

## INFORME TÉCNICO N° 3

# LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA Y LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL CONTEXTO POSCOVID 19

14 MAYO 2020

### LIC. MARÍA INÉS ALBERGUCCI

Subsecretaria de Calidad,  
Accesibilidad y Sustentabilidad del  
Turismo Nacional del Ministerio de  
Turismo y Deportes de la Nación

### LIC. PABLO SINGERMAN

Economista. Profesor  
universitario. Director de la  
consultora Singerman, Makón y  
Asociados



Presentador:

**SR. OSCAR BUSTOS NAVARTA**

Moderador:

**LIC. NAHUEL FARBEROFF**



# MEMORIA DESCRIPTIVA E INTERVENCIONES DE LOS EXPOSITORES

MAYO 2020

## PARTICIPANTES

Sr. Oscar Bustos Navarta  
Lic. Nahuel Farberoff  
Lic. María Inés Albergucci  
Lic. Pablo Singerman

### Instituciones organizadoras

Asociación Foro de Profesionales en Turismo  
Instituto Ciudades del Futuro  
Fundación Ciudad de La Plata

### Como citar el presente informe técnico:

Asociación Civil Foro de Profesionales en Turismo. (2020). *“Informe técnico 3: La recuperación económica y la competitividad del sector turístico en el contexto poscovid 19”*. Ponencias de Nahuel Farberoff, María Inés Albergucci y Pablo Singerman”. Ciclo de conferencias y debates 2020, Asociación Foro de Profesionales en Turismo, Fundación Ciudad de La Plata, Instituto Ciudades del Futuro. Buenos Aires, Argentina.

## 1. Información general de las exposiciones

### Título de la Mesa Técnica

La recuperación económica y la competitividad del sector turístico en el contexto poscovid 19, Ciclo de Conferencias y Debate.

### Fecha

Jueves 14 de mayo de 2020.

### Breve descripción de los expositores

<b>Presentación</b>	<b>Sr. Oscar Bustos Navarta</b>	Referente técnico de programas del Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT). Revisor de Cuentas de la Asociación Foro de Profesionales en Turismo. Coordinador de la Comisión de Crisis de la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI-Ar).	
<b>Moderación</b>	<b>Lic. Nahuel Farberoff</b>	Licenciado en Turismo de la Universidad de Morón (UM). Cuenta con una Maestría en Economía y Gestión del Turismo de la Facultad de Cs. Económicas de la Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA). Presidente de la Asociación Foro de Profesionales en Turismo.	
<b>Expositores</b>	<b>Lic. Pablo Singerman</b>	Licenciado en Economía de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA). Doctorando en Administración Pública de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA). Docente universitario. Director de la Consultora Singerman, Makón y Asociados.	
	<b>Lic. María Inés Albergucci</b>	Licenciada en Trabajo Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA). Especialista en Políticas Públicas para la Igualdad en América Latina y el Caribe (CLACSO). Docente universitaria. Subsecretaria de Calidad, Accesibilidad y Sustentabilidad del Turismo Nacional del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación.	

## 2. Intervenciones de los expositores

### Presentación a cargo de Oscar Bustos Navarta

Muy buenas tardes a todos, soy Oscar Bustos Navarta y les doy la bienvenida a este nuevo encuentro del ciclo de debates y conferencias sobre la realidad turística. Este ha sido diagramado y organizado por tres instituciones: la Fundación Ciudad de La Plata, el Instituto Ciudades del Futuro y la Asociación Foro de Profesionales en Turismo. Hoy dialogaremos sobre la reactivación económica y la competitividad turística en el contexto poscovid19, con la presencia de dos importantes expositores, los licenciados Inés Albergucci y Pablo Singerman, a quienes les doy la bienvenida y agradezco enormemente su participación. Agradezco especialmente a las autoridades nacionales que nos están acompañando, y los dejo en compañía del Licenciado Nahuel Farberoff, quien oficiará de moderador de la jornada.

### Intervención de Nahuel Farberoff

Gracias Oscar. Buenas tardes a todos. Cuando comenzamos estas charlas todos los jueves a las 19 horas, el valor que tienen estos espacios está dado no por los temas sino por sus participantes y disertantes. De modo que antes de pasar a las presentaciones formales, agradecerles a Inés y Pablo por estar acá presentes porque son dos referentes del sector muy importantes. También, a todos ustedes por la participación. La dinámica será la misma que estuvimos haciendo durante las últimas semanas, con las disertaciones primero y después tendremos una hora para conversar con ellos para formularles preguntas referidas a sus exposiciones.

