



INFORME DE COYUNTURA ECONÓMICA



El salto del dólar y los aumentos de tarifas y combustibles, con sus efectos directos e indirectos sobre costos y precios, alteraron una vez más la meta de inflación planteada para este año. En este contexto se ha ganado en términos de competitividad cambiaria, con impacto positivo para los establecimientos del sector enfocados en Turismo Receptivo, pero aquellos establecimientos que apuntan al mercado local observan con preocupación la disminución del ingreso disponible para ocio y viajes que podría generarse. Los resultados de las encuestas muestran un panorama más desfavorable en relación al mismo periodo del año anterior, con caídas en los niveles de ocupación y rentabilidad, luego de una temporada de verano en la que se habían registrado mejoras en la mayoría de las variables analizadas. El nivel de empleo sin embargo se mantuvo relativamente estable.

Cuesta prever cómo se comportará la demanda en los próximos meses de cara a las Vacaciones de Invierno, dependerá del impacto real del aumento de tarifas y precios en contraposición con el aumento de ingresos de cada hogar.



Novedades que Preocupan e Ilusionan

Empleo – Empresarios a la espera de señales económicas

Por **tercer mes consecutivo el mercado laboral registrado por el Sistema Integrado Previsional Argentino arrojó en marzo disminución** respecto del período previo, y en los dos últimos en valores corregidos por estacionalidad, al totalizar 12,29 millones de personas ocupadas en relación de dependencia, independiente y también como Monotributista Social. No sólo eso, a tono con la desaceleración del ritmo de crecimiento de la economía, en el tercer mes del año, cuando la actividad general tiende a retornar a los niveles medios, luego de la baja estacional del verano, se anotó la menor tasa de incremento interanual desde junio de 2017. Así lo reveló a la prensa, el director nacional de



Estudios y Estadística Laborales, José Anchorena, quien añadió: "todas las distracciones de estos días en Congreso, con el tratamiento de la marcha atrás de los ajustes tarifarios no contribuyen a mejorar la dinámica laboral, por el contrario, son negativas para el país, para el mercado laboral y para la gente en particular que se frene el debate al cambio de la



legislación antes de que empiece; y se traduce en menores expectativas de generación de empleos” Analizando los empleos por rubro, en los últimos 12 meses, **la rama más activa continuó localizada en la construcción con 7,3%**, seguida de lejos con 2,7% los servicios sociales y de salud; hoteles y restaurantes 2,6%; servicios públicos de electricidad, gas y agua 2,4%; y servicios personales 2,3%; mientras que persistieron en la senda negativa el conjunto del sector manufacturero con una tasa de 1,3%; pesca 1,9% y el agro 0,6%, en ese caso por efecto de la sequía.

Consumos en el exterior: números del 2017

El BCRA informó que el saldo neto negativo por estos servicios acumuló USD 10.908 millones en los últimos 12 meses. En el primer cuatrimestre de 2018 creció 6,5% respecto del mismo lapso de 2017.

En los últimos 12 meses los ingresos brutos por "Turismo y viajes y pasajes" sumaron USD 2.061 millones, mientras que los egresos brutos fueron USD 12.969 millones, con un resultado neto negativo de USD 10.908 millones.

La repentina modificación cambiaria, que se produjo a partir del 25 de abril, no llegó a impactar en la cuenta de servicios del mes pasado y, quizás, lo haga en forma parcial en el cálculo de mayo, pues muchos viajes al exterior concertados en el corriente mes se contrataron con anterioridad





Dos medidas favorables para el sector turístico

Simultáneamente al parate de ventas por la incertidumbre cambiaria, a las empresas del sector se les entreabrieron dos puertas para empezar a trabajar el alivio de la mochila impositiva. Por un lado, el Ministerio de Producción modificó los criterios de clasificación pyme, lo que destraba el acceso de los intermediarios a los beneficios de la ley. Por el otro, la AFIP abrirá una mesa específica para el tratamiento de diferendos técnicos con la actividad turística.

