y de Córdoba, se caracterizan por ser destinos populares para el turismo interno.

Si bien la composición de turismo de residentes y no residentes en la Patagonia no difiere sustancialmente del promedio del país y por lo tanto no es suficiente para explicar la mayor productividad laboral encontrada en la provincia de Tierra del Fuego, si se analiza la productividad laboral y los resultados de la EOH a nivel de departamento, se encuentran resultados interesantes²⁰.

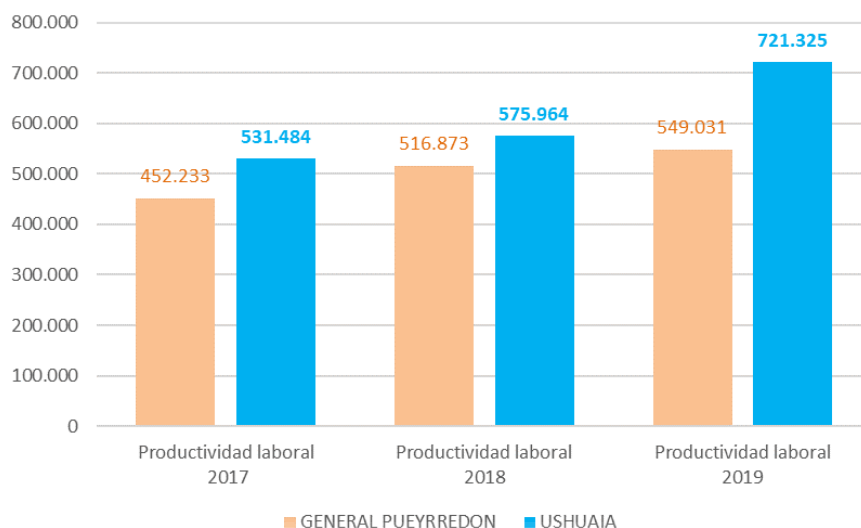
Se presenta a continuación la productividad laboral de las MiPyMEs turísticas en los departamentos de General Pueyrredón, provincia de Buenos Aires, y en el departamento de Ushuaia, provincia de Tierra del Fuego. Se toma el departamento de General Pueyrredón porque es el departamento donde se encuentra ubicada la ciudad de Mar del Plata, la localidad más importante de la costa atlántica de la provincia de Buenos Aires y la principal receptora de turistas. Se toma el departamento de Ushuaia por ser la ciudad más representativa de Tierra del Fuego.

Universidad de
San Andrés

²⁰ La EOH no tiene la desagregación provincial, sino que desagrega la información en algunas ciudades específicas.

Gráfico 7 – Productividad laboral por departamento

En pesos constantes de 2017



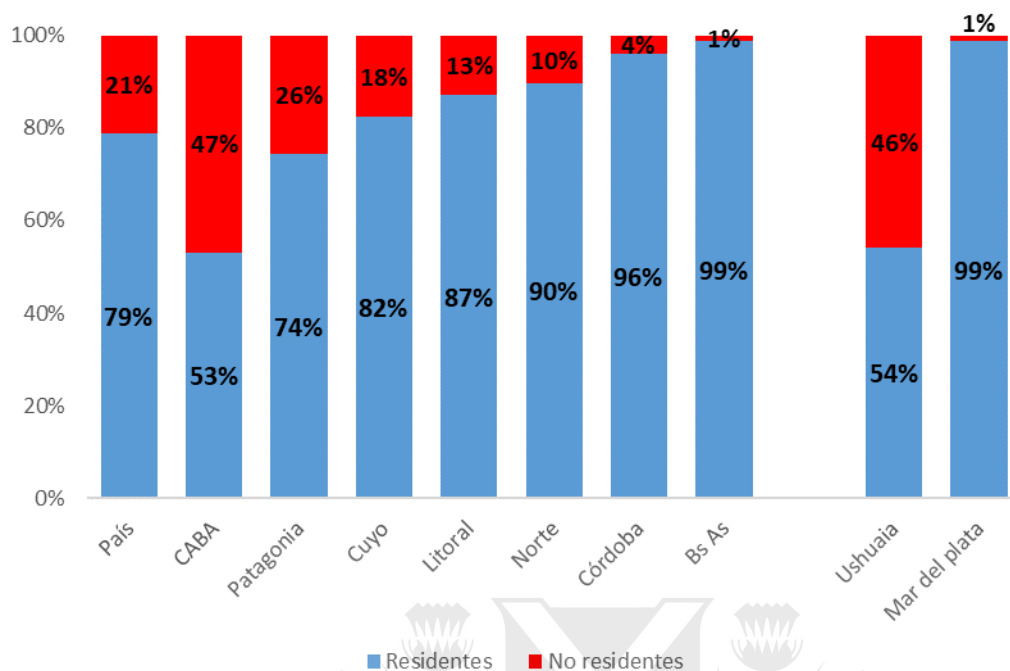
Fuente: elaboración propia en base a Registro MiPyME y SIPA.

