

## Novedades Económicas

# Un panorama local aún incierto

Julio 2017

Por Nicolás Bursztyn



*El primer mes del segundo semestre muestra tendencias favorables en muchos aspectos. Los números en términos de ocupación y pernoctaciones han subido en relación al año anterior, pero la preocupación por la baja rentabilidad continua. A pesar de que hubo un aumento de tarifas en pesos, el sector no ha podido contrarrestar los efectos negativos generados por el incremento de costos energéticos, impositivos y laborales. La oferta informal creciente y la competencia desleal que genera la misma es otro de los puntos críticos a seguir de cerca. La mejora en términos de competitividad cambiaría de las últimas semanas, siempre y cuando no impacte en los costos en la misma proporción podría ser favorable para el sector, y ayudar a equilibrar una balanza turística aún muy deficitaria.*

## 1. Novedades que preocupan e ilusionan

- **Más pasajeros aéreos en Argentina en lo que va del año**

En el primer semestre del 2017 se produjo un crecimiento del 14% en la cantidad de pasajeros que realizaron vuelos de cabotaje e internacionales en Argentina, superando los 13 millones. Mes a mes el número de viajeros se fue contrayendo y junio fue el que tuvo menos movimiento.

Los vuelos de cabotaje sumaron un total de 5.919.000 pasajeros entre enero y junio, lo que supone un aumento del 15% si se compara con los 5.151.000 del 2016, y en vuelos internacionales se movilizaron 7.217.000 viajeros (+14%), de acuerdo al informe publicado por la Empresa Argentina de Navegación Aérea (EANA).



Analizando los pasajeros en vuelos dentro de Argentina, el Aeroparque Jorge Newbery de la ciudad de Buenos Aires concentró el 41% de los viajeros: 2.430.000, aumentando la cifra un 15%. Por cantidad de pasajeros, en segundo lugar se ubicó Córdoba que tuvo un crecimiento del 24% hasta llegar a 457.000 y el podio lo completó Mendoza (313.000). También se destacan el aeropuerto de Bariloche y el de Salta con 262.000 y 243.000 pasajeros, respectivamente.

Sólo en junio se movilizaron 873.000 personas, repartidos en 9.636 vuelos. En esta oportunidad Aerolíneas Argentinas concentró el 77% de la cuota de mercado con 7.090 vuelos, superando ampliamente los 1.305 de LATAM y los 369 de Andes Líneas Aéreas. En el sexto mes del año, el pico de pasajeros se registró el lunes 26 (74.000), aunque el 9 de junio fue el día con más vuelos (cerca de 760).

De los 7.217.000 pasajeros de vuelos internacionales, por el Aeropuerto de Ezeiza pasaron 4.685.000 creciendo apenas un 2% respecto al primer semestre de 2016; distinta suerte tuvo Aeroparque, en donde se registraron 35% más pasajeros (1.566.000) y en Córdoba un 49% más (464.000).

- **AFIP reafirmó intención de cobrar impuestos a Airbnb**

Desde el organismo no especificaron qué impuestos les cobrarán (de eso depende que se necesite una ley nueva o no), pero sí **adelantaron que las tarjetas de crédito serán los agentes de retención.**



Si bien en principio no es más que una intención que deberá confirmarse normativamente, el titular de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), Alberto Abad, dio por hecho que el Estado empezará a cobrarle impuestos a las plataformas digitales de servicios que no tienen domicilio fiscal en el país. Una

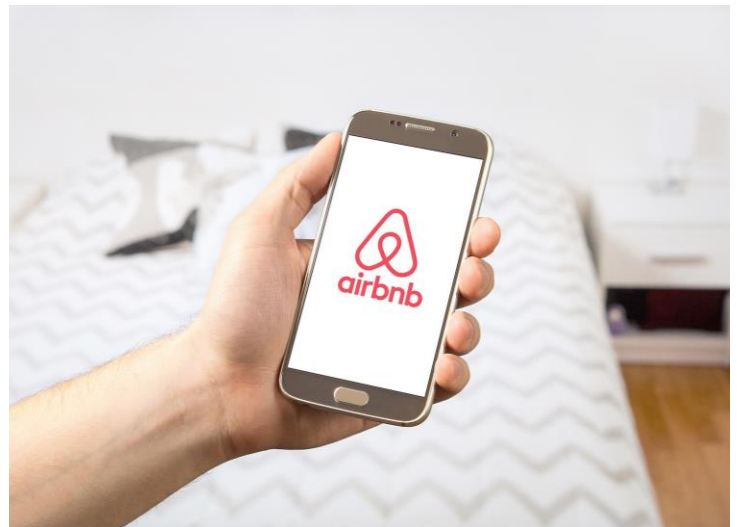
declaración de voluntades que no es nueva, pero que esta vez se expresó con mayor crudeza.