Cuando el 1° de agosto de 2016 se promulgó la Ley 27.264, comúnmente llamada ley Pyme, las agencias de viajes no tuvieron mucho que festejar. No por el contenido de la norma, sino porque los criterios de clasificación para ser consideradas como micro o pequeñas empresas los dejaba con la ñata contra el vidrio. Es que hasta el jueves pasado el estándar para encuadrar como pyme dependía exclusivamente de los volúmenes de facturación totales. Esto generaba que

muchas empresas -pese a ser reconocidas como intermediarios- quedaran afuera de los beneficios de la ley pyme para micro y pequeñas empresas, ya que excedían los topes de venta fijados (pese a que el margen del comercializador raramente supera el 10% de lo facturado).

Esta frustración empezó a cambiar el jueves pasado con la Resolución 154 de la Secretaría de Emprendedores y Pymes del Ministerio de Producción. La clave es la incorporación de la variable “cantidad de empleados” a la hora de clasificar a las empresas que sólo realizan actividades de comisión o consignación, entre las cuales se incluyen explícitamente los servicios prestados por las agencias de viajes.





AFIP TAMBIÉN ABRE UNA PUERTA.

Paralelamente a estas gestiones en Producción, la Cámara Argentina de Turismo (CAT) obtuvo luz verde por parte de la AFIP para poner en marcha una mesa de diálogo permanente, un esquema que ya aplica con otros rubros de la economía. La primera reunión está prevista para junio, pero la Cámara ya circuló y recopiló entre sus entidades un borrador con los principales temas de interés y preocupación para cada actividad. La idea es llegar a junio con un temario lo más acotado y significativo posible.

Una aclaración, la mesa no pretende ser un espacio de reclamos o catarsis, ni tampoco de ingeniería normativa, sino un ámbito para darle “tratamiento de certeza” a la aplicación de las leyes, en los casos donde el sector y el ente recaudador tienen criterios divergentes. Es un espacio “técnico, no político”, aclararon desde la CAT.

Indicadores adicionales

- ***Viento de Cola | Abril con valor estable***

Durante el mes de abril el índice TWIN se mantuvo estable. Es decir, sigue soplando viento de cola a pesar de que todas las noticias parecen indicar lo contrario. En parte esto es consecuencia de que se trata de un valor promedio que no refleja la tendencia negativa dentro del mes. En abril se mantuvo la tendencia de los últimos cuatro meses: mercados de granos en alza y mercados financieros a la baja. Nuevamente el efecto neto fue positivo. Sin embargo, es importante notar que el índice FREM, que refleja las condiciones en los mercados financieros internacionales, ha caído casi 15% desde agosto del año pasado y se encuentra en los niveles más bajos de la era Macri.





- ***Estimador Mensual de Actividad Económica | valores compartidos***

En marzo de 2018, el Estimador Mensual de Actividad Económica (EMAE) creció 1,4% respecto al mismo mes de 2017. El indicador desestacionalizado se contrajo 0,1% respecto a febrero de 2018.

- ***Índice de Producción Industrial | valores austeros***

El estimador del Índice de Producción Industrial (IPI) arrojó valores positivo para abril +6.1% en relación al mismo mes del año anterior pero cuando desestacionalizamos el valor el mismo baja un 1.4%. El acumulado del primer cuatrimestre sin embargo, sigue en alza con un crecimiento del 4.4% (v.a.)