Inés Albergucci es Licenciada en Trabajo Social por la Universidad de Buenos Aires, especialista en políticas públicas para la igualdad en América Latina y el Caribe, docente universitaria y Subsecretaria de Calidad, Accesibilidad y Sustentabilidad del Turismo Nacional del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación. Inés muchas gracias por participar.

Por otra parte, Pablo Singerman es Doctorando en Administración Pública y Licenciado en Economía por la Facultad de Ciencias Económicas la Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA), Subdirector y profesor de la Maestría en Economía y Turismo de la misma casa de estudios, director de la Licenciatura en Turismo de la Universidad de

Entre Ríos, Director del Departamento de Economía del CBC-UBA y Director del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones. Ha dirigido planes estratégicos para diferentes gobiernos latinoamericanos y es socio de la consultora Singerman y Makón.

Hechas las presentaciones, damos comienzo a la mesa técnica de hoy. Le doy la palabra a Inés para su exposición.

### **Intervención de Inés Albergucci**

Muchas gracias, Nahuel. Gracias a las instituciones organizadoras y a todos los que están del otro lado, que son muchísimos. Espero estar a la altura de las circunstancias y que se genere un intercambio fructífero.

La presentación consiste en exponer desde mi rol institucional, la gestión y la mirada política que tenemos desde el Ministerio, y la que debemos replantearnos en estas circunstancias. Haré hincapié en aquellas áreas que actualmente están en la órbita de la Subsecretaría de la que soy parte. Asumimos la gestión con muchos desafíos, en un contexto donde el turismo, a nivel nacional, genera más de un millón de puestos de trabajo, representa USD 12.800 millones (en términos de turismo interno y receptivo) y es la cuarta actividad económica en generación de divisas para el país.

El desarrollo turístico debería generar mejores condiciones de vida, empleos, dinamizar la economía y promover el patrimonio cultural. Es decir, el desarrollo no debe enfocarse únicamente en lo económico, sino que también debe implicar la inclusión social y cultural. Digo esto, porque el escenario que transitamos actualmente impacta negativamente en estos planos. Al asumir como parte de la gestión, el Ministro Matías Lammens nos planteó como ejes de trabajo: la generación de divisas; el incremento del turismo interno, la recuperación del turismo social y la generación de empleo.

Dentro de las áreas que tengo a mi cargo, se destaca el objetivo ligado al turismo social. Cuando recibimos el área de turismo social en esta gestión, lo hicimos con el mismo presupuesto que tenía en el año 2015 en términos nominales. Si consideramos el índice de inflación de los últimos años, el área representaba en 2019 sólo un 8% del presupuesto del Ministerio (cuando antes era del 22%). Esto demuestra que el turismo social no fue una política central del gobierno anterior. En cambio, nosotros entendemos al turismo social como una forma de democratizar el bienestar, un elemento impulsor

del desarrollo y una herramienta de cohesión social. Tenemos como finalidad que, en el 2020, esta área represente el 35% del presupuesto ministerial (considerando las limitaciones obvias con las que nos encontraremos).

En el siguiente gráfico se observa la evolución del porcentaje de la población argentina que realizó al menos un viaje al año. Obviamente los sectores más golpeados son los medios/bajas, por lo tanto, reivindicar una política de turismo social que garantice el acceso al turismo, con estos datos de diagnóstico cobra relevancia.

