

## Novedades Un mes con altibajos

Abril 2017

Por Nicolás Bursztyn



*Las encuestas realizadas en el mes de marzo mostraron resultados dispares en cuanto a ocupación, siendo Litoral, Centro y Patagonia las regiones con mejores resultados, y Buenos Aires y NOA las más complicadas. Lo más preocupante para el sector hotelero sigue siendo la baja rentabilidad, afectas por el incremento de costos a partir de una inflación que resulta difícil controlar, intensificada con la suba de tarifas energéticas. A pesar de esta situación, el efecto sobre el empleo parece no ser considerable, ya que la mayor parte de los establecimientos mantuvo el número de personal empleado.*

*Otro punto alarmante es el déficit en la balanza turística generado a partir de la pérdida de competitividad cambiaria. En otras palabras, resulta fundamental para nuestro sector que se equilibre la salida y entrada de turistas, ya que actualmente se observan claras preferencias por viajar a otros destinos internacionales, principalmente regionales, debido a sus precios más competitivos.*

## 1. Novedades que Preocupan e Ilusionan

### • Desbalance Record – Balanza de divisas

El déficit en la balanza de divisas por Turismo en marzo fue de \$ 833 millones, acumulando un saldo negativo entre ingreso y salidas de dólares de más de \$ 3.000 millones sólo en el primer trimestre del año. El uso de tarjetas para cancelar deudas en divisas –que se computa en la cuenta Viajes, aunque no siempre lo sea- sigue en niveles muy altos. **En marzo los egresos brutos computados a la actividad fueron un 36% más que el mismo mes del año anterior.** Ni siquiera el turismo emisivo muestra esa recuperación, ya que durante el primer bimestre la salida de argentinos creció el 12%. Esta situación se ve agravada en parte por una práctica que está pendiente de corrección, que consiste en imputar a Turismo el giro de divisas al exterior por compras con tarjetas de crédito cuando en muchos casos son gastos de compras en el exterior y pagos online en la divisa extranjera.

### • Prórroga para presentar DDJJ

Un mes después de vencido el plazo, **la AFIP atendió el reclamo de los empresarios y extendió hasta el 15 de mayo la presentación de las declaraciones juradas informativas correspondientes a las operaciones**



**de reintegro de IVA durante enero y febrero de este año.**

Desde el sector, se explicó que no se habían presentado las DDJJ porque el aplicativo recién estuvo disponible en las web de AFIP a mediados de marzo, casi sobre el plazo original de

presentación, sin tener en cuenta la complejidad del registro y de la novedad de la operatoria. Finalmente la AFIP respondió con una prórroga de 60 días desde la fecha original para presentar el primer cuatrimestre. De ahí en adelante las

declaraciones deberán realizarse mensualmente aun cuando no se hubieran registrado movimientos.

- **Impacto del turismo en la actividad económica**

***PBI***

El impacto económico del sector turismo no solo se circunscribe a las actividades directamente relacionadas con la provisión de dicho servicio, como la hotelería, sino que genera un impacto transversal a todas las actividades económicas de nuestro país, generando externalidades positivas entre consumidores y productores. El efecto transversal se genera por el tipo de consumo que realiza un turista que demanda además de alojamiento, alimentación, transporte y actividades de esparcimiento entre otras.

