

*Gestión y/o modelos de medición de la Responsabilidad Social*

**XI CONGRESO INTERNACIONAL DE COSTOS Y GESTIÓN**

**XXXII CONGRESO ARGENTINO DE PROFESORES  
UNIVERSITARIOS DE COSTOS**

**LA INFORMACIÓN EN LAS EMPRESAS DE TURISMO:  
UNA APROXIMACIÓN AL MODELO DE MEDICIÓN**

**Tipificación:** Conclusiones o Avances de proyectos de investigación

**Autores**

Profesora LILIANA B. FREIRE  
Profesora GRACIELA M. NEIRA

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA  
SOCIAS IAPUCO  
REPÚBLICA ARGENTINA**

**Trelew – Patagonia Argentina, Septiembre de 2009**

**XI CONGRESO INTERNACIONAL DE COSTOS Y GESTIÓN  
XXXII CONGRESO ARGENTINO DE PROFESORES  
UNIVERSITARIOS DE COSTOS**

**LA INFORMACIÓN EN LAS EMPRESAS DE TURISMO:  
UNA APROXIMACIÓN AL MODELO DE MEDICIÓN**

**Tipificación:** Conclusiones o Avances de proyectos de investigación

**RESUMEN**

El objetivo del presente trabajo, del cual es parte de un Proyecto de investigación de la Universidad Nacional de La Plata, es destacar la importancia de un modelo social-contable que satisfaga las necesidades de información sobre la responsabilidad social de las empresas de servicios de turismo, como así también dar a conocer las externalidades propias de esta clase de “empresas de servicio”. Dando a conocer distintos costos propios de estas empresas, para luego apropiarse el beneficio no sólo para la empresa en cuestión sino para la sociedad en su conjunto.

El desarrollo sustentable de la actividad, deberá fundamentarse en el largo plazo, soportable ecológicamente, es decir permitiendo conservar el capital natural y cultural, viable económicamente y equitativo para la comunidad local.

Desde el aspecto económico, el turismo deberá respetar los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores. Está destinada a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación.

Por último, y teniendo en cuenta la utilidad de la Contabilidad, no sólo desde su faceta patrimonialista centrada en un enfoque económico-financiero, sino también incluyendo un enfoque más amplio que considere su impacto social, resulta apropiado definir un modelo de información contable apto a los efectos de brindar apoyo en la búsqueda de parámetros válidos que brinden soporte de un modelo de aplicación que reúna la información necesaria para las organizaciones del turismo.

Atendiendo a la necesidad de información de una gran variedad de usuarios a los que la contabilidad debe dar respuesta, la elaboración de un modelo en particular partiendo de un modelo general, permitirá por ejemplo, detectar potenciales mejoras, evaluar los resultados de las políticas y de la gestión y brindar información acorde a las necesidades del usuario, y al conocer las externalidades, saber cuál es el impacto en la sociedad en la cual está interactuando la empresa.

Es así como también, se explicita en el presente trabajo, los fundamentos de la medición que se han ido dando paulatina y lentamente en el transcurso del tiempo y que aún hoy no podemos asegurar que haya concluido su ciclo.

## **1- INTRODUCCION**

La Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata, ha desarrollado una Licenciatura en Turismo, con orientación económica, en la que están involucradas las tres carreras de grado que se cursan en ella: Licenciatura en Administración, en Economía y Contador Público.

Y es en este ámbito que hemos desarrollado un Proyecto de investigación que fue acreditación ante la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad.

La denominación del proyecto es: Economía del turismo, análisis de algunas restricciones al desarrollo del turismo en la Argentina y en el se analizan, desde el punto de vista de las **tres visiones**: contable, económica y administrativa, algunas de las que consideramos más significativas en la zona de La Plata y Gran La Plata.

Es de esperar que se logre contribuir a la realización de políticas que tiendan a morigerarlas para un mejor desarrollo de esta actividad.

Lo que buscamos en esta fase del proyecto es destacar la importancia de un modelo social-contable que satisfaga las necesidades de información sobre la responsabilidad social de las empresas de servicios de turismo, como así también dar a conocer las externalidades propias de esta clase de “empresas de servicio”. Dando a conocer distintos costos propios de estas empresas, para luego apropiarse el beneficio no sólo para la empresa en cuestión sino para la sociedad en su conjunto.

Por último, y teniendo en cuenta la utilidad de la Contabilidad, no sólo desde su faceta patrimonialista centrada en un enfoque económico-financiero, sino también incluyendo un enfoque más amplio que considere su impacto social, resulta apropiado definir un modelo de información contable apto a los efectos de brindar apoyo en la búsqueda de parámetros válidos que brinden soporte de un modelo de aplicación que reúna la información necesaria para las organizaciones del turismo.

Atendiendo a la necesidad de información de una gran variedad de usuarios a los que la contabilidad debe dar respuesta, la elaboración de un modelo en particular partiendo de un modelo general, permitirá por ejemplo, detectar potenciales mejoras, evaluar los resultados de las políticas y de la gestión y brindar información acorde a las necesidades del usuario, y al conocer las externalidades, saber cuál es el impacto en la sociedad en la cuál está interactuando la empresa.

El mundo está en permanente cambio y es por ello que debemos encontrar nuevas herramientas para brindar información en las organizaciones. El presente trabajo nace a partir de una búsqueda de todas las posibilidades de medición que se puedan asignar a la contabilidad de la productividad.

Es así como también, se explicita en el presente trabajo, los fundamentos de la medición que se han ido dando paulatina y lentamente en el transcurso del tiempo y que aún hoy no podemos asegurar que haya concluido su ciclo.

“...Al amparo de la teoría contable doctrinaria esta autoevaluación sí sería posible...”  
“...una de las tareas más complicadas, en estos trabajos de evaluaciones reside en la

asignación de la importancia relativa de cada uno de los indicadores, pues contienen una fuerte dosis de subjetividad...”<sup>1</sup>

Es así, que los hechos “...no se expresan necesariamente como asientos en la forma que conocemos, sino que se exteriorizan en informes cualitativos y cuantitativos...”<sup>2</sup> Este trabajo pretende considerar:

- cómo se reflejan contablemente esos hechos de modo que la contabilidad se transforme en la herramienta fundamental para la toma de decisiones y
- cuál es el impacto de cada recurso en la productividad de este tipo de organizaciones.

