



IERAL

Fundación  
Mediterránea

## Documento de Trabajo

Año 27 - Edición Nº 212 - 14 de Septiembre de 2021

Por precios relativos y preferencias post-covid, el turismo resulta una buena oportunidad para Argentina, pero requiere una mirada de largo plazo

Marcelo Capello, Marcos Cohen Arazi y Lautaro Carranza

[mcapello@ieral.org](mailto:mcapello@ieral.org) [mcohen@ieral.org](mailto:mcohen@ieral.org) [lcarranza@ieral.org](mailto:lcarranza@ieral.org)

### Edición y compaginación

Karina Lignola y Fernando Bartolacci



### IERAL Córdoba

(0351) 473-6326

[ieralcordoba@ieral.org](mailto:ieralcordoba@ieral.org)

### IERAL Buenos Aires

(011) 4393-0375

[info@ieral.org](mailto:info@ieral.org)

### Fundación Mediterránea

(0351) 463-0000

[info@fundmediterranea.org.ar](mailto:info@fundmediterranea.org.ar)

## Por precios relativos y preferencias post-covid, el turismo resulta una buena oportunidad para Argentina, pero requiere una mirada de largo plazo

**Marcelo Capello, Marcos Cohen Arazi y Lautaro Carranza**

- A partir de la superación de los mayores problemas sanitarios que trajo la pandemia del COVID-19, existe un potencial de recuperación muy significativo para el turismo a nivel mundial, en el que Argentina tiene grandes oportunidades -explotar atractivos naturales y culturales- y desafíos de política pública -mejorar ambiente de negocios, infraestructura, conectividad, seguridad-.
- Si se analiza la capacidad adquisitiva de los salarios brasileros y chilenos en términos de bienes argentinos, existen precios relativos para favorecer el turismo receptivo, en mayor medida originado en el país trasandino; comparado con 2017 la capacidad de compra creció 6% para los salarios de Brasil (al cambio oficial) y 75% (al dólar blue), mientras que para los de Chile, el crecimiento fue de 59% (al oficial) y 153% (al blue).
- En la misma línea, el turismo emisor de Argentina al exterior está fuertemente desincentivado, ya que el salario argentino, en términos de “dólar turismo”, disminuyó 22% en los últimos 12 meses, se ubica un 52% por debajo del nivel pre-pandemia (2019) y es 65% inferior al correspondiente a 2017, dejando un importante espacio para desarrollar el turismo interno.
- Es factible imaginar que el turismo post pandemia resulte inicialmente menos deficitario que lo que fue en los años prepandemia, cuando la salida neta de divisas por turismo llegó a alcanzar los US\$ 6.009 millones (2017), aún con una importante afluencia de turistas extranjeros al país en dicho año (el fuerte impulso del emisor debido al desalineamiento cambiario desbalanceó las cuentas externas del turismo).

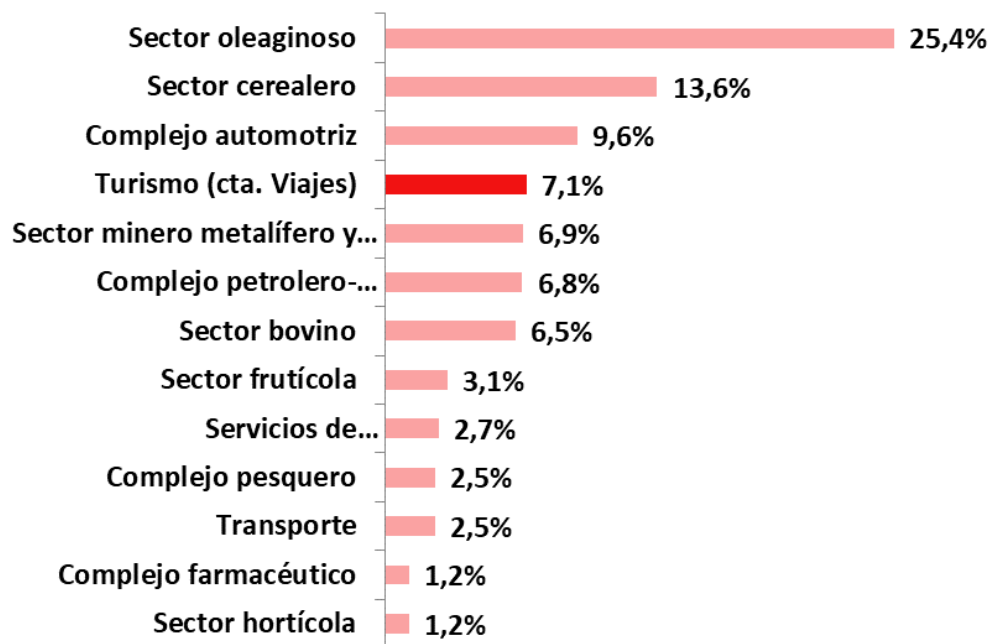
El turismo es uno de los sectores económicos más importantes a nivel mundial. En 2019 generó US\$ 8,9 billones, un 10,3% del PIB mundial. Ese año, explicó el 10% del empleo mundial (330 millones de puestos de trabajo) y 1 de cada 4 puestos de trabajo generados surgieron del sector turismo.