Lo que puede apreciarse a simple vista es que las empresas de Ushuaia son más productivas que las empresas de General Pueyrredón. En los tres períodos analizados, la productividad de Ushuaia es mayor. Incluso durante 2019, la productividad de las empresas de Ushuaia fue 76,1% mayor. Otra característica importante es que las empresas de Ushuaia incrementaron su productividad en dos de los tres años analizados, 8,4% en 2018 con respecto a 2017 y 25,2% en 2019 con respecto a 2018. En cambio, las empresas de General Pueyrredón, si bien también incrementaron la productividad en dos de los tres años analizaron, lo hicieron en mayor medida en 2018 con respecto a 2017 (14,3%) pero en menor medida en 2019 con respecto a 2018 (6,2%). Esto también demuestra dinámicas distintas en la productividad de las MiPyMEs de uno y otro lugar.

Si se analiza ahora la llegada de turistas a estos dos departamentos, en base a la Encuesta de Ocupación Hotelera, puede observarse la diferencia en la composición del turismo, entre turistas residentes y no residentes. Cabe destacar que en la EOH se toma a Mar del Plata, que es la ciudad cabecera del partido de General Pueyrredón.

Gráfico 8 - Porcentaje de ocupación hotelera por región y por departamento

En % sobre el total



Fuente: elaboración propia en base a Encuesta de Ocupación Hotelera, INDEC.

Al comparar entonces la composición del turismo, se detecta que, en la localidad de Ushuaia, el porcentaje de turismo no residente es de 45,9%, prácticamente igual a la Ciudad de Buenos Aires, que es la zona que más turismo no residente registra (46,8%). A su vez, el porcentaje de turismo no residente en Ushuaia es de más del doble que el promedio del país (21,0%). En cambio, esta composición se revierte totalmente al analizar a la localidad de Mar del Plata. Con un porcentaje de turismo no residente de 1,2%, Mar del Plata se encuentra muy por debajo del promedio nacional. En base a esta encuesta, con 98,8% de turismo residente, puede afirmarse que prácticamente la totalidad de los turistas que llegan a Mar del Plata son residentes de argentina.

Estas diferencias entre los turistas que llegan a las dos localidades analizadas pueden explicarse por algunos factores específicos. En primer lugar, Ushuaia es un destino popular en América y en el resto del mundo, utiliza el slogan de ser la ciudad “más austral del mundo” y cuenta con recursos naturales como montañas, ríos, lagos, bosques, etc. También pueden practicarse

deportes de invierno que son populares entre los turistas internacionales. Por otro lado, Mar del Plata es un ícono del turismo nacional. Se posiciona como la ciudad más importante de la Costa Atlántica de la provincia de Buenos Aires, con una población de 620.000 habitantes²¹ y aproximadamente 8 millones de turistas por año²².

Si se analizan los datos de la Ciudad de Buenos Aires, se encuentra un resultado similar, dado que es la región con mayor proporción de turismo internacional (46,8%) y, a su vez, es la región de mayor nivel de productividad de sus empresas MiPyMEs turísticas.

De esta forma, al analizar el caso de Ushuaia, Mar del Plata y de la Ciudad de Buenos Aires, podría considerarse que el origen de los turistas que visitan cada lugar puede explicar, en cierta medida, y sumado a los demás factores explicativos, la productividad laboral de las empresas de esos lugares. A su vez, se encontraron brechas de productividad significativas a nivel provincial que no se replican necesariamente a nivel regional, lo que podría indicar que la clasificación del país en regiones turísticas agrupa a provincias y empresas con diferentes características. Se ha encontrado también el resultado esperado de que las empresas de mayor tamaño relativo alcanzan una productividad laboral mayor que aquellas empresas de menor tamaño.

VII. CONCLUSIÓN

A lo largo de este trabajo se ha analizado la información de más de 8.800 empresas MiPyMEs que llevan adelante actividades turísticas, tal como las establece la Ley Nacional de Turismo N 25.997. Se ha calculado para cada una de las empresas analizadas la productividad laboral de tres años, aplicando la metodología descripta en detalle en el capítulo 5. Se tomaron como

²¹ Población total del departamento de General Pueyrredón según el Censo Nacional de 2010.

²² Según cifras de la Municipalidad de General Pueyrredón: <https://bit.ly/3asBjXm>

marco teórico trabajos que establecieran metodologías para el cálculo de la productividad y se han replicado dichas metodologías de acuerdo a la información disponible de las empresas.

Si bien la parte más importante del trabajo apunta a identificar brechas de productividad entre empresas de distintas regiones, es importante destacar que en primera instancia se han calculado los resultados obtenidos para cada tamaño de empresa. Para comprobar que la metodología utilizada arrojará los resultados que indica la teoría, se ha analizado la productividad laboral de distintos tamaños de empresa, bajo la premisa teórica que a mayor tamaño de empresa la productividad laboral debería ser mayor (BID, 2010). Los resultados se encuentran en línea con lo planteado por la teoría, ya que las empresas de un mayor tamaño (las medianas), presentan una mayor productividad laboral que las empresas de menor tamaño (micro y pequeñas), para los tres años analizados (2017-2019).

Luego de encontrar que la metodología a priori marcaba resultados esperados en cuanto a la productividad laboral de las empresas de los distintos tamaños, se ha avanzado en el análisis de las empresas de distintas regiones para poder comparar los resultados encontrados y responder a las preguntas planteadas en la introducción. Específicamente, se ha analizado la existencia de brechas de productividad laboral en las empresas MiPyMEs turísticas argentinas de las distintas regiones y provincias del país, en el período 2017-2019.