## **2 – CARACTERISTICAS DE LA ACTIVIDAD**

Este tipo de empresas pertenecen indudablemente al ámbito que hace años se ha denominado como “servucción” (prestación de servicios) en tanto las actividades desarrolladas tienden a la creación o producción de un “servicio distinto”

Y ampliando el concepto y tomando la definición de Eiglier y Langeard (Servucción: el marketing de los servicios, Ed. Mc Graw-Hill, Madrid, 1989), podemos decir que: “...la servucción en la empresa de servicio es la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos de la relación cliente-empresa necesaria para la realización de una prestación de servicio cuyas características comerciales y niveles de calidad han sido determinados...”. Las empresas de turismo poseen estos rasgos sin perjuicio de ciertas particularidades.

Si tenemos en cuenta la cronología en las empresas de turismo, haciendo historia podemos decir que el turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX como una consecuencia de la Revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se distinguen por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquistas, comercio, etc. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros:

### Edad Antigua

En la Grecia clásica se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que se realizaban con motivo de asistir a olimpíadas a las que acudían miles de personas y donde se mezclaban religión y deporte.

### Edad Media

Durante la Edad Media hay en un primer momento un retroceso debido a la mayor conflictividad y recesión económica consiguiente. En esta época surge un tipo de viaje

---

<sup>1</sup> Mario Biondi, “Los recursos humanos como activos de las empresas”. Errepar Profesional & Empresaria. Tomo II N° 20. Buenos Aires, Mayo 2001.

<sup>2</sup> Jorge Tua Pereda, XXV años de Contabilidad Universitaria en España, Madrid 1994.

nuevo, las peregrinaciones religiosas. Éstas ya habían existido en la época antigua y clásica pero tanto el Cristianismo como el Islam las extenderían a mayor número de creyentes y los desplazamientos serían mayores.

### Edad Moderna

Es en este momento cuando aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel. Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito se hacía imposible alojar a todos en palacio por lo que se crearon estas construcciones.

Ésta es también la época de las grandes expediciones marítimas de españolas, británicos y portugueses que despertan la curiosidad y el interés por viajar.

### Edad Contemporánea

Ya con la Revolución Industrial se consolida la burguesía volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. El invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes, que hasta el momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos.

Inglaterra ofrece por primera vez travesías transoceánicas y domina el mercado marítimo en la segunda mitad del siglo XIX, lo que favorecerá las corrientes migratorias europeas a América.

Comienza a surgir el turismo de montaña o salud: se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas, muchos de ellos llegan a nuestros días como pequeños hoteles con encanto.

Al estallar la Primera Guerra mundial en el verano de 1914 se considera que había aproximadamente 150.000 turistas americanos en Europa. Tras finalizar la guerra comenzó la fabricación en masa de autocares y automóviles. En esta época las playas y los ríos se convierten en el centro del turismo en Europa comenzando a adquirir gran importancia el turismo de costa.

La Segunda Guerra Mundial paraliza absolutamente el turismo en el mundo y sus efectos se extienden hasta el año 1949. Entre 1950 y 1973 se comienza a hablar del boom turístico. El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia. Este desarrollo es consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del ocio en el mundo occidental. En esta época se comienza a legislar sobre el sector.

En los 80 se produce una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hoteleras y de los tour operadores, que buscan nuevas formas de utilización del tiempo libre (parque temáticos, deporte, riesgo, salud, etc) aplican técnicas de marketing, pues el turista cada vez tiene mayor experiencia y busca nuevos productos y destinos turísticos, lo que crea una fuerte competencia entre ellos. La multimedia y las comunicaciones transforman el sector, modificando el diseño de los productos, la prestación del servicio, la comercialización del mismo de una manera más fluida.

° Una clasificación más específica de la actividad puede ser, desde el punto de vista general:

### Turismo de masas

Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas de clase media y por tanto no es un tipo de turismo exclusivo para un colectivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado.

### Turismo cultural

Precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional.

\*Urbano: desarrollado en ciudades principalmente en aquellas que son patrimonio de la Humanidad. Clientes de nivel cultural y poder adquisitivo alto.

\*Monumental: vinculado exclusivamente a monumentos históricos-artísticos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.

\*Arqueológico: vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos.

\*De compras: vinculado a las compras a buen precio o exclusivos.

\*Etnográfico: vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos.

\*Literario: motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico.

\*De formación: vinculado a los estudios, fundamentalmente de idiomas.

\*Científico: es una oferta turística para realizar investigaciones en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos.

\*Gastronómico: vinculado a la comida de una zona

\*Industrial: motivado por la visita a fábricas o grandes construcciones civiles.

\*Itinerante: se desarrolla en varios lugares siguiendo rutas preestablecidas.

### Turismo Natural

\*Parques temáticos: basado en atracciones turísticas de temas concretos. Se caracteriza por la participación activa del visitante.

\*Verde o Ecoturismo: basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.

\* Rural: el desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural.

\* Agroturismo: su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustriales.

\*Ornitológico: es el turismo centrado en el avistamiento y observación de aves.

### Turismo activo:

Se realiza en espacios naturales, el turismo activo está estrechamente relacionado con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realizan en un parque natural debido al interés ecológico que estos presentan.

\* Ictioturismo: es la actividad turística centrada en la práctica de la pesca deportiva

\* Deportivo: la principal motivación es practicar algún deporte. Se puede dividir en dos grupos: deporte de exterior y el de interior.

\* Aventura: aquí solo se practican deportes de riesgo. El usuario de este tipo de turismo suele ser de nivel adquisitivo y cultural alto y de muy buena forma física.

\* Espacial: viajes a espacio.