Para Argentina, que lleva 10 años de estanflación, con nula creación de puestos de trabajo de calidad en el sector privado, y que sufre crónicos problemas de falta de divisas, el turismo debería ser un sector clave al cual apuntar en la estrategia económica. Dadas las características del sector, y considerando el duro contexto que atraviesa desde el comienzo de la pandemia, apostar al turismo y a su reactivación podría generar fuertes eslabonamientos hacia atrás, que colaborarían en la reactivación de toda la economía.

Algunos datos ponen en relieve la importante participación que tiene el turismo en la economía argentina: en 2019 las exportaciones turísticas representaron el 7,1% de las exportaciones totales (U\$S 5.241 millones) y el empleo del sector explicó un 7,1% del empleo total registrado del sector privado (460 mil puestos de trabajo)<sup>1</sup>.

### Principales complejos exportadores de Argentina

Participaciones sobre exportaciones totales. Año 2019



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea sobre la base de INDEC.

### El turismo post pandemia

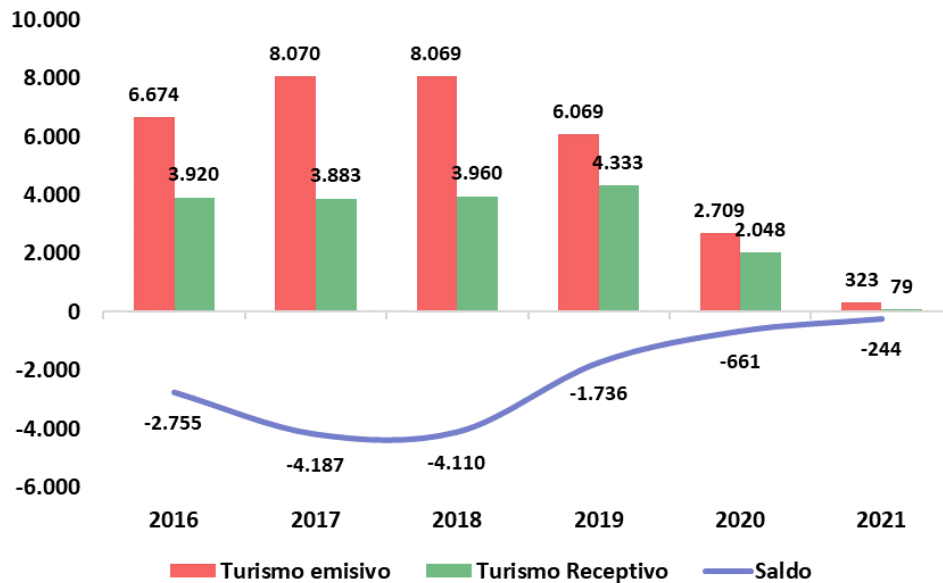
Con la pandemia de COVID-19, las restricciones a los movimientos de personas llevaron los flujos de turismo a niveles mínimos, especialmente el turismo internacional. Argentina no fue la excepción. Considerando cifras correspondientes a los primeros siete meses de 2021, el turismo emisor por todas las vías (aérea, terrestre y fluvial/marítima) ha sido de 323 mil turistas, 88% menor en relación al turismo emisor acumulado hasta julio de 2020, y 95% inferior en comparación a los niveles pre-pandemia (enero-julio de 2019). Por su parte, el turismo receptivo acumulado hasta julio de 2021 ha resultado de 79 mil personas, cifra que refleja caídas de 96% y 98% en comparación a los mismos periodos de 2020 y 2019, respectivamente. De esta forma, dado el escaso o prácticamente nulo flujo turístico existente, el alto déficit de la balanza turística (cantidad de personas) que ha existido durante los últimos años en Argentina prácticamente se ha