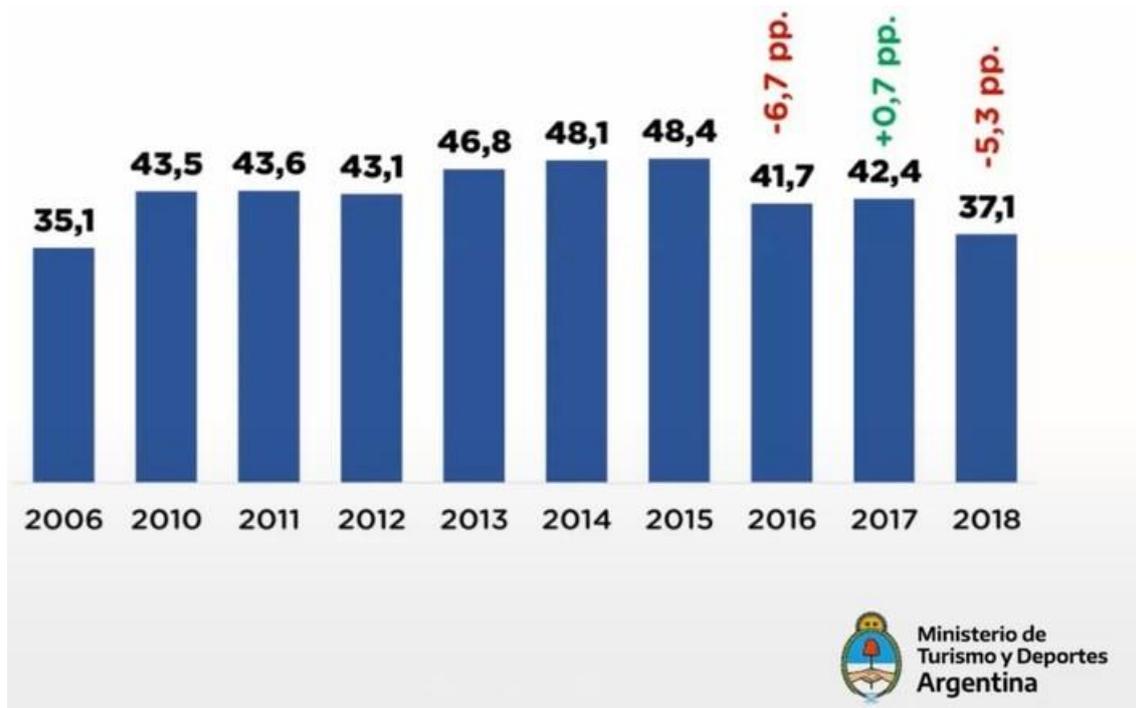


Imagen: Evolución del porcentaje de la población argentina que realizó, al menos, un viaje al año. Fuente: Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación.

El área de estadística del Ministerio de Turismo y Deportes nos informó que los turistas de los sectores de ingresos medios y bajos explican el 86% de la caída en los viajes totales del año pasado. De cada diez viajes perdidos, nueve fueron de los sectores con menores recursos. Por ello, empezar a mejorar las infraestructuras de turismo social es una tarea importante que tenemos. El Ministerio de Turismo y Deporte tiene a su cargo las unidades de Chapadmalal y Embalse, que son emblemas del turismo social. Esperamos ser parte de una gestión que ponga en valor estas unidades para que sean utilizadas no sólo por el turismo, sino para que también estén a disposición para su uso sanitario durante el contexto de pandemia. De hecho, en Chapadmalal, estamos recibiendo a 100 personas en situación de calle que no pueden cumplir con el

aislamiento. Esta es una acción coordinada con el municipio de General Pueyrredón. Nos llena de orgullo poner nuestras instalaciones a disposición de los más vulnerables.

Por otro lado, al igual que la Organización Mundial del Turismo (OMT), el Ministerio de Turismo y Deportes se suma a la campaña de #Viajamañana en el marco de la incertidumbre, entendiendo que hay que estar preparados para dar pasos más firmes y estar bien parados para cuando llegue el tan esperado momento de reanudar la actividad turística.

Estamos también realizando otras acciones para el sector. En primer lugar, el apoyo al sistema sanitario (no solo a través de nuestras instalaciones, sino también la cooperación del sector hotelero en general). En segundo lugar, el salvataje del sector en lo económico y financiero entendiendo que esto es un golpe inédito para el sector (el 100% de los destinos mundiales han restringido su movimiento producto de la pandemia). Por último, la preparación del sector para el día después. Son de público conocimiento los Programas de Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción (ATP) del Gobierno Nacional y la resolución de AFIP que benefició directamente a las distintas empresas de la actividad turística. La envergadura de la crisis es superior a estas medidas, pero es importante intentar mantener al sector en pie. Para esto, se implementaron medidas específicas para las agencias de viaje, dando respuesta a las inquietudes del sector. También, se diseñó desde el Ministerio de Turismo y Deportes el “Plan de auxilio, capacitación e infraestructura para el turismo” (PACIT), el cual está integrado por fondos que busca brindar soporte a las otras medidas impulsadas por los Ministerios de Producción y Economía:

- Un fondo de auxilio y capacitación turística, financiado con fondos aportados en un 80 % por el BID y en un 20% por el Ministerio (con aportes no reembolsables y con capacitaciones como contraprestación).
- Un fondo complementario financiado íntegramente con fondos del Ministerio (destinado fundamentalmente a prestadores turísticos).
- El plan de infraestructura para 50 destinos financiado por el impuesto PAIS (dirigido a las provincias para obras de infraestructura).