\* Religioso: una oferta ligada a lugares o acontecimientos de carácter religioso de relevancia. Los tres núcleos de mayor importancia son Jerusalén, la Meca, Roma y Santiago de Compostela.

\* Espiritual: su motivación es el recogimiento y la meditación.

\* Termal o de Salud: está vinculado a los balnearios que ofrecen tratamientos para diversas dolencias.

\*Médico: está orientado a la realización de intervenciones quirúrgicas o tratamiento médicos vinculados.

\* Sexual: orientado a mantener relaciones sexuales.

\* Turismo Social: aquel dedicado a la participación en actividades para mejorar las condiciones de las capas de población económicamente más débiles.

#### Turismo de negocios:

\* Negocios: utilizado por empresarios, ejecutivos, comerciantes y otros profesionales para cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios.

\* Reuniones y Congresos: muy importante y habitualmente confundido con el de convenciones. El congreso reúne a un colectivo o asociación y suele tener carácter científico. Acuden profesionales del mismo sector pero no tienen que ser de la misma empresa.

\*Convenciones: suele reunir a distintos profesionales de una misma empresa con el objeto de dar a conocer a sus empleados un nuevo producto, tratar la planificación estratégica para la nueva campaña, etc.

#### Turismo sustentable:

El turismo es considerado actualmente como la industria del mundo con el crecimiento más rápido. Sin embargo, abundan las pruebas que muchas modalidades del desarrollo turístico tradicional dañan en diversos grados el medio ambiente. El desarrollo turístico tradicional sin control, convencional o de masas en áreas de belleza natural y en pequeñas comunidades de importancia cultural es particularmente dañino para el medio ambiente y las poblaciones locales.

Por lo señalado anteriormente, el turismo debe desarrollarse de manera sostenible, es decir, de tal manera que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras.

El crecimiento del turismo a escala internacional ha acarreado problemas, sobre todo en lo referente a su impacto en las sociedades y en el medio ambiente.

El turismo sostenible fue descrito como un turismo que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos; integrando las actividades económicas y recreativas con el objetivo de buscar la conservación de los valores naturales y culturales.

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT) "El turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida".

° Una caracterización especial la realiza ARBA Agencia de Recaudación de la Provincia de Buenos Aires, expuso los lineamientos básicos de la gravabilidad para el sector, mediante Dictamen 4/83, cuando la ley 18.829 –aún vigente- se encontraba reglamentada por el Decreto 2254/70.

He aquí que el Decreto Reglamentario citado fue derogado y rige en la actualidad, el Decreto 2182 (BO 28/04/72). Esta norma modifica en algunos aspectos a su anterior, por lo que conviene que tengamos en cuenta algunos conceptos.

En este sentido, el art. 4º del Dec. 2182 establece que de acuerdo a las tareas que desarrollen, las agencias comprendidas en la ley 18.829, podrán agruparse del siguiente modo:

- **Empresas de viajes y turismo:** son aquellas que pueden realizar todas las actividades que determina el art. 1º de la Ley, esto es, la intermediación en la reserva o locación de servicios en cualquier medio de transporte en el país o en el extranjero; la intermediación en la contratación de servicios hoteleros en el país o en el extranjero; la organización de viajes de carácter individual o colectivo, excursiones, cruceros o similares, con o sin inclusión de todos los servicios propios de los denominados viajes a “forfait”, en el país o en el extranjero; la recepción o asistencia de turistas durante sus viajes y su permanencia en el país, la prestación a los mismos de los servicios de guías turísticos y el despacho de sus equipajes; la representación de otras agencias, tanto nacionales como extranjeras a fin de prestar en su nombre cualesquiera de estos servicios; la realización de cualquier otro tipo de actividad similar o conexas a las ya expuestas en beneficio del turismo, ya sea que las mismas sean desarrolladas para sus propios clientes, para otras agencias del país o del exterior, o para terceros.
- **Agencias de Turismo:** son aquellas que pueden realizar todas las actividades que determina el art. 1º de la Ley 18.829 (y que ya hemos descrito en el punto anterior), exclusivamente para sus clientes, incluyendo el turismo respectivo.
- **Agencias de pasajes:** se refiere a aquellas que sólo pueden actuar en la reserva y venta de pasajes en todos los medios de transporte autorizados o en venta de los servicios programados por las Empresas de viajes y turismo y los transportadores marítimos y fluviales.

### **3 – LA GESTIÓN EN LAS EMPRESAS DE TURISMO**

Al abordar la tarea de elaborar un sistema de información que sea útil para la toma de decisiones en una unidad económica, y por ende gestionar, es preciso conocer las particularidades del entorno en el que se desenvuelven, como así también las características generales y las específicas de su actividad.

Dentro de estas particularidades, podemos dar a conocer que en 2006 el turismo receptivo ocupó el cuarto lugar en los ingresos de divisas en nuestro país por exportaciones y bienes de servicios. Este sector también representó el 7,41 % del PBI y el 7,15 % del empleo total del país. Según la Secretaría de Turismo de la Nación “otra dimensión del impacto del sector es que sus ramas características emplean cerca de 950 mil puestos de trabajo, lo que representa el 10 % del empleo total en el país en el año 2007.

Y según el informe “Importancia de la industria de Viajes y Turismo como actividad económica de la Cámara Argentina de Turismo, tenemos que “...La cadena de valor del sector turístico adquiere cada vez mayor relevancia en las cuentas nacionales y en la generación de puestos de trabajo, lo que le otorga una merecida preponderancia al momento de establecer estrategias de desarrollo para el país...”

Son pocos los datos oficiales con los que cuenta el sector, por ello, en las decisiones estratégicas apropiadas debe de existir una planificación integrada entre los actores privados



y el sector gobierno, donde se planifiquen todas las actividades, productos y servicios, para que el atractivo turístico se transforme en un destino turístico sostenible y sustentable.