El principal resultado es que, efectivamente, tal como lo planteaba la hipótesis, se encontraron brechas de productividad entre las distintas regiones y provincias del país. Sin embargo, dichas brechas de productividad cambian sustancialmente si se analiza a nivel regional o provincial.

Específicamente, se encontraron brechas de productividad a nivel regional, pero no de una magnitud significativa. Sin embargo, se encontraron brechas de productividad significativas a nivel provincial. Este resultado sugiere que en las regiones turísticas coexisten empresas

MiPyMEs heterogéneas con niveles diferentes de productividad laboral. Esto podría indicar que, a la hora de elaborar políticas públicas para incentivar a las empresas de este tipo, la agregación regional no permite captar todas las diferencias que existen entre las empresas, dado que existen provincias con realidades diferentes en cuanto a su entramado de MiPyMEs. Un mejor abordaje sería focalizar el análisis, los instrumentos y las políticas al menos a nivel provincial.

Además de las brechas encontradas entre provincias, se ha encontrado que la Ciudad de Buenos Aires es la ciudad de mayor productividad laboral promedio de las MiPyMEs turísticas, seguida por la provincia de Tierra del Fuego. Este resultado puede ser el esperado para la Ciudad de Buenos Aires, pero no es el esperado para Tierra del Fuego, a la luz del resultado encontrado a nivel regional (la Patagonia ocupa el cuarto lugar en el ranking de productividad regional), más aún cuando se observa el tamaño de Tierra del Fuego comparada con provincias como Buenos Aires o como la propia Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Si se analiza el caso puntual de Tierra del Fuego, esta provincia presenta una productividad laboral 156,8% mayor a la productividad promedio de las empresas de San Luis y 139,6% más que la productividad promedio de las empresas de Jujuy. Incluso, Tierra del Fuego presenta mejores resultados en productividad con respecto a provincias de su misma región turística, como Río Negro o Santa Cruz. Existen en total 6 distritos (Ciudad de Buenos Aires, Tierra del Fuego, Santa Fe, Formosa, Mendoza y Chubut) que registran una productividad laboral en las MiPyMEs turísticas mayor al promedio de productividad encontrado en el país. El resto de las 18 provincias presentan una productividad laboral por debajo del promedio. Estos resultados acompañan la hipótesis de que existen brechas significativas en la productividad laboral de las MiPyMEs turísticas entre las distintas provincias argentinas.

Una vez identificadas estas brechas de productividad entre las MiPyMEs turísticas de las distintas provincias argentinas, se ha analizado la información del origen de los turistas que llegan a cada región, para evaluar la hipótesis planteada sobre la mayor productividad de las empresas en aquellos lugares con mayor cantidad de turismo receptivo extranjero. Para ello, se ha observado la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) que elabora el INDEC y que presenta datos del origen de los turistas que visitan las distintas regiones del país, clasificándolos en “residentes” y “no residentes”.

Los resultados encontrados en el análisis de la EOH sugieren que, en todo el país, aproximadamente 21,0% de los turistas que se alojan en hoteles son no residentes, mientras que el 79,0% restante son residentes. La Ciudad de Buenos Aires es el destino con mayor proporción de llegada de turistas extranjeros con respecto al resto de las regiones del país, con una proporción de 46,8% de turistas no residentes. Este resultado es esperado, ya que la Ciudad de Buenos Aires tiene uno de los dos aeropuertos más grandes del país y es la principal “puerta de entrada” para el turismo internacional.

La región que le sigue a la Ciudad de Buenos Aires con una mayor proporción de turistas extranjeros es la región de la Patagonia, con 25,5%, y la región de Cuyo, con 17,6%. Si se analizan estos datos agregados por regiones, se verifica en parte la hipótesis de que a mayor proporción de turistas extranjeros existe una mayor productividad de las MiPyMEs turísticas, ya que la Ciudad de Buenos Aires es la región con mayor proporción de turismo extranjero y se encuentra primera en el ranking provincial de productividad de las MiPyMEs. Sin embargo, la zona de la Patagonia, que la sigue en cuanto a proporción de turistas extranjeros, se encuentra cuarta en el ranking de productividad de las distintas regiones turísticas del país.

El resultado de la Patagonia puede analizarse en detalle si se observan las distintas provincias que la componen y se compara con el origen de los turistas. La provincia que registra una

mayor productividad en la Patagonia es la provincia de Tierra del Fuego. Si se verifica la hipótesis, sería de esperar que Tierra del Fuego tuviera una proporción de turistas extranjeros mayor al promedio que registra el país.

Si bien la EOH no registra a Tierra del Fuego como unidad de análisis, sí lo hace con la ciudad de Ushuaia, que es la capital de la provincia y principal destino de los turistas que la visitan. Se han analizado entonces los datos de la ciudad de Ushuaia en cuanto a la llegada de turistas y en cuanto a la productividad laboral de las MiPyMEs turísticas de ese lugar. A su vez, se ha tomado al departamento de General Pueyrredón, en la provincia de Buenos Aires, para comparar los resultados. General Pueyrredón, con Mar del Plata como ciudad cabecera, es el departamento con mayor cantidad de habitantes de la costa atlántica de la provincia de Buenos Aires y el que mayor cantidad de turistas recibe. Mar del Plata se caracteriza por ser un importante destino para el turismo interno.