Tendencias

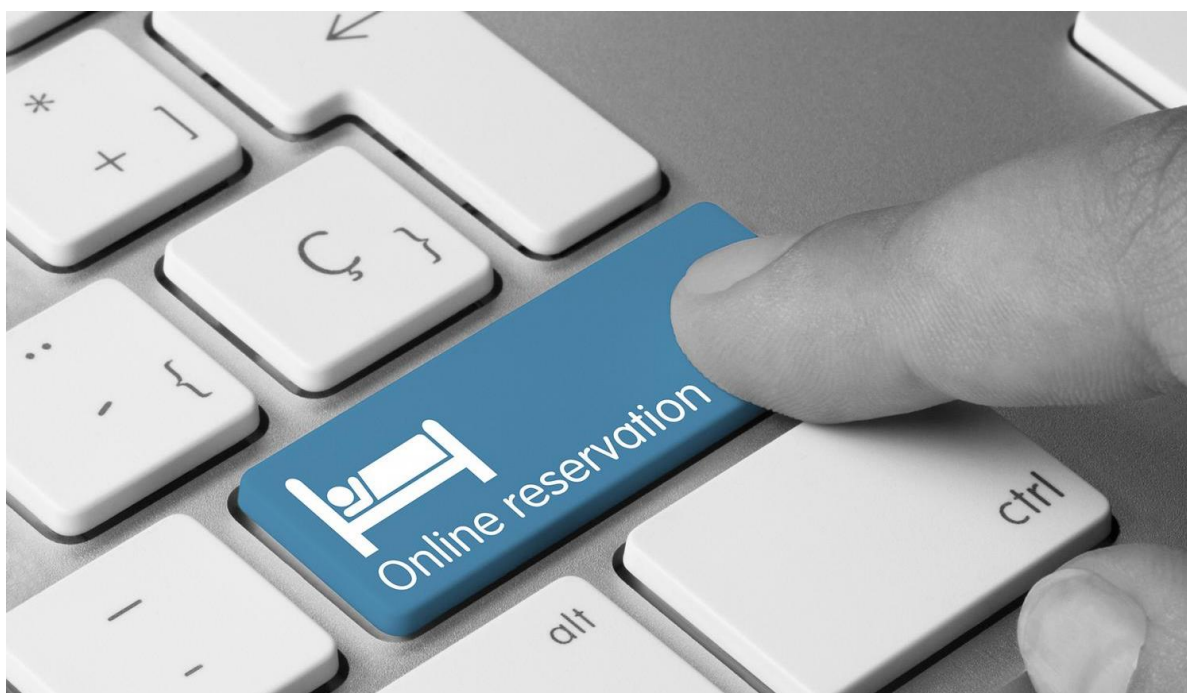
Metabuscadores y hoteles están obligados a entenderse

En la jornada organizada este 22 de mayo en la sede de la Factoría de Innovación Turística de Canarias (FIT Canarias), en Adeje, que ha contado con la participación de representantes de Google, Trivago y TripAdvisor, se ha presentado el siguiente tema: **La mitad de los viajeros que reservan por internet recurre a los metabuscadores como primera opción**; además del rápido crecimiento de las reservas online de hoteles, que se prevé igualen en 2022 a las realizadas a través de otros canales offline. Por todo ello los expertos que han participado en este encuentro al que han asistido unos 160 directivos hoteleros, han coincidido en señalar la necesidad de que las empresas se preocupen por estar bien posicionadas y por atraer reservas directas a sus establecimientos en estos canales de distribución, a pesar de que el canal tradicional aún





mantiene un peso importante a nivel global. Y es que, como ha explicado Javier Delgado, responsable del vertical de búsquedas de turismo de Google, “estamos entrando en la era de la asistencia, donde la voz es clave a la hora de interactuar con unos dispositivos móviles cada vez más omnipresentes, por lo que las empresas van a tener que repensar la manera en la que ofrecen los servicios a los usuarios, siendo la inmediatez y la comunicación verbal dos pilares fundamentales. Este cambio combinado, además, con toda la posibilidad tecnológica que añade el *machine learning* para tomar decisiones basadas en la eficiencia y necesidades de los usuarios, va a cambiar el paradigma de la relación empresa-cliente”. Lo que de momento no cambia es la aparición de la oferta ilegal de alojamientos turísticos en los metabuscadores, aunque se analizó la forma de evitarlo.



Tanto Javier Delgado como Laura Garrido, responsable de Trivago para la industria en España y Latinoamérica, y Gianluca Laterza, gerente senior de cuentas clave para Europa del Sur de TripAdvisor, coincidieron en que la política de sus plataformas es cumplir con las leyes locales en cada uno de los territorios en los que ofrecen productos y servicios. Sin embargo también reconocieron que no existen mecanismos adecuados para evitar que esa oferta ilegal aparezca en sus páginas web si no hay una regulación expresa.