## **A) HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA LA GESTIÓN**

Dentro de la planificación sobre estructuras preexistentes, el destino turístico existe con sus estructuras, actividades, productos y servicios, por lo que la planificación es una necesidad de coordinación, eficientización y racionalización de los recursos existentes. Esta planificación integral, debe:

- Determinar objetivos, que en este caso el objetivo del Proyecto de investigación es “...analizar las restricciones más significativas que demoran el crecimiento del turismo, desde el punto de vista de los aspectos económicos de la actividad, intentando contribuir a la realización de políticas que permitan superar dichas restricciones...”
- Coordinar las actividades
- Fijar pautas para definir las capacidades de tales actividades.

Algunas de las características que deben tener en cuenta el empresario del sector turístico, son:

- 1- El segmento de clientes a dirigirse
- 2- El precio a fijar en forma individual
- 3- El precio a fijar por paquete
- 4- La oferta de servicios adicionales, entre otros.

Centrándonos en las herramientas necesarias para la gestión existe un bagaje de técnicas, estudios, sistemas, etc. disponibles para un análisis detallado como por ejemplo:

Planificación  
Apertura de Costos fijos (estructura y operativos)  
Costos variables  
Análisis Marginal  
Punto de Equilibrio  
Análisis de nivel de ocupación  
Benchmarking y Outsourcing  
Ciclo de vida de los productos  
Mercados alternativos  
Análisis de la cadena de valor del sector

Una vez que hemos analizado las características propias del sector y utilizado las herramientas disponibles para la gestión debemos tener en cuenta la existencia de factores que condicionan las decisiones:

## **B) FACTORES QUE CONDICIONAN LAS DECISIONES**

- ciclos estacionales (temporadas altas y bajas)
- competencia con otros destinos turísticos
- los ciclos estacionales
- la demanda probable de turistas
- la cantidad de atractivos a visitar
- el tiempo de visita de los distintos atractivos
- el tiempo de estadía mínima
- la disponibilidad de alojamiento

- los medios de transporte disponibles y su frecuencia.

Las frecuencias de viajes (aéreos y/o terrestres) son de vital importancia para tomar decisiones en épocas de baja temporada (baja ocupación). Dependiendo del lugar y los medios de comunicación existentes.

Y no debemos olvidar que las inversiones en infraestructura turística implican un elevado volumen de capital, que se diseñan en función de los niveles de ocupación de temporada alta y a su vez es necesario conocer con anticipación la ociosidad de las bajas temporadas.

La definición del nivel de ocupación del destino turístico, depende de una adecuada Planificación integrada, y las empresas vinculadas a la actividad se deben adaptar a las decisiones estratégicas del conjunto de actores que intervienen.

Las empresas pueden quedar fuera de mercado por no adaptarse a los cambios estratégicos o bien las alternativas de cambios estratégicos o bien las alternativas de cambio se tornan no rentables.

#### **4 - CONTABILIDAD DE LA PRODUCTIVIDAD, un enfoque de sistemas**

Luego de haber analizado las características de la actividad de turismo y de su medio nos preguntamos *¿Cuál debería ser la información a brindar por las empresas de turismo?*

"...La contabilidad tradicional ha tenido un sesgo netamente "patrimonial"...no obstante el tiempo no transcurrió en vano...hoy descubrimos que la disciplina contable comprende una concepción más abarcativa de aquellas funciones originales..."<sup>3</sup>

*"Contabilidad es la disciplina científica que se ocupa de cuantificar, económicamente, todos aquellos acontecimientos que, directa o indirectamente, puedan ejercer influencia en la sociedad o en los entes que la integran."*<sup>4</sup>

Partimos de una concepción amplia del discurso contable, por lo cual deberían de existir modelos alternativos para obtener otro tipo de información que el usuario necesite (reconocemos como usuarios, no sólo a los accionistas, sino también a los clientes, proveedores, trabajadores, organismos estatales, y en este tipo de empresas de turismo, a la región en su conjunto).

Dentro del Proyecto uno de los objetivos se describe como: "sugerir un modelo de información contable apto para la integridad del sector".

En la búsqueda de una respuesta al objetivo planteado buscamos distintas opiniones sobre el tema modelos contables patrimoniales, una de ellas las del Dr. Mario Biondi <sup>5</sup> quien

---

<sup>3</sup> Freire, Liliana: "Estudio sobre una nueva concepción de contabilidad", Revista del Instituto de Estudios Contables, Año 1.

<sup>4</sup> Mario César Vecchioli, II Conferencia Internacional de Ciencias Económicas, Granada 2000.

<sup>5</sup> Biondi, Mario: "Teoría de la Contabilidad", Ediciones Macchi.

define qué entiende por modelo "...es una definición de variables, una selección que conforma una idea, un deseo o una expectativa..."<sup>6</sup>, quien coincide con el Dr. Carlos Luis García Casella, estrechamente vinculados en la investigación contable.

Es a través de la cita mencionada, donde queda implícita la idea de un modelo que no sea un diseño, sino una elección de variables relevantes. Siguiendo a Mario Bunge afirma que "...son homogéneas, sus conceptos no se contradicen. Los modelos contables pueden, en cambio, contener conceptos o variables no homogéneas, para ello, los investigadores..., eligen de cada corriente de opinión,..., lo que consideran más adecuado. Un modelo puede combinar pautas de más de una corriente..."<sup>7</sup>

Y por ende, en el enfoque de la utilidad del usuario, y reconociendo la existencia de los usuarios antes mencionados, podríamos elaborar un modelo para cada uno de ellos, identificando variables que tengan que ver con los aspectos que deben tener un tratamiento particular.

Tenemos que identificar en este caso las variables, contemplando el aspecto social de la disciplina contable, y que tradicionalmente no son tomadas en cuenta por los modelos contables patrimoniales.

El turismo es una actividad que se compone por una compleja red de acciones, instituciones y actores, y es posible afirmar que el turismo, no es, ni puede ser, un área exclusiva de un sector en particular. Como se expresó en párrafos anteriores las empresas vinculadas se deben adaptar a las decisiones estratégicas del conjunto de actores que intervienen.