Los resultados encontrados fueron los esperados, al tener la ciudad de Ushuaia una productividad laboral de sus MiPyMEs turísticas mayor que las de General Pueyrredón y una proporción de turistas extranjeros también mayor. Específicamente, la ciudad de Ushuaia registra una proporción de turistas no residentes de 45,9% (similar a la Ciudad de Buenos Aires, región con la mayor proporción de turistas no residentes del país), mientras que General Pueyrredón presenta una proporción de turistas extranjeros de 1,2%. Por lo tanto, en este caso particular analizado, la hipótesis que a mayor cantidad de turismo receptivo de turistas no residentes las empresas MiPyMEs turísticas presentan una productividad laboral mayor se cumple.

Con el análisis descriptivo realizado sobre la productividad laboral de las MiPyMEs turísticas, puede afirmarse, por un lado, que existen brechas de productividad de las MiPyMEs turísticas a nivel provincial, mientras que no se verifica de la misma forma si se analizan las distintas

regiones turísticas. Esto indica que existe heterogeneidad entre la realidad de las MiPyMEs turísticas dentro de cada una de las regiones, lo que podría indicar, a su vez, que las regiones no son útiles para evaluar políticas públicas orientadas a las empresas del turismo.

Por otro lado, que una posible explicación sobre las brechas de productividad encontradas puede responder al origen de los turistas. Las empresas radicadas en lugares con mayor proporción de turismo receptivo de no residentes son las que tienden a ser más productivas. Analizado el caso específico de Tierra del Fuego y al comparar Ushuaia con General Pueyrredón, los resultados parecen seguir la línea planteada en la hipótesis, si bien hace falta un análisis estadístico para comprobarla con rigurosidad.

En cuanto a los motivos de las brechas de productividad identificadas, de acuerdo al trabajo del BID (2010), pueden identificarse algunos factores que afecten la productividad de las empresas: acceso al financiamiento, capacitación de los recursos humanos, uso de la capacidad instalada, innovación, certificaciones de calidad y utilización de la tecnología. Profundizar en el estudio de estos factores y en los instrumentos de políticas públicas para mejorarlos puede contribuir a incrementar la productividad de las empresas en aquellas provincias con MiPyMEs menos productivas, a reducir las brechas encontradas y a hacer de Argentina un destino turístico más competitivo.

LIMITACIONES DE LA METODOLOGIA

Existen una serie de consideraciones a realizar sobre la metodología planteada en el capítulo V y utilizada en este trabajo para alcanzar los resultados.

En primer lugar, a la hora de determinar el valor agregado de las empresas, al no contar con información suficiente, se realiza un supuesto y una simplificación en función de la información disponible en los anuarios de AFIP. Se consideran estos anuarios para determinar

qué porcentaje de valor agregado sobre ventas tienen las empresas de las actividades seleccionadas y luego ese porcentaje se aplica a las ventas de las MiPyMEs turísticas. Existen dos limitaciones en este procedimiento. La primera es determinar el valor agregado “indirectamente”, al calcularlo como un porcentaje sobre las ventas. La segunda, es que en los anuarios de AFIP utilizados no se clasifica la información entre empresas grandes y MiPyMEs, por lo que los porcentajes calculados corresponden a todo el universo empresario y no sólo a las MiPyMEs. En este caso se realiza el supuesto de que el porcentaje de valor agregado sobre ventas es similar en el caso de las grandes empresas y de las MiPyMEs.

En segundo lugar, se toman a las empresas registradas como MiPyMEs en el Registro MiPyME, un programa llevado adelante por el actual Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación. Si bien existe una gran cantidad de empresas que conforman este registro y más de 8 mil empresas fueron seleccionadas para realizar este trabajo, existen empresas que por distintas razones no están inscriptas en dicho registro y que no fueron tenidas en cuenta.

En tercer lugar, la forma de identificar a las empresas turísticas fue a través de su código de actividad declarado ante la AFIP. Esto representa un problema ya que, en el sector turístico, al ser compuesto por una variedad de bienes y servicios, existen códigos de actividad que pueden llevar adelante empresas que se dedican completamente al turismo o que se dedican en menor medida al turismo. Ejemplo de esto pueden ser las actividades de gastronomía. Estas actividades, consideradas como “turísticas”, abarcan a empresas que efectivamente tienen en su operatoria mayoritaria al turismo y a otras que quizás lo tienen en mucha menor proporción. Sin embargo, no se encuentra información disponible a nivel de empresa para poder determinar cuáles se dedican en mayor medida al turismo. Una de las metodologías aceptadas internacionalmente e indicada por la Organización Mundial del Turismo para medir la

importancia del turismo en la actividad económica es la Cuenta Satélite de Turismo²³. Dicha metodología permite estimar y diferenciar la participación del turismo en cada una de las actividades económicas. El Instituto de Estadísticas y Censos de Argentina aún no cuenta con la estimación de la CST.