Otra cuestión importante para comentarles tiene que ver con las condiciones de los hoteles de administración pública (cuando asumimos, en las unidades turísticas de cada nueve hoteles solamente había tres abiertos). Estas medidas que, por supuesto son importantes y necesarias, sabemos que con la envergadura de la crisis pueden no

resultar suficientes. De todas maneras, hay que llevarlas adelante, considerando la heterogeneidad del sector.

Con respecto a la preparación para el día después, estamos armando un observatorio de turismo interno para conocer medir y perfilar a los turistas argentinos, vinculados obviamente con el poder adquisitivo para poder estudiar su comportamiento y la predisposición a viajar. Se conformó un Comité de Crisis conformado por el Ministerio y representantes de la CAT, el CFT y los Ministerio de Producción y de Economía. Por último, también estamos trabajando en la elaboración de pautas y protocolos para el sector para el fortalecimiento de toda la cadena de valor de la actividad turística. Estamos para esto trabajando con todas las provincias y con el sector privado.

### Objetivos

- Generar nuevos hábitos de conducta que garanticen mayor seguridad y confianza a visitantes y personas visitadas.
- Evitar el quiebre del vínculo turístico/social.
- Introducir el valor de la seguridad sanitaria para visitantes y visitados.
- Generar confianza



Imagen: Objetivos de pautas y protocolos Covid-19 para el sector turístico. Fuente: Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación.

La idea es que sean recomendaciones con validación por parte del Ministerio de Salud de la Nación, y que tenga un acompañamiento técnico en la implementación de estas pautas por parte de nuestro Ministerio. Entre otros, en el público están Oscar Bustos, Adrián Martínez y Hernán Roitman, que son parte de este equipo maravilloso. Por último, los beneficios de adoptar estas herramientas y protocolos que permitirán poner al Estado en todos sus niveles al servicio del sector, justamente por la importancia que el turismo tiene en el desarrollo de nuestro país.

## Intervención de Nahuel Farberoff

Muchas gracias, Inés. Moderar hoy no va a ser nada fácil por la cantidad de mensajes, preguntas y consultas que hemos recibido. Ahora, le damos la palabra a Pablo Singerman.

## Intervención de Pablo Singerman

Gracias por la invitación a las instituciones organizadoras y gracias a todos los presentes. Me da mucho gusto compartir esta charla con Inés.

Antes de empezar, me gustaría comentarles algunos aspectos que tienen que ver con lo que dijo Inés. Los economistas (en el caso mío, con 37 años de trabajo para el sector) consideramos al turismo como una de las actividades económicas más importantes de la Argentina. Sumando a lo que decía Inés anteriormente respecto de que el turismo es la cuarta actividad más importante del país, les cuento que hemos llegado a ser la tercera actividad económica del país (por arriba de carnes y otros cereales). Por lo cual, es evidente las dificultades del sector para tener el “lobby” o la llegada suficiente para poder mostrar su importancia en términos de impacto económico, generación de empleo y desarrollo de las economías regionales. Los otros sectores tienen que entender la importancia de nuestra actividad. Por lo tanto, felicito a Inés por el trabajo que están haciendo desde el Ministerio.

Estamos viviendo un momento muy delicado y doloroso para el sector. Desde hace algunos años, venimos transitando momentos complejos, producto de la baja del poder adquisitivo del argentino medio que solía consumir turismo interno. No solamente debemos considerar la baja de los ingresos de la familia argentina. A esto, debemos sumar el tema de las devaluaciones de la moneda nacional. Durante el año 2018 hubo un 50% de devaluación, mientras que durante el 2019 se observó un 100% de devaluación (lo que resintió también el turismo emisivo). Por lo cual, el mundo de las agencias de viajes viene golpeado, al igual que el del turismo interno.