Uno de los principales cambios operados en el país en los últimos años ha sido la importancia que se le da al turismo y por ende a las empresas prestadoras del servicio turístico.

Las empresas de turismo están inmersas en mercados altamente competitivos, donde la disminución de los costos y la calidad son variables fundamentales para el logro del crecimiento y en algunos casos de la supervivencia.

Las empresas toman conciencia de la importancia de la gestión de los recursos para la optimización de los servicios.

Tomando la opinión de Ricardo Laporta, "...cada empresa deberá adoptar la estrategia que considere más pertinente, de acuerdo a las posibilidades económicas, procurando crear una cultura social y ética en relación al medioambiente..."

En el aspecto económico de los problemas, hace que hablemos de variables en términos económicos.

Al utilizar la información sobre la medición de las variables económicas y se espera que el conocimiento genere las acciones apropiadas de corrección.

---

<sup>6</sup> García Casella, Carlos Luis: "La capacidad informativa de los estados contables" Alta Gerencia, Año IV, tomo VII, Bs. As.

<sup>7</sup> Bunge, Mario: "La investigación científica, su estrategia y su filosofía", Editorial Ariel SA, 2da. Edición.

La idea es crear administraciones capaces de manejar los efectos del turismo sobre el ambiente, con el fin de que puedan actuar a tiempo para impedir impactos negativos. Con buenos indicadores, los administradores de turismo pueden identificar mejor los asuntos emergentes, y por lo tanto prevenirlos o mitigarlos. Estos indicadores pueden servir como una forma de monitoreo en el ámbito regional o nacional.

El saber "...cambia la forma de pensar de la Dirección y de los trabajadores al conocer el costo económico de los errores que se cometen. Corresponde señalar que esta peculiaridad es la que obliga a una mayor cuota de ética en su formulación, incluyendo precisamente la forma de abordar la prestación del servicio, el uso eficiente de los recursos y la apropiación al mismo de los recursos estrictamente necesarios y correctamente cuantificados en cuanto a su utilización..."<sup>8</sup>

No podemos desconocer que estamos frente a un nuevo paradigma de la información contable que será requerida a los futuros profesionales.

La respuesta que se brinde a los diferentes usuarios dependerá de una sólida formación basada en la integración de los conocimientos.

"...Ello requiere un conocimiento de la perspectiva histórica de la profesión contable, de su perspectiva ética y de la perspectiva teórica de las otras disciplinas en cuyo marco opera la contabilidad, tal como la economía..."<sup>9</sup>

Siendo la contabilidad de la productividad una manifestación de la Teoría General de la Contabilidad.

Entendiendo que la productividad es un índice que relaciona las salidas de un sistema con el conjunto de sus entradas es fundamental para su cálculo y análisis posterior el enfoque de sistema. La pretensión es conocer el impacto de cada recurso en la productividad de este tipo de organizaciones.

Es importante resaltar que pueden mostrarse índices de productividad parcial, que es la que mide la relación entre la totalidad de las salidas con un único insumo aplicado.

## **5 - FUNDAMENTOS DE LA MEDICION**

La información que brindan los índices de productividad, puede estar expresados a través de diferentes unidades. Estas pueden ser:

### **\* EN UNIDADES FÍSICAS**

La productividad física es el cociente entre la cantidad física de la salida del sistema y la cantidad necesaria de esa entrada para producir la salida mencionada, o lo que es lo mismo, la cantidad de salida por unidad de una de las entradas.

---

<sup>8</sup> Troncoso, Gregorio Coronel "Costos en entidades de salud", Revista del IAPUCO N° 30.

<sup>9</sup> Laporta, Ricardo: "Costos de calidad y no calidad", Revista del IAPUCO.

La salida puede estar expresada en toneladas, metros, metros cuadrados, unidades, porcentual, etc. y la entrada en horas-hombre, horas-máquina, Kwh, etc.

#### \* EN UNIDADES MONETARIAS

La productividad valorizada es exactamente igual a la productividad física, pero la salida está expresada en términos monetarios.

Ante una realidad en permanente cambio, la organización del turismo, debe adaptarse con rapidez para lograr permanecer en el competitivo de este tercer milenio. La adaptación dependerá de las decisiones que se adopten, por lo tanto los informes contables deben brindar información "suficiente".

Esta información "suficiente", debe abarcar todos los elementos que integran la organización:

### **A) FACTORES DE CAPITAL**

La información a brindar a través de los índices de productividad de una organización es amplísima. Como también es amplísima la cantidad de índices de productividad que es posible formular a modo de ejemplo:

- a) Productividad de los Materiales = Bienes Producidos / Materiales
- b) Productividad de las Maquinarias =  
Bienes y/o servicios Producidos / Horas máquinas utilizadas
- c) Productividad de la Energía = Bienes y/o servicios Producidos / Energía Consumida

Es importante resaltar que todos ellos corresponden a índices de productividad parcial. La productividad parcial mide la relación entre la totalidad de las salidas con un único insumo aplicado.

### **B) FACTORES HUMANOS**

Durante las últimas décadas, la contabilidad ha desarrollado el tratamiento de los recursos humanos. En esta perspectiva la contabilidad entra a jugar un rol importante para medir el valor de los recursos humanos dentro de las organizaciones.

Asimismo, se puede afirmar que además de los factores enunciados, existen otras variables que inciden significativamente en la productividad de las organizaciones. Estos factores consideran la habilidad con la que los individuos manejan o manipulan los factores de capital.

El trabajo constituye un factor productivo fundamental como determinante en el rendimiento de las combinaciones productivas, por su capacidad de creatividad y respuesta a situaciones excepcionales, podemos medir la productividad de la mano de obra:

Productividad Mano de Obra= Bienes y/o Servicios Producidos / Horas Mano de Obra

Siendo esta una medida típica, es también una simplificación de la realidad. El factor humano abarca los conocimientos, habilidades y esfuerzos de los individuos que forman la organización. Es decir, la habilidad con la que los individuos manejan o manipulan los factores de capital.

