

IMPACTO DEL PROGRAMA PREVIAJE EN EL SECTOR TURÍSTICO ARGENTINO

La actividad turística es esencial para la economía mundial puesto que crea empleo, aporta ingresos, impulsa la inversión en infraestructura y servicios y promueve la diversidad económica y el desarrollo. La pandemia de COVID-19, declarada en 2020, generó un fuerte impacto negativo sobre el sector, con una caída de la participación de la actividad en el PBI mundial (-50%) y 62 millones de empleos que desaparecieron durante 2020. Tanto en América Latina como en Argentina la situación del rubro turístico siguió la misma suerte, con caída en la actividad y en los puestos de empleo en el sector. A partir de la recesión de 2020, en Argentina se diseñó el programa PreViaje con el objetivo de reactivar al sector turístico, considerando las necesidades de la industria turística y de los turistas locales. Hasta la actualidad se llevaron a cabo cinco ediciones, generando un impacto económico de \$ 792 mil millones, permitiendo la reactivación del sector turístico y generando repercusiones positivas sobre otros sectores de la economía.

El impacto del turismo en la economía

La actividad turística desempeña un papel significativo en la economía en todo el mundo, ya que posee un impacto importante en la generación de empleo, ingreso de divisas, impulso sobre otros sectores de la economía, entre otras razones. Según el *World Travel & Tourism Council (WTTC)*¹, en 2022 el sector Turismo contribuyó con el 7,6% del PBI mundial, creciendo un 22% en comparación a 2021, pero aun no alcanzando los valores del año 2019. Esto se debe a que la pandemia de COVID-19, declarada en 2020, generó una fuerte recesión en el sector, con la pérdida de más de 62 millones de empleos y una caída del aporte al PBI del casi el 50%.

De acuerdo al *WTTC*, la situación en Latinoamérica siguió la situación internacional: en 2020 el aporte al PBI global de la región cayó un 41% respecto a 2019, recuperándose en 2022 con un crecimiento del 33%. En Argentina, durante 2020 la caída en la actividad turística fue del 47% i.a. y la caída en el empleo fue del 22%. Según el informe realizado por el CREEBBA en 2021², durante 2020 se evidenciaron grandes caídas

en casi todos los indicadores: el turismo interno cayó un 53%, la ocupación hotelera un 72%, mientras que tanto el turismo emisor como el turismo receptor lo hicieron en un 70%, aproximadamente.

A partir de ese punto, la recuperación en la contribución al PBI durante 2022 en el país fue del 22% respecto a 2019. Para 2023 se estima que los empleos en el rubro crezcan un 14% y la contribución al PBI sea del 8%. Es decir, la actividad turística se encuentra transitando un sendero de recuperación luego de la recesión de 2020.

Programa PreViaje

Teniendo en cuenta el impacto negativo de la pandemia de COVID-19 mencionado previamente y que el turismo interno es la principal fuente de actividad del sector en Argentina (representando el 79% del turismo total), el Estado argentino promulgó la Ley N° 27.563 de Sostenimiento y Reactivación Productiva de la Actividad Turística, con el objetivo de reactivar, fortalecer y potenciar al sector turístico, considerando las necesidades de las empresas turísticas y mitigando el impacto socioeconómico como consecuencia de la pandemia.

¹ *World Travel and Tourism Council: Travel & Tourism Economic Impact Global Trends 2022-2023*

² "Turismo en Argentina: análisis del sector en el período 2016-2020", IAE N°167, CREEBBA.

En este marco, la Ley N° 27.563 implicó, en su artículo 20, la creación del Régimen de Incentivos a la Preventa de Servicios Turísticos Nacionales (PreViaje) como una herramienta que tendría como fin incentivar a la demanda anticipada de servicios turísticos.

En definitiva, los lineamientos generales del programa PreViaje son:

- Estimular la demanda de turismo interno para dinamizar la economía y generar un crecimiento del sector, mejorar el saldo en la balanza turística, logrando conservar divisas dentro el país y distribuir federalmente los recursos para potenciar las economías regionales.
- Movilizar el ahorro excedente en pesos y retenerlo dentro del sistema formal.
- Aumentar las ventas del sector turístico, aportando previsibilidad a la temporada.
- Contribuir a incrementar el empleo y formalizar los ingresos del turismo nacional.
- Desempeñar un papel importante en la promoción y preservación de la cultura de un lugar.