<sup>1</sup> Se considera el enfoque amplio de las Ramas Características del Turismo (RCT).

eliminado en 2021, con un saldo negativo de 244 mil turistas, cuando llegó a ser de casi 4 millones de personas en 2018.

### Evolución del turismo emisor y receptor por todas las vías en Argentina

Acumulado enero-julio. En miles de turistas



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea sobre la base de MinTurDep.

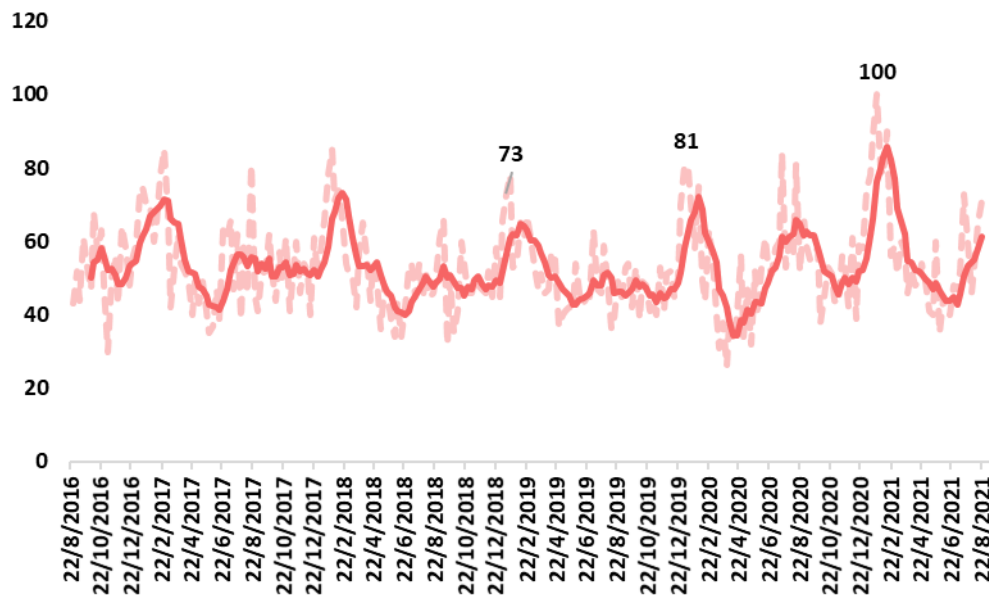
Por lo anterior, en la post pandemia existirá una demanda contenida por viajes, que seguramente se recuperará en forma pronunciada una vez superados los mayores problemas sanitarios. Pero muy probablemente habrá cambios respecto a las preferencias de los turistas, al menos al inicio, lo cual es algo que ya se ha ido viendo en los meses de temporada en los cuales ha estado permitido el movimiento turístico: aumentarán su participación el turismo al aire libre, el de baja densidad (rural y otros), los viajes nacionales e internacionales a destinos relativamente cercanos, entre otros fenómenos. Aspectos que también se están destacando y se destacarán, son: tarifas y destinos flexibles, asistencia al viajero, destinos con acceso a infraestructura sanitaria, modelo *tap 'n go*, entre otros.

En el nuevo contexto, inicialmente podrán lograr mayor inserción los países con buenos paisajes y grandes extensiones, con turismo de relativamente baja densidad y con actividades turísticas más dirigidas al aire libre. Se espera que el turismo de tercera edad, los eventos masivos, convenciones, entre otros, presenten una recuperación más lenta y tarden un mayor tiempo en volver a la normalidad.

