

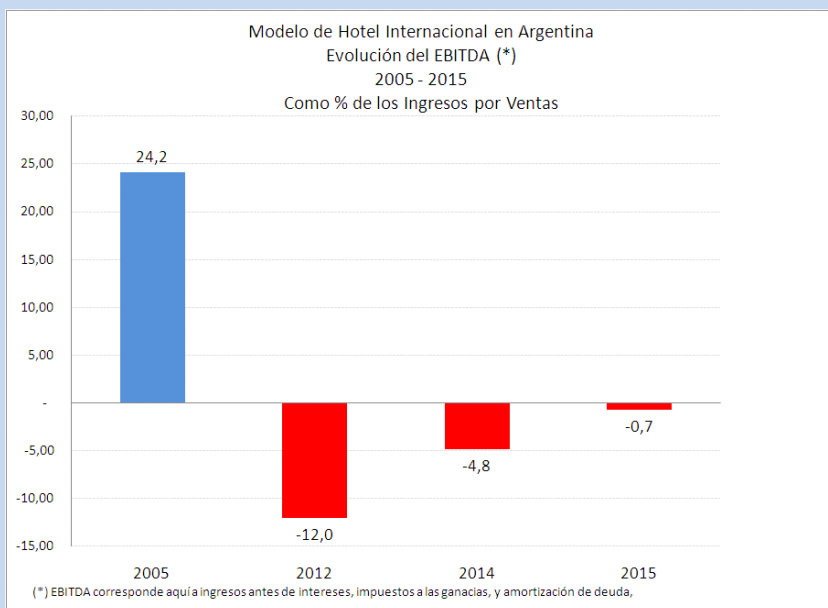
## Hotelería y gastronomía: cadena de valor, competitividad y crecimiento en la Argentina 2015

### Principales indicadores económicos

Crecimiento sectorial PBI de Turismo	2006-2013 crecimiento anual	<b>+6,4%</b>
	2014	<b>+3,3%</b>
Turismo receptivo	2006-2014 crecimiento anual	<b>+3.5%</b>
	agosto 2015/agosto 2014 crecimiento interanual	<b>-13,1%</b>
Turismo emisor	agosto 2015/agosto 2014 crecimiento interanual	<b>+24,8%</b>
Turismo de residentes	2006-2014 crecimiento anual	<b>+1%</b>
	mayo 2015/mayo 2014 crecimiento interanual	<b>+5%</b>
Tasa de ocupación de habitaciones	2007	<b>45,9%</b>
	2014	<b>40,4%</b>
Capacidad instalada en hotelería- Plazas	2014 Número de plazas totales	<b>418418</b>
	2006-2014 crecimiento anual	<b>+3,8%</b>
Aporte de divisas	2014 USD millones	<b>-737</b>
	1er semestre 2015 USD millones	<b>-749</b>
Empleo	2015 empleados	<b>247163</b>
	2006-2015 crecimiento anual	<b>+3,8%</b>

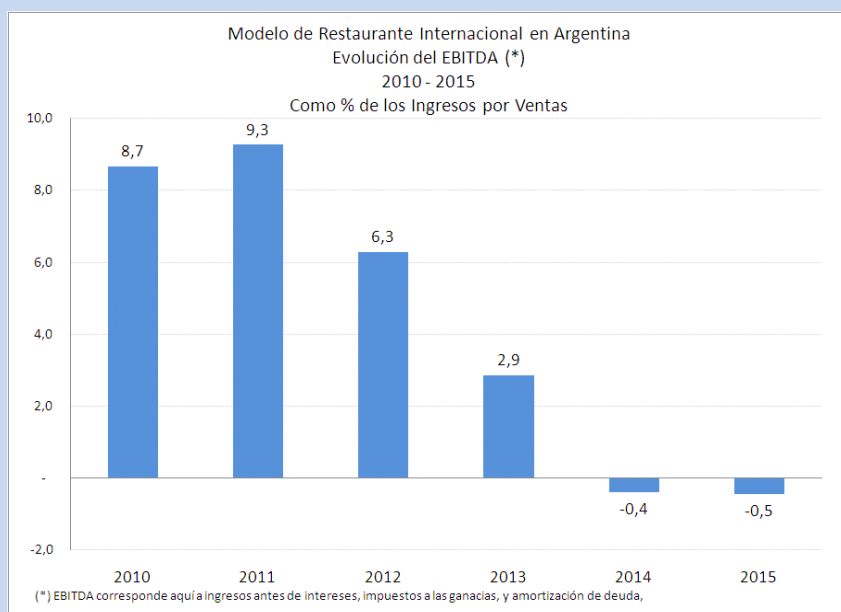
Entre 2004-2011 el sector de Hotelería y Gastronomía dentro de la actividad del Turismo se caracterizó por una importante expansión de las inversiones sectoriales, acompañadas de una evolución favorable de la actividad. Entre 2012 y 2015, la evolución inconsistente de los ingresos y costos han afectado significativamente la rentabilidad sectorial y han encarecido al país como destino del turismo internacional, llevando a la recesión sectorial.