En la práctica, el programa PreViaje funcionó mediante el otorgamiento de un reintegro equivalente al 50% del gasto de consumo anticipado realizado, con un tope en pesos previamente fijado y acreditado en una tarjeta precargada (física o virtual) emitida por el Banco de la Nación Argentina, disponible para emplearse desde la fecha de viaje en adelante en toda la cadena de valor del turismo del país³.

Desde el año 2020, sumando los resultados de las 5 versiones del programa, 7,5 millones de turistas accedieron a los beneficios, generando un impacto real en la economía de \$ 792 mil millones. En total se inscribieron más de 19 mil establecimientos que alcanzaron una facturación por \$ 554 mil millones.



La región más beneficiada fue la Patagonia, con la mayor cantidad de pasajeros (más de 2,6 millones), el impacto económico directo más alto (\$ 338 mil millones) y la ciudad más visitada San Carlos de Bariloche. A continuación se ubicó la región Buenos Aires (que incluye tanto a la provincia como a la Ciudad Autónoma) que captó a más de 1,6 millones de turistas, el impacto económico directo fue de \$ 158 mil millones y la localidad más concurrida fue Mar del Plata.

San Carlos de Bariloche, Puerto Iguazú, Salta, Ciudad de Buenos Aires, Mar del Plata, Mendoza, Puerto Madryn, Ushuaia, El Calafate, Merlo, Termas de Río Hondo, San Rafael, Villa General Belgrano, Córdoba y Federación fueron los destinos más elegidos a lo largo de los años transcurridos del programa.

Examinando el gasto inicial por rubro (si se consideran el total de las 5 ediciones), los que concentraron la mayor cantidad de transacciones fueron los servicios de agencias de viaje y otras actividades complementarias de apoyo turístico (56%), servicios de alojamiento (29%), servicios de transporte (13%) y el 2% restante a otros servicios.

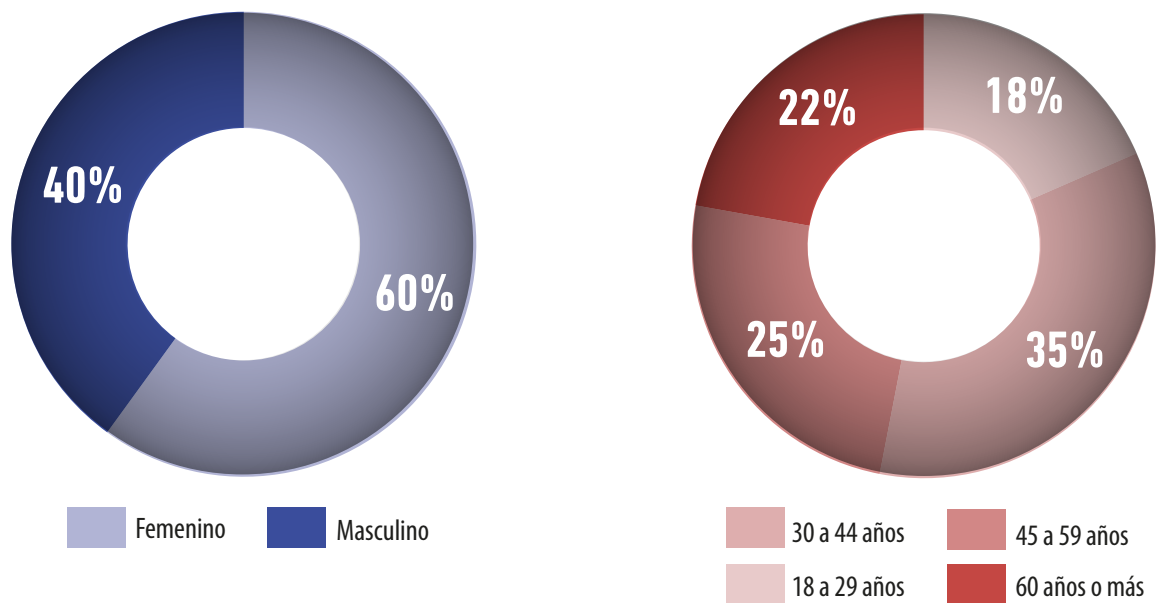
³ Las compras anticipadas de servicios incluyen paquetes turísticos comercializados a través de agencias de viajes, transporte nacional terrestre de larga distancia y/o aéreo de cabotaje, alojamientos, centros turísticos que venden excursiones, alquileres de automóviles y equipamiento y otros rubros turísticos que brinden un crédito con un tope de reintegro menor; para poder ser utilizado en excursiones, paseos en atractivos turísticos, museos, cultura, gastronomía, entretenimiento y ocio, productos regionales y demás ofertas del sector.