Sin embargo, hubo trabajos impulsados por la Cámara Argentina de Turismo (informes anuales económicos sobre la actividad de viajes y turismo de los años 2008, 2009 y 2010) que buscaron implementar una metodología alternativa para medir el impacto del turismo. Dichos trabajos hacen hincapié en la utilización de coeficientes fijos y dinámicos para determinar qué proporción de las actividades turísticas podría ser explicada por el turismo. En el caso de este trabajo, al analizar las unidades empresariales, no ha sido posible aplicar una metodología de coeficientes para determinar qué magnitud de las empresas se dedican al turismo.

En cuarto lugar, se consideraron las actividades establecidas en la Ley Nacional de Turismo N 25.997, que no tienen su correspondencia con las actividades que declaran las empresas ante la AFIP. Para resolver este problema, se realizó la correspondencia entre las actividades establecidas en la Ley Nacional de Turismo y las actividades del CLAE de AFIP, tal como se detalla en el Anexo 1.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURAS

Este trabajo se ha focalizado en un análisis descriptivo y exploratorio de la productividad laboral de las MiPyMEs turísticas del país. A su vez, se ha analizado una hipótesis que podría llegar a explicar una parte de los resultados encontrados. A continuación, se detallan algunas líneas de investigación futura sobre el tema tratado en este trabajo:

²³ “Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual”, Organización Mundial del Turismo, 2001.

1. Comprobación estadística de los resultados obtenidos. Se podría evaluar estadísticamente si la llegada de turistas extranjeros es una variable significativa para explicar, en cierta medida, la productividad laboral de una MiPyME turística en argentina.
2. En caso de que la comprobación estadística confirme que la llegada de extranjeros explica en parte la productividad de las empresas, se podría analizar en profundidad que características tienen las empresas que reciben a extranjeros y que las vuelven más productivas. Por ejemplo, si tienen empleados más capacitados, si brindan bienes y servicios de mejor calidad, si realizan más inversiones en capital, etc.
3. Extender el análisis a nivel de departamento. Esto podría arrojar como resultado heterogeneidades de las empresas MiPyMEs turísticas dentro de una misma provincia. Este análisis sería particularmente importante para las políticas públicas locales que realizan las provincias y municipios en su territorio.
4. Extender el análisis a las grandes empresas. Esto podría enriquecer el análisis de las empresas de turismo y permitiría tener un panorama completo del entramado productivo de este sector.
5. Análisis de la productividad total de los factores de las MiPyMEs turísticas. En el presente trabajo se analiza la productividad laboral, por lo que el análisis de la productividad total de los factores aportaría información interesante sobre el comportamiento de estas empresas.
6. Extender el análisis y la metodología aplicada al comportamiento de las empresas de otros países. Esto permitiría realizar un análisis comparativo del resultado obtenido por las empresas argentinas.

Estas líneas de investigación planteadas permitirían, por un lado, robustecer los resultados encontrados en este trabajo y, por otro lado, extender el análisis a universos no alcanzados.

De esta forma, se podría tener un mayor conocimiento sobre la productividad de las empresas turísticas del país y tener más información sobre el comportamiento de las empresas de este sector. Esto permitirá la elaboración de políticas públicas focalizadas y eficientes que ayuden a las empresas a incrementar su productividad, mejorar sus servicios y contribuir al desarrollo del sector y de la competitividad de Argentina como destino turístico.



ANEXO 1: ACTIVIDADES

Cuadro de correspondencia entre actividades de la ley nacional de turismo y CLAE AFIP