## **En veremos.**

Desde el organismo no especificaron qué impuestos les cobrarán: si IVA y/o Ganancias o si crearán uno nuevo. Lo que sí adelantaron es que las tarjetas de crédito serán los agentes de retención.

En cualquier caso, en la AFIP saben que para cobrarle los mismos impuestos a las plataformas radicadas en el exterior que a las empresas domiciliadas en el país se necesita una ley. Y, por ahora, no existe ni siquiera un borrador. Lo que explica por qué después de lo expresado por Abad, la AFIP no comunicara más información al respecto.

Para los tributaristas, la AFIP podría cobrarle Ganancias a las plataformas sin necesidad de pasar por el Legislativo, pero sí necesitaría una ley si quisiera que paguen el IVA. En ese caso, **se obligaría a la empresa a registrarse y facturar el IVA a sus abonados en Argentina, lo cual es cuanto menos complejo.** Si en cambio se



decide cargarle al contribuyente y cobrarlo a través de las tarjetas, el problema se crearía con las personas.

Pero, por ahora, son todas elucubraciones, el único antecedente son la Ciudad de Buenos Aires (desde febrero de 2015) y la provincia de Santa Fe (hace 7 meses) que le cobran Ingresos Brutos a las plataformas audiovisuales, con una alícuota del 3% y 3,6%, respectivamente.



El resto de los antecedentes a nivel nacional para regular la oferta informal, puntualmente en hotelería, y así poner en caja al producto que nutre a Airbnb, no han funcionado como se esperaba.

La propia AFIP instrumentó en marzo de 2015 un régimen de información para que los locadores de viviendas amuebladas con fines turísticos por un período de hasta seis meses informaran mensualmente a través de la web del organismo los datos de cada una de las operaciones realizadas. Una obligación que alcanza tanto al titular del departamento -en caso de un alquiler directo- como a quienes administren, gestionen, intermedien o actúen como oferentes de viviendas de terceros.

Según los hoteleros, por ese canal se evaden más de US\$ 1.000 millones anuales en ingresos no tributados. De hecho, según los cálculos de la FEHGRA en el país existen más de 600 mil plazas en alojamientos informales, que excluyen del sistema a alrededor de 70 mil trabajadores, cuya oferta se canaliza en un 98% a través de intermediarios.

## 2. Tendencias

- **Las OTA generan visibilidad a los hoteles independientes, pero... A qué costo?**

Las opiniones siguen estando divididas con respecto a cuánto dinero los hoteles deben dedicar a desarrollar y a comercializar sus propios motores de reserva, y cuánto ceder a las OTAs. Pero los hoteleros independientes tienden a estar de acuerdo en que la presencia en alguna OTA es crucial tanto para la captación de clientes



como para ser visible en el mercado.

Existe una gran cantidad de hoteles independientes que buscan reservas de grupos y están menos dispuestos a priorizar las OTA y tienden a un enfoque más multiplataforma, asegurando que el hotel debe estar presente en todos los canales de reservas, sin descuidar el canal directo. Otras preocupaciones relacionadas con las OTA incluyen oportunidades reducidas de contacto con clientes, minería de datos (Big Data) y la posibilidad de que las OTA cambien sus reglas de participación y comisiones en el tiempo.

Sin embargo, hay otras maneras de trabajar con las OTA que puede ayudar a un hotel independiente.

Hay hoteles que eligen el camino de las OTAs buscando ahorrar en un sistema de reservas, así como en su integración con los sistemas de gestión. Sin embargo, hay costos asociados con ambos enfoques. Lo que un hotel independiente ahorra en su propio sistema de reservas y en la comercialización interna podría ser en gran parte gastado en comisiones de ventas a OTAs, que pueden superar el 20%.



Por eso resulta muy importante que cada hotelero siga de cerca los costos y beneficios de trabajar con este tipo de plataformas para tomar las mejores decisiones a la hora de elegir sus canales.