### **C) FACTORES FUNCIONALES**

El factor funcional esta compuesto de todos aquellos elementos que definen la forma de trabajo de la organización, como por ejemplo: la filosofía de gestión, la cultura organizacional, los procesos de gestión, los sistemas tecnológicos y de comunicación.

Son en definitiva, los procesos, metodologías, tecnologías que hacen posible el funcionamiento de la organización y permiten o limitan el incremento de la productividad del factor humano.

Dentro de este grupo de factores, encontramos aquellos que afectan o determinan la productividad de las organizaciones: el clima laboral, la relación de la organización con el cliente, etc.

Es fundamental establecer los oportunos canales de comunicación que le permitan, a los recursos humanos formular sus quejas, presentar sus iniciativas y relacionarse con el resto de los puestos de trabajo.

Los factores funcionales son importantes porque aportan orden, seguridad, corrección y calidad a la organización.

Todos estos factores enunciados influyen sobre la productividad de las organizaciones, lo que torna su medición y análisis de fundamental importancia para la toma de decisiones.

### **6- MEDICION EN LAS EMPRESAS DE TURISMO**

Si tenemos en cuenta los fundamentos para la medición en este tipo de organizaciones, y dado que la contabilidad patrimonial no siempre refleja la realidad económico-social, en parte, la información se distorciona por las externalidades (positivas y negativas):

#### **A) LAS EXTERNALIDADES. EL TEOREMA DE “COASE”**

Si recordamos de los trabajos realizados por economistas, y haciendo memoria, “...por externalidad se entiende una influencia entre unidades económicas (consumidores y/o productores), de tal forma que la conducta de una de ellas se vea afectada por decisiones tomadas por otra unidad. Como ejemplo, puede mencionarse el caso en el cual la variación en la cantidad consumida de un bien por la persona A, afecta la utilidad de la persona B.

Es importante distinguir dos casos de externalidad: la externalidad pecuniaria y la externalidad tecnológica. En la externalidad pecuniaria la influencia de una unidad económica sobre otra se transmite a través de algún precio, mientras que en la externalidad tecnológica la influencia opera directamente, sin que sea posible establecer un flujo monetario correspondiente.

Las externalidades pecuniarias no traen problemas desde el punto de vista social; al contrario, es cuando mejor cumple su función el sistema de precios como indicador de

escasez relativa. En cambio, las externalidades tecnológicas sí pueden traer problemas desde el punto de vista del “óptimo Pareto”, y son las que intentamos dar a conocer en la investigación y por ello realizamos esta asociación económico-social-contable.

Se tiene en cuenta para un modelo social-contable las consecuencias de las externalidades, puesto que éstas, dan origen a distorsiones en el funcionamiento del sistema de mercado, éste último no llevará necesariamente el óptimo social en la asignación de recursos. (Recordando, “el óptimo Pareto”, cada una de las combinaciones asegura que no puede mejorarse el bienestar de uno de los consumidores sin perjudicar el de algún otro).

Para poder mostrar el problema, y siguiendo a Nuñez Miñana “...a continuación se tomará el caso de externalidades unilaterales negativas, aunque con las debidas modificaciones el argumento puede aplicarse a los demás casos. Para ejemplificar, supóngase que B se propone edificar en su terreno de forma que perjudica a su vecino A (vrg. Le quita el sol)

El óptimo social no se alcanza porque B tomará su decisión únicamente teniendo en cuenta las repercusiones directas del consumo del bien Xb sobre su utilidad (UB) sin tener en cuenta las repercusiones indirectas (negativas) de dicho consumo xB sobre la utilidad de A (UA); por lo tanto la cantidad XB consumida será mayor que la que resultaría óptima (Paretiana). La persona B toma en sus decisiones únicamente en cuenta los elementos internos de su decisión (el aumento de UB como consecuencia del aumento de XB) sin tener en cuenta la externalidad generada sobre A...”

Las posibles soluciones planteadas por el mismo autor, al problema de las externalidades, pueden ser:

- Administrativas: regulaciones legales que impidan que B perjudique a A;
- Judicial: A puede demandar por vía judicial que B;
- Fiscal: puede imponerse un impuesto sobre B y pagar a A el importe recaudado;
- Arreglo voluntario: las características de este arreglo depende de la responsabilidad jurídica establecida

Si seguimos con esta posible solución, encontramos que permite alcanzar el óptimo Pareto sin necesidad de la intervención del Estado. A este tipo de demostración se la conoce como “El Teorema de COASE” y por lo tanto establece que a través del arreglo voluntario se alcanzará el óptimo Pareto independientemente de la asignación legal de responsabilidad.

## **B) SU IDENTIFICACIÓN EN LAS EMPRESAS DE TURISMO**

En una primera fase del Proyecto de investigación se intentó identificar las externalidades desde el punto de vista de indicadores, que se relacionan con los datos que dan a conocer en la información externa las empresas de turismo, a través de los distintos objetivos que se reproducen en el ANEXO para poder agilizar su lectura y centrarnos en uno en forma particular.

Este Congreso Internacional de Costos, nos brinda la posibilidad de contar con un espacio de reflexión y en el que uno de sus ejes temáticos es el de “gestión y/o modelos de

medición de la Responsabilidad social”, por eso en este acápite hacemos especial hincapié, en la identificación de éste indicador, dada la importancia que tiene el tema en estos momentos donde la responsabilidad socio ambiental empresaria se vincula al concepto de sustentabilidad o desarrollo sostenible.

Para el presente trabajo y para el proyecto de investigación, se toma como definición de la responsabilidad social corporativa (o empresaria) aquella que “... representa el compromiso con la idea de organización como conjunto de personas que interactúan en la sociedad, tanto desde el punto de vista de su propia composición elemental (suma de individuos sociales) como desde la óptica de miembro integrante de un sistema social (empresa ciudadana), caracterizado por su contribución a la sociedad...”, según la Documento N° 1 Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa, Responsabilidad Social Corporativa, Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.