Número	Descripción de actividades Ley 25.997	CLAE AFIP	Descripción CLAE AFIP
1	Actividades directamente vinculadas con el turismo.	-	-
1.1	Servicios de alojamiento.	I	Servicios de alojamiento y servicios de comida
1.1.1	Servicios de alojamiento en camping y/o refugios de montaña.	552000	Servicios de alojamiento en "camping" (Incluye refugios de montaña)
1.1.2	Servicios de alojamiento en hoteles, hosterías, cabañas bungalow, aparts y residencias similares, excepto por hora, que incluyen restaurante.	551022	Servicios de alojamiento en hoteles, hosterías y residenciales similares, excepto por hora, que incluyen servicio de restaurante al público
1.1.3	Servicios de alojamiento en hoteles, hosterías, cabañas bungalow, aparts y residencias similares, excepto por hora, que no incluyen restaurante.	551023	Servicios de alojamiento en hoteles, hosterías y residenciales similares, excepto por hora, que no incluyen servicio de restaurante al público
1.1.4	Servicios de hospedaje en estancias y albergues juveniles.	551090	Servicios de hospedaje temporal n.c.p. (Incluye hospedaje en estancias, residencias para estudiantes y albergues juveniles, apartamentos)
1.1.5	Servicios en apartamentos de tiempo compartido.	-	-
1.2	Agencias de viajes.	791	Servicios de agencias de viaje y otras actividades complementarias de apoyo turístico
1.2.1	Servicios de empresas de viajes y turismo.	791100	Servicios minoristas de agencias de viajes
1.2.2	Servicios de agencias de turismo y agencias de pasajes.	791200	Servicios mayoristas de agencias de viajes
1.3	Transporte	-	-
1.3.1	Servicios de transporte aerocomercial.	511000	Servicio de transporte aéreo de pasajeros
1.3.2	Servicio de alquiler de aeronaves con fines turísticos.	771220	Alquiler de equipo de transporte para vía aérea, sin operarios ni tripulación
1.3.3	Servicios de excursiones en trenes especiales con fines turísticos.	491110 (*)	Servicio de transporte ferroviario urbano y suburbano de pasajeros (Incluye el servicio de subterráneo y de premetro)
1.3.4	Servicios de excursiones fluviales con fines turísticos.	502101 (*)	Servicio de transporte fluvial y lacustre de pasajeros
1.3.5	Servicios de excursiones marítimas con fines turísticos.	501100 (*)	Servicio de transporte marítimo de pasajeros
1.3.6	Servicios de transporte automotor de pasajeros para el turismo.	492180	Servicio de transporte automotor turístico de pasajeros
1.3.7	Servicios de alquiler de equipos de transporte terrestre sin operación ni tripulación.	771290	Alquiler de equipo de transporte n.c.p. sin conductor ni operarios (Incluye: equipo ferroviario, motocicletas).
		771190	Alquiler de vehículos automotores n.c.p., sin conductor ni operarios (Incluye: camiones, remolques, etc.).
		771110	Alquiler de automóviles sin conductor.
1.4	Servicios profesionales de licenciados en turismo, técnicos en turismo y guías de turismo.	791909	Servicios complementarios de apoyo turístico n.c.p.
1.5	Otros servicios.	-	-
1.5.1	Servicios de centros de esquí.	791901	Servicios de turismo aventura.
1.5.2	Servicios de centros de pesca deportiva.	791909	Servicios complementarios de apoyo turístico n.c.p.
1.5.3	Servicios de centros de turismo salud, turismo termal y/o similares.	791909	Servicios complementarios de apoyo turístico n.c.p.
1.5.4	Servicios de centros de turismo aventura, ecoturismo o similares.	791901	Servicios de turismo aventura.
1.5.5	Servicios de otros centros de actividades vinculadas con el turismo.	791909	Servicios complementarios de apoyo turístico n.c.p.
1.5.6	Alquiler de bicicletas, motocicletas, equipos de esquí u otros artículos relacionados con el turismo.	771210	Alquiler de equipo de transporte para vía acuática, sin operarios ni tripulación.
		771290	Alquiler de equipo de transporte n.c.p. sin conductor ni operarios (Incluye: equipo ferroviario, motocicletas).
1.5.7	Servicios de jardines botánicos, zoológicos y de parques nacionales.	910300	Servicios de jardines botánicos, zoológicos y de parques nacionales
1.5.8	Servicios de parques de diversiones, parques temáticos, entretenimientos, esparcimiento y ocio.	939010	Servicios de parques de diversiones y parques temáticos.
1.5.9	Servicio de explotación de playas y parques recreativos.	791909	Servicios complementarios de apoyo turístico n.c.p.
1.5.10	Servicios de museos y preservación de lugares y edificios históricos.	910200	Servicios de museos y preservación de lugares y edificios históricos.
1.6	Servicios vinculados a la organización de ferias, congresos, convenciones y/o exposiciones.	-	-
1.6.1	Servicio de alquiler y explotación de inmuebles para ferias, congresos y/o convenciones.	681010	Servicios de alquiler y explotación de inmuebles para fiestas, convenciones y otros eventos similares
1.6.2	Servicios empresariales vinculados con la organización de ferias, congresos y/o convenciones.	823000	Servicios de organización de convenciones y exposiciones comerciales, excepto culturales y deportivos
1.6.3	Servicios de alquiler de equipamiento para la realización de ferias, congresos y/o convenciones.	773090	Alquiler de maquinaria y equipo n.c.p., sin personal
2	Actividades indirectamente vinculadas con el turismo.	-	-
2.1	Gastronomía.	561	Servicios de expendio de comidas y bebidas
2.1.1	Servicios de cafés, bares y confiterías.	561014	Servicios de expendio de bebidas en bares (Incluye: bares, cervecerías, pubs, cafeterías)
2.1.2	Servicios de restaurantes y cantinas.	561011	Servicios de restaurantes y cantinas sin espectáculo
2.1.3	Servicios de salones de baile y discotecas.	939030	Servicios de salones de baile, discotecas y similares
2.1.4	Servicios de restaurante y cantina con espectáculo.	561012	Servicios de restaurantes y cantinas con espectáculo
2.2	Otros servicios.	-	-
2.2.1	Venta al por menor de artículos regionales de talabartería de cuero, plata, alpaca y similares.	477210	Venta al por menor de artículos de talabartería y artículos regionales (Incluye venta de artículos regionales de cuero, plata, alpaca y similares)
2.2.2	Venta al por menor de artículos y artesanías regionales.	477490	Venta al por menor de artículos nuevos n.c.p. (Incluye la venta realizada en casas de regalos, de artesanías, pelucas, de artículos religiosos -santerías-, recarga de matafuegos, etc.)
2.2.3	Venta de antigüedades.	477830	Venta al por menor de antigüedades (Incluye venta de antigüedades en remates)

Fuente: elaboración propia en base a Ley N 25.997 y CLAE AFIP

ANEXO 2: VALOR AGREGADO POR ACTIVIDAD

Cuadro en base a anuario AFIP, donde se calcula el Valor Agregado de acuerdo a la información presentada por las empresas para el cálculo del impuesto a las ganancias de sociedades. Se calcula también el porcentaje de valor agregado sobre ventas para cada actividad.