Voy a compartir un estudio que hicimos durante el día de abril, cuando recién se cumplía un mes de la cuarentena. Vamos a repetir este estudio sobre finales del mes de mayo para ver como cambiaron estos datos. Esta encuesta se hizo de manera no

probabilística, con más de seiscientas contestaciones. Se trata de una muestra heterogénea con personas de distintos rangos etarios, sectores y niveles de ingresos económicos. Vamos a ver algunos resultados.

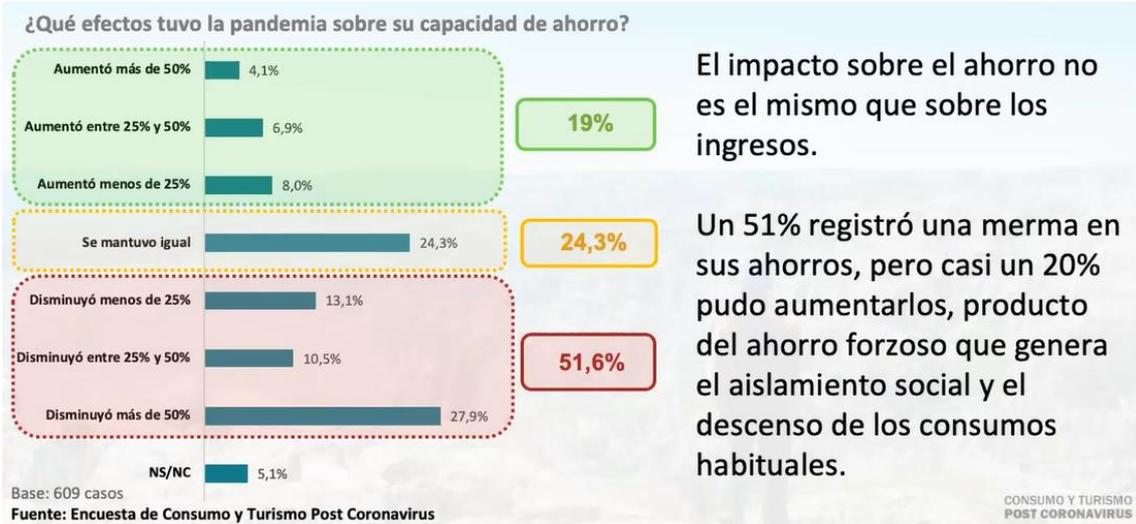
Empezamos a estudiar sabiendo que la economía de la mayoría de los hogares de Argentina estaba siendo lesionada. Los resultados de algunas consultoras privadas indicaban que algunos sectores de la sociedad no se vieron económicamente afectados por la pandemia. Nos pareció entonces muy prudente comenzar a ver quiénes podían llegar a ser estos sectores. A partir de acá, saber qué pensaban hacer con estos ingresos, entendiendo que su economía se mantuvo y su patrón de consumo se modificó (al no tener qué consumir producto de la cuarentena). Entonces nos focalizamos en estudiar a las familias que durante estos meses ahorraron, y en indagar sobre qué es lo que buscan hacer con esos ahorros.



Imagen: Desplome de los ingresos económicos. Fuente: Consultora Singerman y Makón.

El 50% de los que nos contestaron esta encuesta, marcaron que sus ingresos disminuyeron. Casi el 40% de ellos mantuvo sus ingresos, mientras que hubo un 2,2% que aumentaron.

Constatamos entonces que al 50% de los encuestados le disminuyó el ingreso. Pero nos dimos cuenta de lo siguiente: a nosotros nos interesaba conocer la capacidad de ahorro de este 40% que mantuvo sus ingresos. Un 25% de ese sector, mantuvo sus ahorros. Simultáneamente, un 20% los incrementó debido al cambio de comportamiento de consumo, producto del encierro. Acá es donde nos focalizamos aún más todavía.



El impacto sobre el ahorro no es el mismo que sobre los ingresos.

Un 51% registró una merma en sus ahorros, pero casi un 20% pudo aumentarlos, producto del ahorro forzoso que genera el aislamiento social y el descenso de los consumos habituales.

Imagen: Impacto asimétrico entre ingresos y ahorro. Fuente: Consultora Singerman y Makón.