## Indicadores de rentabilidad sectorial



Nota: corresponde a un inversor internacional en Argentina en un hotel con estructura de ingresos y costos de un hotel internacional equivalente a una categoría promedio de cuatro y cinco estrellas

En 2005 el resultado muestra que la inversión que tiene capacidad de repago de su deuda inicial. A partir de 2012 el resultado a muestra un quebranto debido a las inconsistencias entre los ajustes de costos y el límite al crecimiento de la tarifa en dólares debido a la competencia internacional. En 2014 y 2015, los resultados generales siguen siendo negativos a pesar del ajuste cambiario del 23% de enero de 2014 y la menor incidencia de la evolución del costo laboral en 2015.



Nota: corresponde a inversor internacional en Argentina que abre un restaurant según un estándar internacional a partir de de la estructura de ingresos y costos de un restaurante estadounidense que ofrece alimentos y bebidas para la franja de entre 15 y 25 dólares.

Se observa un deterioro de la rentabilidad que pasa a ser negativa a partir de 2014.

Un factor clave de la evolución del negocio es el de los costos laborales cuya incidencia creció significativamente en el período, pasando del 46% en 2010 al 53% en 2014 como porcentaje de las ventas.

la incidencia de cada costo es muy variable en este caso, debido a diferencias en la localización del negocio, pero ello no afecta la tendencia descrita.

El diagnóstico indica que la competitividad se ve afectada por la evolución inconsistente entre los costos locales en pes y los tipos de cambio bilaterales reales, a la vez que los turistas extranjeros de los países avanzados difícilmente puedan ser reemplazados masivamente por turistas locales, debido a las diferencias de los niveles de ingreso. Esta situación contrasta con el potencial que este sector ha demostrado en la experiencia internacional y en nuestro propio país (especialmente en la primera parte de los 2000) como una palanca de desarrollo regional, con crecimiento del empleo y como una fuente de provisión de divisas genuinas. Estas condiciones sustentan la propuesta de un relanzamiento donde política sectorial acompañe el esfuerzo de inversión privado.

# Propuestas

## Iniciativas de mediano plazo:

- Introducir programas específicos de promoción de la competitividad como objetivo estratégico del sector, con monitoreo de una comisión de enlace público-privada:
  - a. Programa de competitividad para la diversificación de los motivos del turismo receptivo (negocios, educación e intercambio profesional, salud).
  - b. Programa de competitividad para la diversificación de orígenes de los turistas ingresantes, en particular desde el Asia.

Para ambos casos los programas se integrarán los componentes de marketing público-privado, mejora de conectividad aérea, coordinación regional y cupos de beneficios fiscales y financieros seleccionados y atados a resultados.

- Reformular el tratamiento impositivo para el turismo receptivo (exportaciones) adecuándolo, paulatinamente, al principio de no exportar impuestos al consumo y en línea con la práctica internacional. La reglamentación (pendiente) de la exención del IVA (tasa cero) es un instrumento adecuado para el turismo receptivo. Bajo supuestos conservadores, su implementación presenta un balance fiscal neutro en el corto plazo y uno positivo en el largo plazo a la vez que expande el empleo. Dada la relevancia fiscal del impuesto y la complejidad de la implementación, se recomienda iniciar la adecuación con un período fijo de vigencia, por ejemplo de dos años sujeto a monitoreo y evaluación para su extensión en el tiempo.

## Iniciativas de corto plazo (mejorar rápida del clima de negocios eliminación de sobrecostos)

- Ordenamiento y regulación de la oferta de alquileres temporarios, en línea con la experiencia internacional.
- Reducción de impuestos locales y tasas sobre el sector (en particular, impuestos a los Ingresos Brutos en las Provincias y tasas por derechos de autor que se pagan a múltiples asociaciones civiles).
- Ampliar el acceso al financiamiento y su aprovechamiento para programas de sustentabilidad ambiental.

## Iniciativas de largo plazo (para desarrollar en un marco de reordenamiento macroeconómico y orientadas al crecimiento sectorial)

- Coordinación efectiva de las políticas e inversiones de transporte y turismo para que el transporte acompañe el crecimiento sectorial.
- Evaluación periódica de los resultados de las políticas del turismo para adecuarlas a los cambios internacionales (incluyendo la elaboración de la cuenta satélite del turismo).
- Desarrollo de capital humano para el largo plazo, para adecuar la oferta a las nuevas demandas. Vincular a las universidades y al sector privado para abrir oportunidades de innovación local (en turismo sustentable, por ejemplo)
- Identificación de los intereses sectoriales y participación del sector en las negociaciones regionales e internacionales (Mercosur, Unión Europea, en el futuro otras como la Asociación del Pacífico)

Varias de estas iniciativas de más largo plazo requieren del esfuerzo coordinado público-privado que, históricamente, se ha mostrado como una de las debilidades de la organización argentina. Las actuales instituciones del sector con alguna función de coordinación incluyen al Consejo Federal del Turismo (coordinación territorial) y al INPROTUR (coordinación de la promoción con participación público-privada). Tanto en la implementación de las medidas de corto y mediano plazo es aconsejable la evaluación de su funcionamiento, para fortalecer sus funciones y su capacidad de gestión.