Un caso interesante a destacar es el del turismo de casas rodantes en Argentina, que en las últimas décadas venía decayendo y perdiendo popularidad. Dado el contexto actual de pandemia, se recuperó el interés por los *motorhomes* como un medio de transporte para recorrer nuevos paisajes, priorizando el distanciamiento y evitando la interacción directa con otras personas externas al grupo familiar o de aventura. En este sentido, al analizar la dinámica de las búsquedas

realizadas por la población argentina en el motor de búsquedas de Google relacionadas a “casas rodantes” y “motor home”, se observa que, considerando los últimos cinco años, el punto más alto de toda la serie de datos se alcanza en enero de 2021. Durante los meses de enero y febrero de 2021, en promedio el interés relacionado a casas rodantes plasmado en las búsquedas de Google creció 24% con respecto al mismo periodo de 2020 (pre-pandemia).

### Volumen semanal promedio de búsquedas en Argentina relacionadas con casas rodantes



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea sobre la base de Google Trends.

\* Nota: se incluyeron las búsquedas “casa rodante”, “motor home” y pequeñas variantes de las mismas.

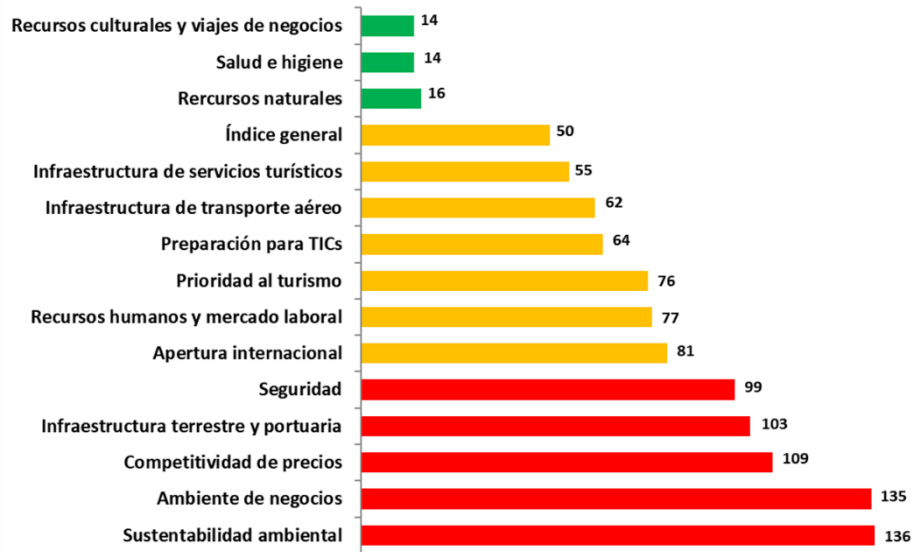
### Argentina en el índice de Competitividad Turística

¿Cómo se encuentra posicionada Argentina para aprovechar las oportunidades que ofrecerá el turismo post pandemia? La principal ventaja es que se encuentra bien posicionada en algunos de los temas que serán importantes para la reactivación del sector post COVID 19. Considerando el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial (2019)<sup>2</sup>, Argentina se encuentra ubicada en muy buenas posiciones del ranking mundial en los componentes “Recursos Naturales” (16°), “Salud e Higiene” (14°) y “Recursos culturales...” (14°). En el ranking global de este índice, se encuentra en la posición 50°, por debajo de México (19°), Brasil (32°) y Perú (49°), y por encima de Chile, Colombia, Ecuador y Uruguay.

<sup>2</sup> Más allá que la medición fue realizada en el año previo a la pandemia, se considera que algunos de las valoraciones centrales de la medición seguirán siendo vigentes en la actualidad y el futuro próximo.

¿En qué capítulos del índice se encuentra Argentina peor posicionada? En temas como “Seguridad” (99°), “Infraestructura terrestre y portuaria” (103°), “Ambiente de negocios” (135°) y “Sustentabilidad ambiental” (136°).