Dentro de quienes mantuvieron o incrementaron la capacidad de ahorro, el 70% tiene la intención de utilizar el dinero para la compra de bienes y servicios asociados a viajes y turismo. En segundo lugar, aparece como prioridad de compra la categoría “Cultura y Entretenimiento”, mientras que, en tercer lugar, el ítem “restaurantes y gastronomía”. Cabe destacar que estas dos constituyen, además, actividades transversales al turismo.



Los Viajes y el Turismo se posicionan como la actividad prioritaria dentro de las expectativas de consumo de las personas encuestadas, con los ahorros disponibles, para la etapa posterior a la cuarentena y se reabran los destinos turísticos.

Imagen: Turismo al tope de las prioridades de consumo. Fuente: Consultora Singerman y Makón.

Asimismo, a un 50% de los encuestados, la situación de aislamiento le aumentó los deseos de viajar, mientras que un 33% de las personas respondió que se mantuvieron los mismos deseos de viajar. Es decir, que la pandemia o la inseguridad sanitaria no le

“quitó” las ganas de viajar a las personas. Estos estudios demuestran que es incorrecta la afirmación: “después de la pandemia la gente no va a querer viajar”.

Obviamente, puede haber debate y discusiones respecto al origen de estos deseos, pero no tiene que ver con “lo prohibido”, sino con el crecimiento sostenido de las últimas décadas de la cantidad de turistas a nivel mundial. La mayoría de los especialistas coincidimos en que el turismo interno va a ser una de las actividades que más rápido se recuperará, por una cuestión de distancias.

Respecto a las principales amenazas para la actividad turística, se destaca que casi un 28% sostuvo miedo y temores a viajar luego de la pandemia, aunque esto debe matizarse: simultáneamente declararon que la incertidumbre es uno de los aspectos tenidos en cuenta.

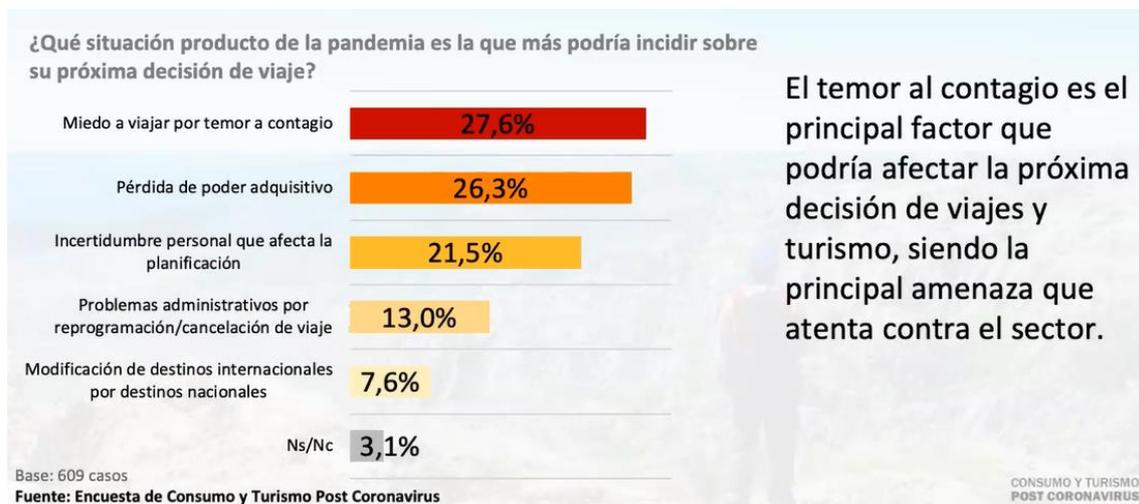


Imagen: Situaciones producto de la pandemia que podrían incidir sobre las decisiones de viaje. Fuente: Consultora Singerman y Makón.

Entiendo que las agencias de viaje serán un eslabón fundamental para considerar en el escenario poscovid19 por varias razones. Muchísimos turistas tuvieron importantes problemas por haber comprado directamente sin intermediarios profesionales, con inconvenientes a la hora de reclamar devoluciones o postergaciones en sus viajes, aéreos, reservas, entre otros. En cambio, aquellos que compraron con asesoramiento de profesionales, tuvieron atención correcta respecto de estos reclamos. El agente de viajes será el profesional que sepa qué recomendar o que vender. Si bien es un sector que está afectado por la crisis, su rol en el contexto de recuperación cobrará mayor importancia.

