

En 2017 fue el mercado latinoamericano que más viajeros envió a otros destinos

La subida del dólar pone en jaque al turismo emisor de Argentina

HOSTELTUR 2 octubre, 2018

- La Encuesta de Turismo Internacional empieza a arrojar los primeros porcentajes negativos en las salidas desde 2015
- El pasado año se registraron 12,3 millones de viajes fuera de Argentina y hasta julio se superaban los ocho millones
- En 2017, este país fue el mercado latinoamericano que más turistas envió a España, un total 747.000 un 32,68% más que el año anterior

En 2017, en Argentina se contabilizaron **12,3 millones de viajes al exterior** y hasta el pasado mes de julio la cifra ya superaba los ocho millones, convirtiéndose en el **principal emisor de Sudamérica**. Se trata de un **mercado clave para la región**: en **Uruguay** seis de cada diez turistas extranjeros son argentinos, en Brasil, el 40%; el 52%, en **Chile**, y el 70%, en **Paraguay**. Pero el incremento del precio del **dólar**, que ha pasado de 18 a 40 pesos en nueve meses; la **financiación**, que está más limitada, y la **Encuesta de Turismo Internacional**, que empieza a arrojar los primeros porcentajes negativos en las salidas desde 2015, han puesto en jaque a los ciudadanos y a las agencias emisoras.

Distinto es el caso de quienes explotan el **turismo fronteras adentro**, porque a primera vista **Argentina se ha convertido en un destino barato para los extranjeros**. Y porque la clase media, acostumbrada a viajar al exterior, posiblemente cambiará **Brasil** o el **Caribe** por la costa atlántica, el **Norte** o la **Patagonia**, siempre y cuando la competitividad no se diluya por la inflación y aumento de costos.

Cabe recordar que el pasado año Argentina -seguida de Brasil- fue el mercado emisor más importante de Latinoamérica a España, como publicó **HOSTELTUR noticias de turismo** en Los mercados emisores de Latinoamérica hacia España crecen con firmeza.

“En 2017, por cada turista extranjero que ingresaba había dos argentinos que salían a hacer turismo al exterior. Ese fenómeno se intensificó en los años 2015, 2016 y 2017”, dijo a **HOSTELTUR LATAM**, **Marcos Cohen Arazi**, economista Investigador del Instituto

de Estudios de la Realidad Argentina y Latinoamericana (IERAL) de la Fundación Mediterránea. En 2015 el tipo de cambio “estuvo totalmente planchado, en un valor arbitrariamente bajo y generó mucho **consumo de turismo internacional**”.

El dólar alcanzando –y hasta superando- los 40 pesos ya tuvo un correlato en las cifras del emisor: tres meses consecutivos de caída. Si bien **no se esperaba que el impacto de la devaluación fuera tan rápido** -porque estos viajes suelen comprarse anticipadamente- el **BSP de IATA** de mayo bajó un 3%, en junio un 23%, en julio 33% y agosto rondaría el 25% menos, según operadores. Pese a estos números, **será el primer semestre de 2019 el que refleje la situación real del emisor**.

Los expertos consideran que los efectos reales de la actual situación no se reflejarán hasta el primer semestre del próximo año.

Los que enseguida pusieron en marcha un plan fueron los **uruguayos**, que ya habían empezado a monitorear la situación. El panorama, el gobierno de **Tabaré Vázquez** decidió que a partir de octubre se reinstale la devolución de los 22 puntos de IVA para los extranjeros.

La economista **Mercedes Comas, de PwC Uruguay**, comentó que “el panorama lo vemos muy complicado”, porque “lo que está pesando es un tema de **competitividad**”. “Las determinantes del turismo en Uruguay son la actividad económica en Argentina y en Brasil –que la gente tenga dinero para vacacionar-, y la competitividad con cada uno de esos mercados. Ninguna de esas variables es hoy positiva para Uruguay”, lamentó, aunque reconoció que la devolución del IVA puede ayudar a compensar.

Efectos mixtos

El economista de Fundación Mediterránea explicó que en el sector turístico de Argentina “el dólar está generando **dos frentes**”. Por un lado están “los **hoteles o regiones más enfocadas en el turismo internacional**, que mejoran mucho su competitividad, bajan costos en dólares y quizás en mucho de esos casos pueden ir subiendo sus precios”. Pero es la minoría, porque “el sector está en un ámbito más de turismo nacional y **no pueden trasladarle al turista doméstico la suba del dólar**, ya que no tendrían demanda”.

Por la **devaluación**, ciudades como **Buenos Aires, Bariloche, Ushuaia, Puerto Iguazú, Mendoza y Salta** van a ser las más beneficiadas. El resto de los destinos tendrá que hacer un **trabajo mayor de promoción** y aprovechar la conectividad aérea, para que el turismo internacional también derrame en las provincias menos posicionadas en el mundo.

Los últimos datos difundidos por el **INDEC** son auspiciosos. Muestran que entre enero y julio los arribos de no residentes crecieron 2%, llegando a 3,95 millones. Pero Cohen Arazi hace una advertencia: “si la **inflación** se acelera mucho va a perjudicar la competitividad cambiaria inicialmente ganada”.

Viajes fronteras adentro

Esa inflación incontrolable, sumada al **tipo de cambio**, se traduce en una caída del salario y en **menos dinero para destinar al ocio**. De todos modos, se sabe que **al argentino lo define su gusto por los viajes**. En turismo interno, dice Cohen Arazi, “el último año con caída importante fue el 2009; en todos los años posteriores, algunos incluso recesivos y con fuerte devaluación, la estadía promedio no cayó”.

“Hay un **mercado relativamente estable para el turismo doméstico**, el tema es cuánto gastan, porque el consumidor también está con problemas en su nivel de ingresos, no tiene una paritaria que alcance a cubrir la inflación y entonces tampoco puede afrontar grandes aumentos en los bienes que consume”, detalló.

Con estas cartas sobre la mesa, **este verano en Argentina “no se espera una contracción”**, al contrario, pero volumen **no necesariamente significa rentabilidad**. Son tiempos de incertidumbre y las decisiones económicas del gobierno serán las que marquen el ritmo en 2019.