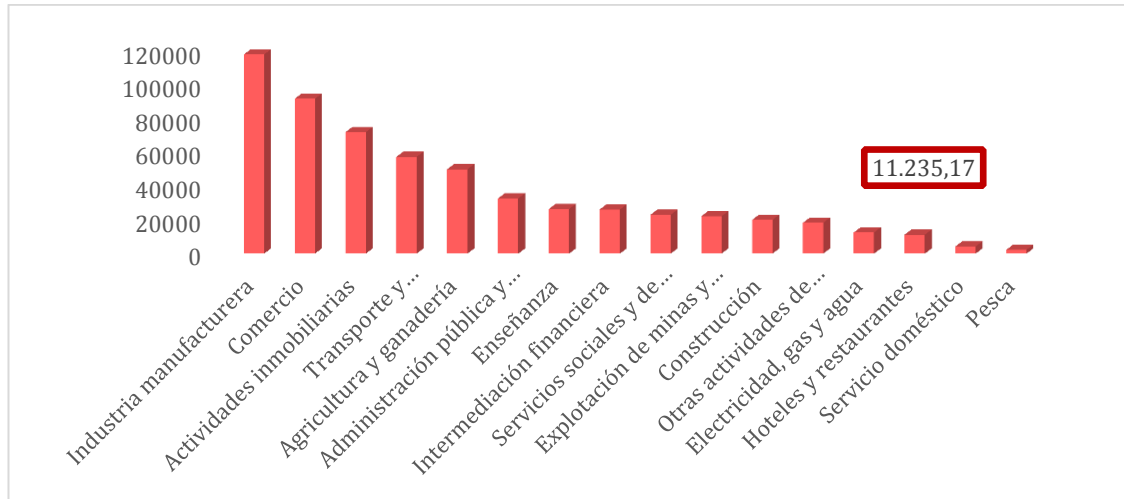


Dado la falta de datos oficiales para cuantificar el aporte del turismo en todas las actividades

a las que afecta, la participación al PBI se estima a partir de la contribución que genera el sector hoteles y restaurantes, quedando subestimado el aporte del turismo en la economía argentina.

**El PBI de Argentina en el 2016 fue de 704.330 millones de pesos, del cual el 16% corresponde a impuestos netos de subsidios y el restante 84% al valor agregado de las diversas actividades económicas.** El sector turismo, medido por la cuenta “Hoteles y Restaurantes”, generó valor agregado por 11.235 millones de pesos del 2004, **realizando una contribución al valor agregado total de 1,91%.**

**GRÁFICO 1 | Valor Agregado por Actividad Económico en 2016 en millones de pesos del 2004**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC

Por otra parte, para que podamos comprender por qué hablamos de una subestimación del aporte del Turismo al PBI, presentamos datos de la WTTC (World Travel & Tourism Council)<sup>1</sup> que afirman que el aporte directo en el 2016 fue del 3,4%, entendiendo por aporte directo el generado por la hotelería, agencias de viaje, aerolíneas y otros transportes, y la actividad gastronómica asociada con el sector. Y el aporte total, incluyendo el efecto transversal de la actividad turística, fue de un 9,6% para el 2016.

Nuestra conclusión, considerando que no es posible acceder a datos precisos debido a la inexistencia de una cuenta nacional que mida el impacto real del turismo, es que para estimar el impacto total de la actividad en el PBI argentino deberíamos pensar en un valor intermedio entre el presentado por el INDEC a partir de la cuenta “Hoteles y Restaurantes” (1,91%) y el que presenta la WTTC como aporte total (9,6%).

## **Empleo**

El impacto transversal antes mencionado genera también puestos de trabajo en otras áreas e industrias que no parecen estar relacionadas, a priori, con la actividad turística. Además el turismo es de por sí una actividad de mano de obra intensiva

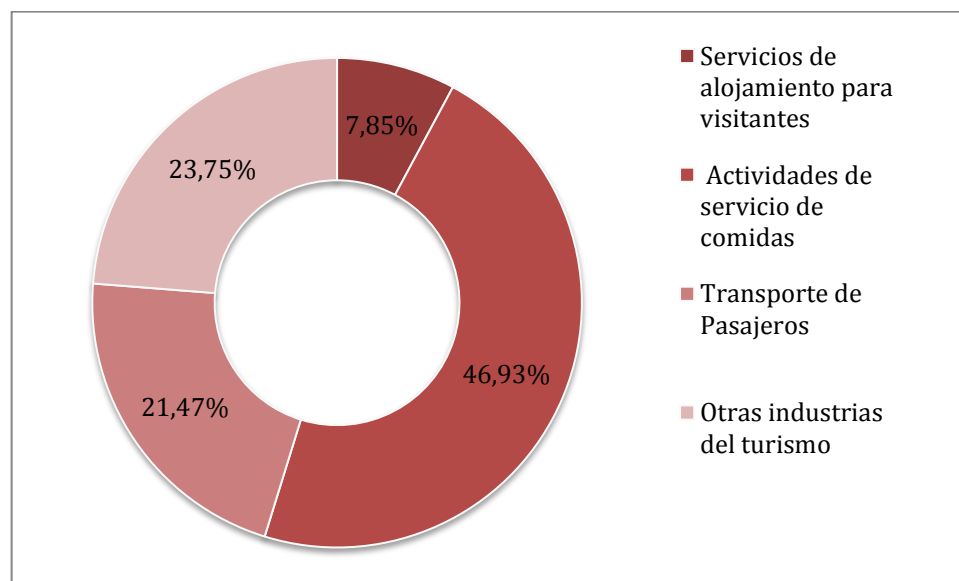
<sup>1</sup> WTTC: “Travel and Tourism: Economic Impact 2017 Argentina”

por el alto nivel de servicio que implica. Es decir que el turismo es generador de puestos de trabajo y el desarrollo de la actividad puede mejorar la calidad de vida de un gran número de personas, no sólo en centros urbanos sino en todo el país.