Siguiendo con uno de los objetivos del proyecto que es el análisis de las restricciones más significativas que demoran el crecimiento del turismo, desde el punto de vista de los aspectos económicos de la actividad, e intentando contribuir a la realización de políticas que permitan superar dichas restricciones dentro de la ciudad de La Plata y Gran La Plata (Berisso y Ensenada).

Es que encontramos como principal externalidad negativa (restricción), siguiendo la caracterización del Teorema de Coase a los residuos, que provocan no poder ofrecer el conjunto de actividades que se pueden realizar como complemento a la oferta turística básica y que puede constituir en sí misma un atractivo turístico y muchas veces un factor clave para la captación de turistas, por ejemplo: la deportiva en la utilización de los recursos naturales como lo es el Río de La Plata, en sus deportes náuticos.

La basura de la zona, se visualiza desde lejos, provocando en el camino a la Ensenada del Río de La Plata, una montaña de basura que se puede percibir su aroma pasando con el auto en el trayecto de unos 5 km. de largo (conocido como el camino a Punta Lara). Ante la toma de conocimiento, las acciones correctivas que se están llevando a cabo coadyuvan entre el sector privado (las cooperativas de trabajo de la zona, la empresa de transporte) y el sector público a través de la Municipalidad de la ciudad de La Plata, y prueba de ello, son las propagandas que se adjuntan a continuación. De esta manera se realiza la concientización a la población de la ciudad y sus alrededores, pues hace al sistema de gestión, funciona planificando y organizando para prevenir y mejorar continuamente.



# ¿Dónde van los residuos secos y limpios?



Patio de carga.



Fardo de tetra.



Fardo de Pet.



Fardo de papel y cartón.

Recuerde sacar los residuos secos antes de las 8 de la mañana

**Zonas de Recolección**



Para visitar la planta de clasificación de Residuos Secos, comuníquese con la Cooperativa Sol - Plat al 0221 15 - 539 3645



MUNICIPALIDAD DE LA PLATA

0800-999-5959

UN PASO MÁS HACIA LA CIUDAD QUE TODOS QUEREMOS

## Plan de separación y clasificación de Residuos Secos



Al contar con esta información, se espera que ese conocimiento genere que genere las acciones apropiadas de corrección, pues el fundamento de dicho conocimiento, es lo que hoy se deja de hacer para proteger ecosistemas, lo deberá saldar de algún modo, en un futuro la sociedad toda, siendo este un verdadero compromiso con la comunidad.

## CONCLUSIONES

Lo que buscamos en esta fase del proyecto es destacar la importancia de un modelo social-contable que satisfaga las necesidades de información sobre la responsabilidad social de las empresas de servicios de turismo, como así también dar a conocer las externalidades propias de esta clase de “empresas de servicio”. Al conocer distintos costos propios de estas empresas, luego se podrá apropiar el beneficio no sólo para la empresa en cuestión sino para la sociedad en su conjunto.

Partiendo de una concepción amplia del discurso contable, deberían de existir modelos alternativos para obtener otro tipo de información que el usuario necesite a quienes la contabilidad debe dar respuesta.

Atendiendo a la necesidad de información de los mismos, la elaboración de un modelo en particular partiendo de un modelo general, permitirá por ejemplo, detectar potenciales mejoras, evaluar los resultados de las políticas y de la gestión y brindar información acorde a las necesidades del usuario, y al conocer las externalidades, saber cuál es el impacto en la sociedad en la cuál está interactuando la empresa.

Hoy en día la disciplina contable comprende, una concepción más abarcativa de sus funciones originales, siendo la contabilidad de la productividad una manifestación de la Teoría General de la Contabilidad, definida en el presente avance:

*“Contabilidad es la disciplina científica que se ocupa de cuantificar, económicamente, todos aquellos acontecimientos que, directa o indirectamente, puedan ejercer influencia en la sociedad o en los entes que la integran.”<sup>10</sup>*

La información a brindar a través de los índices de productividad de una organización es amplísima; la pretensión es conocer el impacto de cada recurso en la productividad de este tipo de organizaciones en la ciudad de La Plata y Gran La Plata.

Podemos concluir, que al tener en cuenta la caracterización del Teorema de COASE, las externalidades, y la identificación de las mismas en una empresa de turismo, hace que podamos detectar el costo empresario y social; como asimismo, al poder apropiar el beneficio para la empresa va a terminar siendo un beneficio para la sociedad en su conjunto.

---

<sup>10</sup> Mario César Vecchioli, II Conferencia Internacional de Ciencias Económicas, Granada 2000.

Es así como también, se explicita en el presente avance, los fundamentos de la medición que se han ido dando paulatina y lentamente en el transcurso del tiempo y que aún hoy no podemos asegurar que haya concluido su ciclo.

### **ANEXO**

Tomando en cuenta el objetivo de cada una de las empresas de turismo, como maximizar el beneficio, crear valor en cada una de las actividades que realiza y crecer optimizando costos, intentamos en este ítem del trabajo dar a conocer:

1) una serie de indicadores que se relacionan con los datos que da a conocer a través de la información externa, si el objetivo es:

a) Beneficio económico=

En \$ Beneficio neto después de impuestos e intereses – Costos de los fondos propios

b) Crecimiento de ventas en términos reales=

En índice Ventas periodo actual / venta igual período anterior

c) Alcanzar la eficiencia en la planificación optimizar los procesos de compra, tenemos como indicadores:

Variación costos totales= costos totales planificados / costos totales reales

Variación de ingresos totales= costos totales planificados / ingresos totales reales

Relación entre el valor de las existencias y el capital circulante=  
valor stock / capital circulante

Pago a proveedores (en días) = exigible a corto plazo/consumo anual por días

d) Alcanzar a gestionar la responsabilidad social, tenemos como indicadores:

Grado de responsabilidad social = combinación de drivers.

e) Optimizar la productividad del empleado y desarrollar competencias, tenemos como indicadores:

Beneficio por empleado=

Beneficio neto antes de impuestos e intereses / nº de empleados

Índice de productividad= volumen de venta / nº de empleados

Brecha estratégica talento humano=

competencias disponibles – competencias deseadas

Índice de competencias disponibles= Sumatoria de puntuaciones competencias disponibles x escala obtenida (se puede utilizar la escala de 1 a 5)

Índice de competencias deseadas= Sumatoria de puntuaciones competencias disponibles x escala obtenida

f) Obtener la satisfacción del empleado y lograr la retención del mismo, para optimizar el clima laboral en una mejora continua de procesos, tenemos como indicadores:

Satisfacción del empleado= Sumatoria puntuación encuesta / 5 x nº de empleados  
(Escala de 1 a 5 para la fórmula)

Rotación del personal = personal dado de baja/total de empleados x100

Comunicación de objetivos = nómina personal total / personal con conocimientos claros de los objetivos x 100

Ausentismo= días trabajados / días efectivos de trabajo x 100

Cantidad de no conformidades cerradas/detectadas=  
no conformidades cerradas / no conformidades deseadas

Eficiencia tecnológica = combinación de drivers

2) Si nos posicionamos desde el punto de vista de los clientes, tenemos como objetivo

a) Maximizar la rentabilidad del cliente, podemos citar como indicadores:

Rentabilidad promedio por cliente =  
En \$ Net operating Profit / nº de clientes totales.

b) Optimizar los costos, tenemos como indicadores:

% de costos totales = Costos totales / Ventas totales x 100

c) Captar nuevos clientes o retenerlos para obtener una mejor satisfacción del cliente, tenemos como indicadores:

Cuota de mercado = Venta de la unidad de negocio / ventas de mercado considerado

Incremento de clientes= Ventas nuevos clientes / ventas totales

Tasa de rotación de clientes = combinación de drivers

Satisfacción de cliente= Encuesta

Propuesta de valor = combinación de drivers

d) Innovar para satisfacer las demandas, ofrecer un mejor precio, alcanzar un alto confort en paquetes turísticos, hotelería y/o gastronomía, tenemos como indicadores:

Grado de innovación= Combinación de drivers

Yield Management = índice (habitaciones vendidas en el periodo / habitaciones totales) x (tarifa promedio en el período / Tarifa Promedio Potencial)

Grado de confort= Combinación de drivers

Eficiencia en el servicio de gastronomía = combinación de drivers

Valor añadido del talento humano en gastronomía=  $\frac{\text{Ingresos por Gastronomía} - \text{costos de producción (materia prima + mano de obra)}}{\text{Ingresos por gastronomía}}$

## **BIBLIOGRAFIA**

- \* Annie Brooking "El capital Intelectual". Paidós Empresa. El principal activo de las empresas del tercer milenio. Barcelona, 1997.
- \* Elizabeth Smith "Manual de Productividad". Ediciones Macchi. Buenos Aires, 1993.
- \* Seymour Melman "Los factores dinámicos de la Productividad industrial" Fundación de Cultura Económica. México, 1989.
- \* Rodolfo Eduardo Briasca "Productividad, un enfoque integral del tema". Ediciones Macchi, Buenos Aires, 1984.
- \* Roberto Vázquez, Claudia Andrea Bongianino de Salgado "El capital económico: factibilidad de su utilización en los estados contables". Buenos Aires, 1998.
- \* Rubén Galle, La contabilidad, un sistema único de información, Revista Costos y Gestión del IAPUCO N° 44.
- \* Julio Diéguez Soto y Vicente González García "Precisiones entorno a los conceptos de productividad, eficiencia, eficacia, rendimiento y economicidad" Revista del instituto Argentino de Profesores Universitarios de Costos. Año 3 N° 12, pág. 275/291.
- \* Mario Biondi, "Los recursos humanos como activos de las empresas". Errepar Profesional & Empresaria. Tomo II N° 20. Buenos Aires, Mayo 2001.
- \* Luisa Fronti de Garcia y Mario Wainstein, "Contabilidad y auditoría ambiental" Editorial Macchi.
- \* Carlos Luis Garcia Casella, "Aportes a la solución del problema conceptual de la contabilidad", Buenos Aires 1998
- \* José Luis Feijoó. Turismo y Hotelería: El tablero de comando para hoteles
- \* Nuñez Miñana, Finanzas Públicas.
- \* Carlos García Casella, Trascendencia de la Ampliación del Dominio del discurso Contable. Anales del V Encuentro Universitario de Investigadores del Area Contable, Salta, 1999.
- \* Documento N° 1 Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa, Responsabilidad Social Corporativa, Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, AECA, Madrid 2004.
- \* Alfonso Gonzalez Damian, Complejidad, desarrollo sostenible y turismo. Reflexiones sobre el modelo P-E-R (Presión-Estado-Respuesta) y la necesidad de aproximaciones transdisciplinarias. VI Congreso Nacional de Investigación Turística-CESTUR, 2004.
- \* Alejandro Casalis, Desarrollo territorial, turismo y políticas públicas. Simposio Latinoamericano de Turismo y Desarrollo. Desarrollo local.
- \* Francisco Calero García, Eduardo Parra López y M. Elizabeth Fuentes Medina. Mc. Graw Hill, España 2007.
- \* Servucción: el marketing de los servicios, Ed. Mc Graw-Hill, Madrid, 1989.
- \* Tomas A. Stewart, "La nueva riqueza de las organizaciones: capital intelectual", 1998
- \* Anales (en CD trabajo completo y en papel resumen) de las XXIX JUC, Bahia Blanca 2008: "El camino hacia un sistema integral e integrado en el ámbito de las políticas de protección social" y Anales (en CD trabajo completo y en papel resumen) de las III JUIC, Montevideo, República del Uruguay 2008: Responsabilidad socio-ambiental empresaria argentina.

### Páginas web consultadas:

- \* Protocolo de Kioto.
- \* Turismo.econo.unlp.edu.ar
- \* Cámara Argentina de Turismo.
- \* Secretaría de Turismo de la Nación.
- \* Secretaría de ambiente y desarrollo sustentable.
- \* Leyes impositivas de la Provincia de Buenos Aires.