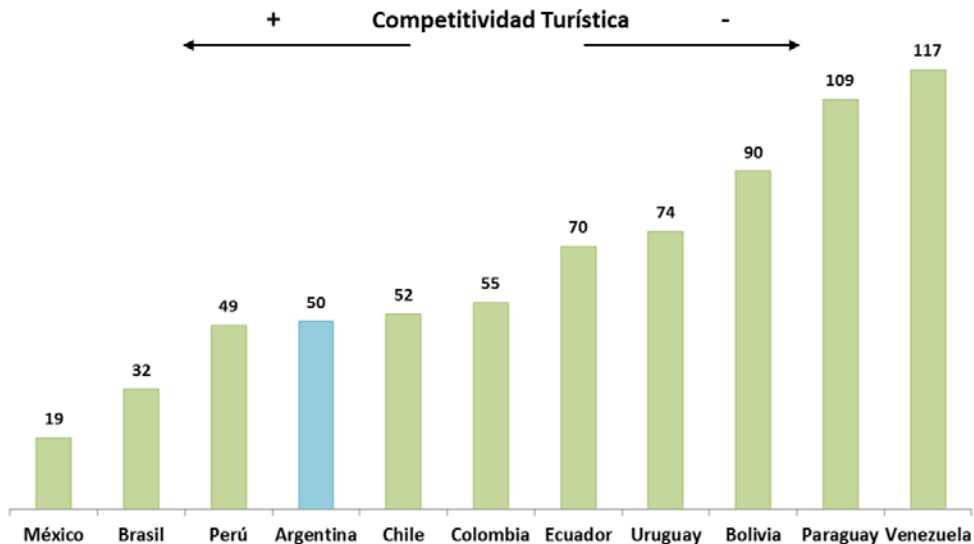
**Índice de Competitividad de Viajes y Turismo 2019 (WEF)**



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea sobre la base de WEF.

**Índice de Competitividad de Viajes y Turismo 2019 (WEF)**

Ranking global



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea sobre la base de WEF.

Resumiendo, Argentina se ubica en buenas posiciones en el ranking de competitividad turística cuando depende principalmente de factores exógenos, como la naturaleza, y no tan bien cuando depende de las políticas públicas y la capacidad de lograr buenas decisiones colectivas. Se necesita, entonces, una política de estado e integral para atraer turismo a la Argentina, en forma sostenible.

### “Salario turismo”: ¿Cómo se encuentra Argentina para el turismo emisor y el receptor?

Si bien en el citado índice del WEF Argentina no aparece bien ubicada en “Competitividad de precios”, podría tratarse de un problema con el año en el cual se hizo la medición. Si se considera el actual año, con su nivel de precios, salarios, tipo de cambio e impuesto a las ganancias, se trata de una buena oportunidad tanto para el turismo receptor (atraer turistas extranjeros) como para que el turismo emisor resulte moderado (salida de argentinos al exterior).

Respecto al turismo emisor a continuación se analiza cómo está el poder adquisitivo de los extranjeros para realizar turismo en Argentina, concretamente para turistas provenientes de Brasil y Chile. En el caso de los turistas brasileños, el poder adquisitivo se encuentra 6% arriba del nivel que exhibía en 2017 si se usa el tipo de cambio oficial de Argentina, y resulta 75% superior si se considera la valuación del dólar blue. Si se usa un tipo de cambio promedio entre el oficial y el blue, en 2021 un asalariado brasileño tiene 40% más de poder adquisitivo en Argentina que en 2017. En otras palabras, le sale relativamente “barato” hacer turismo en Argentina, si se compara con la situación de 4 años atrás.