La última diapositiva del resumen de este estudio tiene que ver con la prioridad del turista a la hora de viajar. Creímos que una de las prioridades iba a ser el precio, viajar al destino más barato. Sin embargo, casi un 40% priorizó la seguridad sanitaria en el destino. En vez de que el destino compita por precio, competirá por seguridad sanitaria. Y como observamos, la categoría “descuentos” quedó en cuarto lugar.



Imagen: Cambio de prioridades en los incentivos del viaje. Fuente: Consultora Singerman y Makón.

Estos representan algunos resultados de nuestra investigación, esperando sean de interés para todos ustedes. Muchas gracias por la atención.

### Intervención de Nahuel Farberoff

Muchas gracias, Pablo por tu claridad.

Inés, tengo una pregunta del público para vos, que es la siguiente: ¿cuáles te parece que serán los primeros destinos en recuperarse luego de la crisis?

### Intervención Inés Albergucci

Hay varias ideas que giran en torno a eso. En primer lugar, hay dos conceptos que se mencionan mucho como el “turismo regional” como apertura de la actividad de manera regional y el “turismo naturaleza”. Existe esta idea preliminar que habrá que ir monitoreando no sólo respecto de la capacidad de consumo, sino también con los

intereses de la demanda. Algunos destinos que reúnan estas condiciones quizá sean más elegidos por sobre otros.

### **Intervención de Nahuel Farberoff**

Preguntan también a Inés sobre el tema de los protocolos. En concreto: ¿cuál es el grado de avance en esto? ¿serán de cumplimiento obligatorio?

### **Intervención de Inés Albergucci**

Estamos en un momento de consulta con distintos sectores. Ya hemos enviado las medidas referidas a lo sanitario, porque ninguno de estos protocolos va a decir algo que no esté específicamente aprobado por la autoridad sanitaria nacional.

Respecto de la obligatoriedad, los protocolos son pautas que, si la formulamos con el nivel de consenso y consulta que estamos teniendo, la implementación sería obligatorias. En la medida en que esto se relacione con las necesidades del sector, tendrá seguramente un mayor grado de aplicación. Consideramos que la apertura de la actividad será muy diversa a lo largo y lo ancho del país.

### **Intervención de Nahuel Farberoff**

Pablo en el contexto poscovid 19 que vos imaginás: ¿cuáles serán los sectores que se van a reactivar primero y cuáles después?

### **Intervención Pablo Singerman**

Nosotros estudiamos específicamente al grupo que reconocía que no percibían inconvenientes con sus ingresos, es decir, que tenían ahorros producto del cambio de su comportamiento de consumo como consecuencia de la cuarentena. Sobre estos sectores, históricamente, tanto la mejora de sus ingresos medios como la baja de los mismos tuvo repercusión directa en turismo interno.

Si consideramos la repercusión de la crisis en los sectores medios de nuestro principal mercado emisor, que es Brasil, se producirá una baja considerable. Los primeros destinos favorecidos serán aquellos que se encuentren en las cercanías de los principales centros urbanos. Hasta que se logre generar confianza en los transportes masivos de pasajeros, las personas priorizarán el auto para sus viajes. En síntesis, los destinos cercanos serán los de mayor preferencia, aunque debemos corroborarlo con futuros estudios.

### **Cierre a cargo de Oscar Bustos Navarta**

Agradecemos a los destacados expositores que tuvimos hoy. Es importante contar con la presencia de referentes en este contexto de incertidumbre.

Quiero cerrar con dos ideas. Por un lado, Inés nos recordaba que el turismo es una política de democratización del bienestar social, por ello la importancia de un Estado Nacional que intervenga en el mercado para garantizar el derecho del turismo y la igualdad de oportunidades. Por otro lado, un dato que me quedó presente de la presentación de Pablo fue el aumento de los deseos de viajar de las personas. Este constituye un dato alentador. Por último, agradecer a las tres instituciones organizadora. Nuevamente muchas gracias y hasta luego.

**Asociación Foro de Profesionales en Turismo**  
**Instituto Ciudades del Futuro**  
**Fundación Ciudad de La Plata**  
**(MAYO 2020)**



  @reddti\_ar  
 [www.reddti-ar.com.ar/unete](http://www.reddti-ar.com.ar/unete)  
 [info@ciudadesdelfuturo.com.ar](mailto:info@ciudadesdelfuturo.com.ar)