ACTIVIDAD ECONOMICA	PRESENTACIONES	VENTAS DE BIENES Y SERVICIOS Y LOCACIONES NETAS		COSTOS												VALOR AGREGADO	
		TOTAL		COMPRAS NETAS		GASTOS DE PRODUCCION		GASTOS VINCULADOS AL COSTO		EXISTENCIA INICIAL		EXISTENCIA FINAL		VA	% VA sobre ventas		
		Casos	Importe	Casos	Importe	Casos	Importe	Casos	Importe	Casos	Importe	Casos	Importe	Casos	Importe	Importe	%
477.Venta al por menor de productos n.c.p., en comercios especializados	8,372	7,650	215,142	7,504	137,778	7,170	132,999	486	2,227	1,670	9,227	6,618	24,578	6,963	31,252	77,364	36.0%
491.Servicio de transporte ferroviario	27	13	11,986	13	13,977	1	59	0	0	13	13,929	1	65	1	76	-1,990	-16.6%
492.Servicio de transporte automotor	9,840	8,663	230,180	6,676	177,355	1,733	18,724	1,233	23,030	4,857	135,639	1,156	2,307	1,193	2,344	52,825	22.9%
501.Servicio de transporte marítimo	110	87	12,075	73	8,886	13	989	6	199	60	7,706	3	5	3	12	3,189	26.4%
502.Servicio de transporte fluvial y lacustre	110	91	7,352	70	4,097	10	35	7	56	59	4,006	8	6	7	6	3,255	44.3%
511.Servicio de transporte aéreo de pasajeros	193	140	85,147	108	24,117	10	59	11	428	95	23,633	2	8	3	11	61,030	71.7%
551. Servicios de alojamiento, excepto en camping	2,686	2,387	30,417	1,909	17,513	1,008	2,382	257	1,709	1,326	13,113	782	771	811	462	12,904	42.4%
552. Servicios de alojamiento en campings	31	28	63	14	35	7	5	2	0	9	30	6	2	5	2	28	44.2%
561. Servicios de expendio de comidas y bebidas	4,968	4,321	54,577	4,208	34,385	3,899	21,066	504	1,673	1,525	12,751	3,087	2,388	3,615	3,494	20,192	37.0%
681. Servicios inmobiliarios realizados por cuenta propia, con bienes propios o arrendados	25,804	19,761	63,630	8,163	26,330	1,096	12,579	1,188	3,351	6,483	10,973	1,303	5,577	1,255	6,151	37,300	58.6%
771. Alquiler de vehículos automotores y equipo de transporte sin conductor ni operarios	650	540	4,730	383	2,562	59	197	64	246	303	2,162	37	68	43	111	2,168	45.8%
773. Alquiler de maquinaria y equipo n.c.p., sin personal	914	782	10,763	632	5,433	273	2,015	109	545	438	2,955	216	537	222	619	5,330	49.5%
791. Servicios de agencias de viaje y otras actividades complementarias de apoyo turístico	1,870	1,622	50,498	1,202	38,402	512	15,835	136	1,562	733	20,925	66	122	55	43	12,096	24.0%
823. Servicios de organización de convenciones y exposiciones comerciales, excepto culturales y deportivos	77	68	755	52	450	12	38	10	42	35	371	3	0	4	0	305	40.4%
910. Servicios de bibliotecas, archivos y museos y servicios culturales n.c.p.	906	389	961	139	336	26	26	26	50	101	261	9	1	8	3	625	65.0%
939. Servicios de esparcimiento n.c.p.	426	354	4,935	295	2,505	190	355	40	265	140	1,923	138	58	159	96	2,430	49.2%

Fuente: elaboración propia en base a Anuario AFIP 2018.

BIBLIOGRAFÍA

- Adolfo Sturzenegger y Natalia Porto (2008), *“Informe Económico Anual sobre la actividad de viajes y turismo 2008”*, Cámara Argentina de Turismo.
- Adolfo Sturzenegger y Natalia Porto (2009), *“Informe Económico Anual sobre la actividad de viajes y turismo 2009”*, Cámara Argentina de Turismo.
- Adolfo Sturzenegger y Natalia Espinola (2010), *“Informe Económico Anual sobre la actividad de viajes y turismo 2010. Perspectivas para 2011”*, Cámara Argentina de Turismo.
- Ahumada, Ívico (1987), *“La productividad laboral en la industria manufacturera. Nivel y evolución durante el periodo 1970-1981”*. Secretaría de Trabajo y Previsión Social, México.
- Alberti, F. G. y Giusti, J. D. (2012), *“Cultural heritage, tourism and regional competitiveness: The motor Valley cluster”*.
- Alcocer Lizcano J. A. (2013), *“Competitividad en el sector turístico: una revisión de la literatura”*.
- Alonso V.H. (2009), *“Modelo Integral para evaluar la competitividad de destinos turísticos basado en la identificación de factores críticos de éxito”*.
- Banco Interamericano de Desarrollo (2010), *“La era de la productividad”*.
- Barney, J. (1991), *“Firm resources and sustained competitive advantage”*.
- Bertonecello, Rodolfo (2008), *“Turismo y geografía: Lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina”*, Fundación Centro Integral Comunicación, Cultura y Sociedad, Buenos Aires.
- Camisón, C. y Monfort Mir, V. (1998), *“Estrategias de reposicionamiento para destinos turísticos maduros: el caso de la Costa Blanca”*.