Según la OMT el sector turismo en Argentina generó 1.013.900 puestos de trabajo en 2014<sup>2</sup>, donde la actividad gastronómica aportó el 46,93%, el transporte de pasajeros aporta el 21,47%, los de servicios de alojamiento generan el 7,85% y las otras actividades del turismo un 23,75%.

Por su parte, la WTTC estima que para el 2016 la cuenta Viajes y Turismo generó 572,500 puestos de trabajo directos, lo que representa un 3,2% del total, mientras que la contribución total del turismo al empleo, incluyendo el impacto transversal antes mencionado, fue de un 8,8% (1.580.000 puestos de trabajo).

**GRÁFICO 2 | Porcentaje de Aportes de empleos por rubro de actividades turísticas al 2014.**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del OMT

## 2. Tendencias

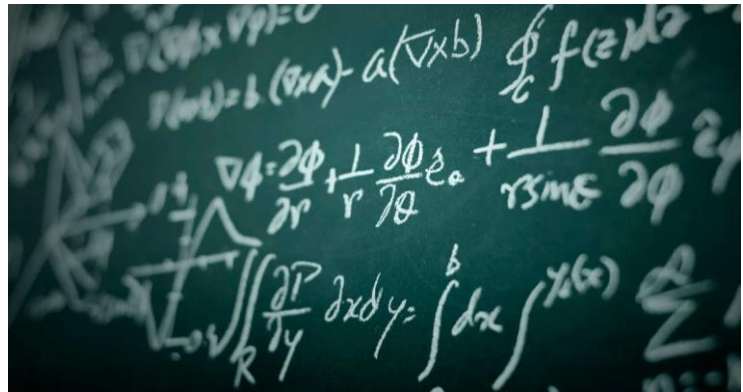
- **La fórmula matemática del hotel perfecto**

---

<sup>2</sup> Fuente: OMT

Un psicólogo especializado en consumo creó una regla que garantiza una estadía insuperable. La elección de un hotel no siempre es tarea fácil. Elegimos un establecimiento, convencidos de que es el más adecuado para nuestras necesidades, y cuando no se cumplen las expectativas la experiencia puede resultar frustrante. Más allá de la categoría del alojamiento, su situación y los lujos que ofrezca a sus clientes, uno podría cuestionarse si existe una fórmula matemática que garantice una estadía de hotel perfecta. Para salir de dudas, el sitio Hoteles.com encargó una investigación al doctor Simón Moore, un psicólogo especializado en consumo, que tras analizar y combinar diez variables, logró crear una regla que garantiza el éxito. El secreto del éxito.

La fórmula matemática del hotel perfecto: Moore basó su estudio en el análisis de 148 millones de comentarios de huéspedes de todo el mundo



publicados en el portal de reservas, buena parte de ellos realizados a lo largo de 2016. **Para ello, consideró: la amabilidad (A), la limpieza de la habitación (L), la comodidad de la cama (C), el precio razonable (PR), la tranquilidad en el dormitorio (T), la piscina (P), el desayuno incluido (D), la ubicación / distancia a pie (U), el WIFI gratuito (W) y la bebida caliente en la habitación (BC). La combinación de una proporción exacta de cada uno de estos “ingredientes” -como si se tratara de una receta de alta cocina- dio como resultado lo que él mismo denomina el hotel perfecto (HP).** Así pues, la fórmula matemática sería esta:

$$A25 + L35 + C10 + PR2 + T + D + U7 + P + W + \frac{1}{2}BC = \text{Hotel perfecto}$$

La investigación concluye que, en realidad, la perfección la crean los pequeños detalles, mientras que los aspectos lujosos aportan un plus a nuestra estadía. En este sentido, la comodidad y la limpieza son 35 veces más importantes para los clientes que un desayuno exquisito, y la amabilidad y la disposición del personal

son diez veces más valoradas que el WIFI gratuito. Según su autor, los resultados de esta fórmula dicen mucho de nuestra condición humana, ya que ilustra que más allá del lujo o las playas hermosas “lo que más importa a un huésped está relacionado con sus necesidades humanas, básicas e inconscientes”. **“Los viajeros hacen sus reservas en función de las recomendaciones. La conducta del consumidor nos indica que los comentarios se volvieron más importantes que la clasificación por estrellas tradicional”.**