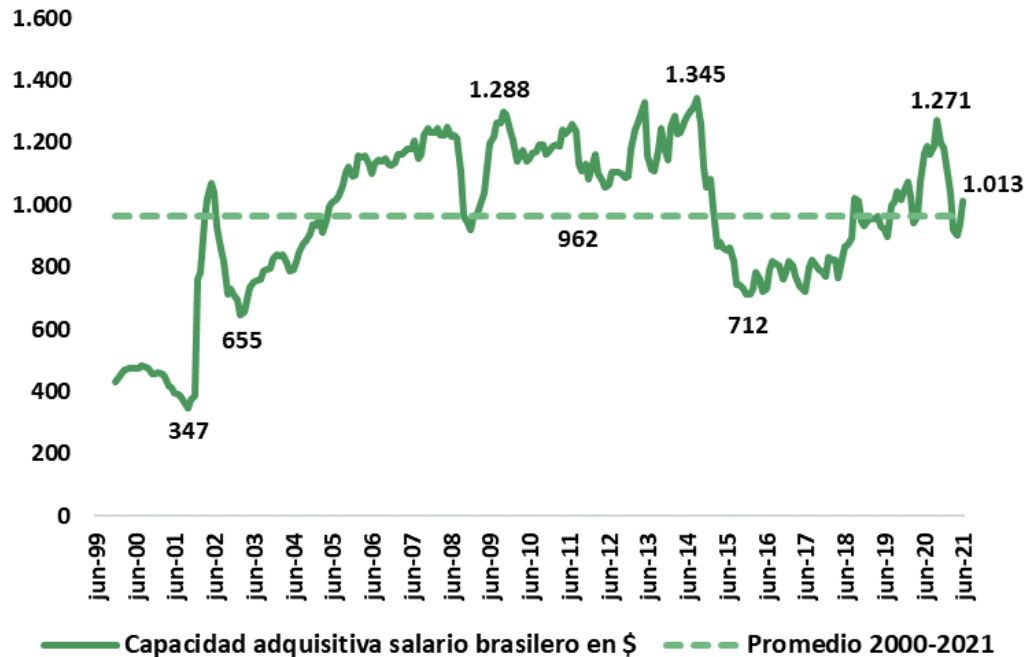
El valor mínimo de capacidad adquisitiva del salario brasileño fue alcanzado en el mes de octubre de 2001. Comparando con tal nivel, si se toma el tipo de cambio oficial de Argentina, en 2021 la capacidad adquisitiva resulta 118% mayor; considerando la cotización del dólar blue, en cambio, la capacidad adquisitiva en 2021 se encuentra 266% por arriba de 2001; mientras que, si se toma un promedio entre el oficial y el blue, en 2021 un asalariado brasileño tiene un 192% más de poder adquisitivo en Argentina en comparación a octubre de 2001.

En cambio, si se compara versus el máximo del período, tomando un tipo de cambio promedio entre el dólar oficial y el dólar blue, el poder adquisitivo del salario industrial promedio brasileño resulta en 2021 un 25% menor con relación a septiembre de 2014.

Si se compara con el promedio del período 2000 – 2021, para un mix entre tipo de cambio oficial y blue, la capacidad adquisitiva de un salario brasileño resulta 5% superior, es decir, se ubica en niveles relativamente favorables para realizar turismo en Argentina, aunque cerca del promedio de largo plazo.

**Evolución del poder adquisitivo del salario industrial promedio brasilero en términos de bienes argentinos**

Promedio tipo de cambio oficial y blue



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea sobre la base de IBGE (PNAD), BCRA e INDEC.

Si se analiza el caso de Chile, el poder adquisitivo de su nivel salarial en 2021 resulta 59% superior al de 2017, usando el tipo de cambio oficial de Argentina, y 153% superior al considerar el dólar blue. Si se considera un promedio entre tipo de cambio oficial y blue, un asalariado chileno cuenta en 2021 con un 106% más de poder adquisitivo en Argentina que en 2017.