- Capanegra, C. A. (2006), *“La política turística en Argentina en el siglo XX”*, Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Centro Nacional de Productividad de Colombia (2001), elaborado por Katsuyoshi Wada. *“Manual para la medición de la productividad un enfoque del valor agregado”*.
- Crouch, G.I. y Ritchie, J.R.B. (2000), *“The competitiveness destination: a sustainability perspective”*.
- Diaz E., Rule S., Yoma G. A., (2010), *“Modelización de los flujos turísticos hacia la argentina a partir de la determinación del tipo de cambio real multilateral del turismo”*, Notas en Turismo y Economía. Año I. Nro. II. 2010. ISSN 1853-1504.
- David Ricardo (1817), *“Principios de Economía Política y Tributación”*.
- Decasper Sandra, Servalli Natalia (2015), *“Turismo y competitividad en América Latina”*, Boletín Informativo Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo, Universidad Nacional de San Martín.
- Dunjo, Jorgelina (2013), *“Características del Turismo en las Regiones Turísticas Argentinas”*.
- Dwyer, L., y Kim, C. (s. f.), *“Destination Competitiveness: a model and determinants”*.
- Ferraro C., Goldstein E. (2011), *“Políticas de acceso al financiamiento para las pequeñas y medianas empresas en América Latina”*, CEPAL.
- Flores, D. (2009), *“Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos un análisis comparativo de los Parques Naturales Sierra de Aracena y Picos de Aroche y Sierras de Cazorla, Segura y las Villas: memoria para optar al grado de doctor”*.
- Foro Económico Mundial (2019), *“Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (ICT)”*

- Grant, R. M. (2006), *“Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones”*.
- Hassan, S. S. (2000), *“Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry”*.
- Informe de Intercambio Comercial Argentino (ICA) del INDEC.
- Lara, Alejandro (comp.) (2008), *“Cien años de turismo argentino”*, Proia, Buenos Aires.
- Levitan, Sar, Diane Werneke (1984), *“Productivity: Problems, prospects, and policies”*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore.
- Martínez de Ita M.E. (2008), *“El concepto de productividad en el análisis económico”*, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Marx K. (1867), *“El capital. Crítica de la economía política”*.
- Mill S. (1848). *“Principios de Economía Política”*.
- Ministerio de Turismo de Argentina (2014), *“Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025”*.
- Naciones Unidas (2001), *“Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual”*
- OCDE (2019), *“Políticas para PyMEs competitivas en la Alianza del Pacífico y países participantes de América del Sur”*.
- Organización Mundial del Turismo (1997), *“Introducción al Turismo”*.
- Organización Mundial del Turismo (2001), *“Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual”*.
- Organización Internacional del Trabajo (1996), *“Introducción al estudio del trabajo”*.
- Oscar A., Colmenares D. (2007), *“Medición de la productividad empresarial”*.
<https://www.gestiopolis.com/medicion-de-la-productividad-empresarial/>

- Peteraf, M. A. (1993), *“The cornerstones of competitive advantage: a resource-based view”*.
- Porter, M. E. (1990), *“The competitive advantage of nations.”*
- Porter, M. E. (1991), *“La ventaja competitiva de las naciones”*.
- Porter, M. E. (2005), *“Qué es la competitividad. Apuntes de Globalización y Estrategia”*.
- Porto N. (1998), *“El turismo como alternativa de crecimiento”*, Documento de Trabajo N 11, Universidad Nacional de La Plata.
- Resolución General de AFIP N 3537/2013.
- Schenkel E., Almeida García F. (2015), *“La política turística y la intervención del Estado. El caso de Argentina”*, Perfiles Latinoamericanos, vol. 23.
- Schlüter, Regina (2003), *“El turismo en la Argentina. Del balneario al campo”*, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Buenos Aires.
- Schteingart D., Trombetta M. y Bertin P. (2021), *“Flujos turísticos internacionales en Argentina”*, Documentos de Trabajo del CEP XXI N° 3, Centro de Estudios para la Producción XXI - Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación.
- Smith A. (1776). *“La Riqueza de las Naciones”*.
- Solow R. (1957), *“Technical Change and the Aggregate Production Function”*.
- Velasco González M. (2002), *“Sobre el turismo y la política turística. Conclusiones de la tesis doctoral: La política turística: objeto, contenido e instrumentos. Evolución de la política turística en la Organización Central del Estado: 1951-2000”*, Universidad Complutense, España.
- Wallingre, Noemí (2007a), *“Historia del turismo argentino”*, Ediciones Turísticas, Buenos Aires.

- Web del Ministerio de Turismo de Argentina:

<https://www.argentina.travel/es#!/global/home>



Universidad de
San Andrés