Respecto a los beneficiarios del Programa (Gráfico 1), el 60% fueron mujeres mientras que el 40% restante hombres. El rango etario de entre 30 a 44 años absorbió el 35% del total, seguido por el intervalo 45 a 59 años. El principal origen de los beneficiarios fueron la provincia de Buenos Aires (40%), Ciudad Autónoma de Buenos Aires (21%), Santa Fe (10%) y Córdoba (9%).

Con este último dato se puede afirmar que se logra una redistribución de los recursos ya que el 80% de las compras anticipadas fueron captadas mayoritariamente (60%) por provincias como Río Negro, Santa Cruz, Tierra del Fuego, Neuquén, Misiones y Salta.

Gráfico 1. Beneficiarios según género y rango etario.

Total ediciones PreViaje



Fuente: Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación.

Analizando por número de PreViaje (Tabla 1), la segunda versión fue la que permitió a la mayor cantidad de turistas viajar (63% del total) seguidos por el cuarto y el quinto con el 11%, respectivamente. PreViaje II permitía realizar los viajes entre noviembre de 2021 y diciembre de 2022. Los principales destinos fueron San Carlos de Bariloche, Ushuaia y Mar del Plata. En lo que refiere tanto a facturación como a impacto económico, también la edición II fue la de mayor porcentaje, demostrando que esta fue la más relevante desde el lanzamiento del programa. Según el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación⁴, en términos de resultados, PreViaje 2 se constituyó como el motor de la temporada récord en diferentes destinos del país durante 2022 y, además, contribuyó a que el sector colaborara marcadamente, con la recuperación económica de Argentina en ese momento.

Tanto en el caso PreViaje I como PreViaje II, el fin fue la recuperación de la actividad turística en temporada alta, luego de la recesión de 2020. En el caso de las restantes tres ediciones, estuvieron focalizadas en la desestacionalización durante la temporada baja, es decir, se buscó que la industria se mantenga en altos niveles de actividad durante todo el año.

⁴ PreViaje, un modelo de gestión: evaluación, análisis, y estadísticas de la política más relevante en la historia del turismo. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Ministerio de Turismo de la Nación, 2023.

Tabla 1: Cuadro comparativo ediciones PreViaje.

2020-2023

Año inicio	N° PreViaje	Turistas	Facturación (en miles de millones) *	Impacto económico (en miles de millones) *	Principales destinos
2020	I	555.636	\$54	\$77	San Carlos de Bariloche, Puerto Iguazú, Salta, Ciudad de Buenos Aires, Mar del Plata.
2021	II	4.738.386	\$359	\$513	
2022	III	822.056	\$54	\$77	
2023	IV	834.093	\$49	\$71	
2023	V	627.045	\$36	\$51	

Fuente: Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación.

***Nota:** en pesos constantes de agosto de 2023.

Reflexiones finales

El sector turístico sufrió una recesión como consecuencia de la pandemia de COVID-19 durante 2020, causando un crecimiento del desempleo y una caída de su aporte al PBI mundial. El sector turístico argentino no se mantuvo ajeno a esta situación: el turismo interno cayó un 53% y la ocupación hotelera un 73% en términos interanuales.

Frente a esta situación se tomó la decisión, desde el gobierno argentino, de desarrollar el Programa PreViaje con el objetivo de atenuar los efectos negativos de la pandemia sobre el rubro turístico, atendiendo las diferentes necesidades de la industria y permitiendo al turista argentino visitar diferentes centros turísticos del país. El Programa permitió que se hagan compras anticipadas de servicios turísticos (entre los que se encontraba el alquiler alojamiento, transporte, gastronomía, servicios de agencias de turismo, entre otros) y la devolución del 50% de gasto realizado para su utilización durante el viaje.

En las 5 ediciones de PreViaje, durante los últimos tres años, se alcanzó un impacto económico de \$ 792 mil millones y viajaron 7,5 millones de turistas a lo largo de todo el país. La región patagónica fue la que generó el mayor impacto y la más visitada por pasajeros por medio del Programa, resaltando la localidad de San Carlos de Bariloche.

La segunda edición del PreViaje fue la más relevante en términos de resultados, con más de 4 millones de turistas y un impacto económico que superó los \$ 500 mil millones.

Para finalizar, dado los resultados positivos del Programa PreViaje, quedará en la agenda del gobierno entrante su continuidad a través de una Ley que ya se encuentra redactada y que se denomina "Régimen plurianual de incentivos para la promoción del empleo, las inversiones y la formación en la actividad turística". Esto permitiría que el Programa PreViaje se sostenga a lo largo de los años.