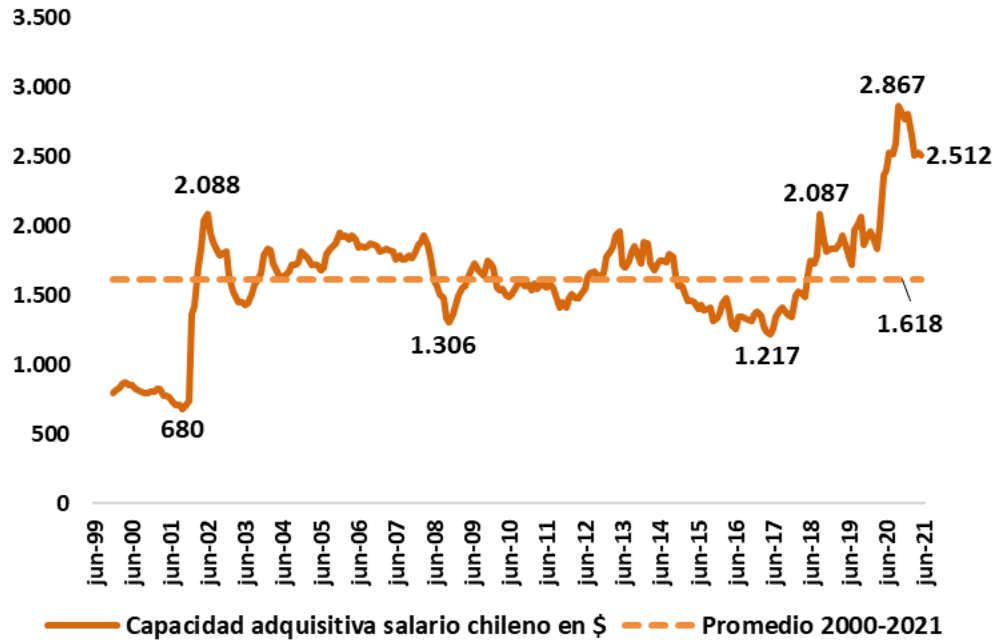
La mínima capacidad adquisitiva del salario chileno fue alcanzada también en el mes de octubre de 2001. En comparación a este valor, si se toma el tipo de cambio oficial de Argentina, en 2021 la capacidad adquisitiva resulta 184% mayor; considerando la cotización del dólar blue, la capacidad adquisitiva chilena se encuentra 355% por encima en 2021; mientras que, si se toma un promedio entre el oficial y el blue, en 2021 un asalariado chileno cuenta con un 269% más de poder adquisitivo en Argentina en comparación al mes de referencia.

Si se compara con el promedio del período 2000 – 2021, para un mix entre tipo de cambio oficial y blue, el actual salario industrial chileno resulta un 55% mayor que en dicho promedio, confirmando el buen momento para recibir turistas trasandinos, si se atiende a su poder adquisitivo.



### Evolución del poder adquisitivo del salario industrial promedio chileno en términos de bienes argentinos

Promedio tipo de cambio oficial y blue

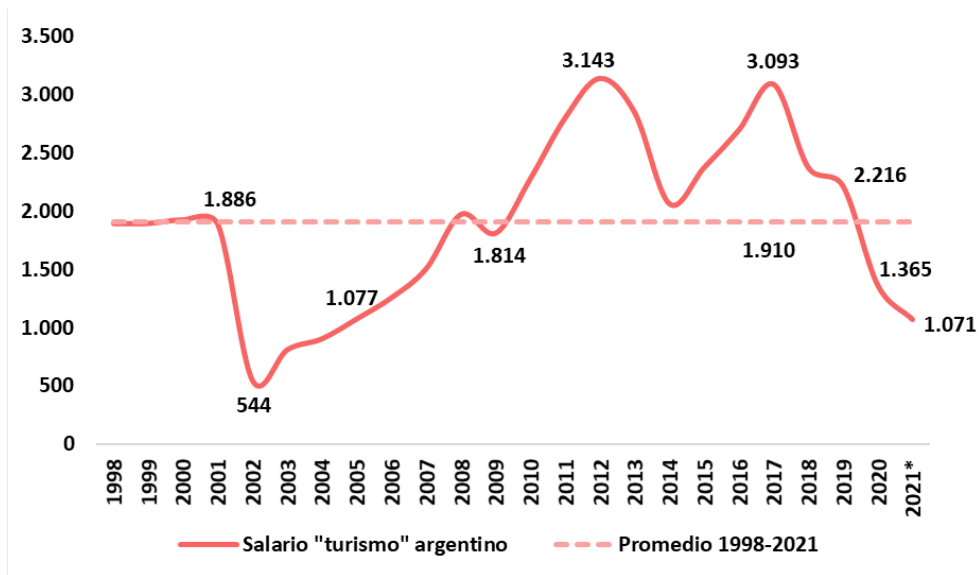


Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea sobre la base de INE, BCRA e INDEC.

Analizando la evolución del poder adquisitivo en Argentina de asalariados de Brasil y Chile, queda claro que, de no ser por las restricciones que impone la pandemia, y algunos otros factores agravados en la actualidad (por ejemplo, seguridad y conectividad en Argentina), se trataría de una situación relativamente favorable para recibir turistas extranjeros.

Con relación a las posibilidades para hacer turismo emisoro, a continuación, se analizan los ingresos relativos de los argentinos, considerando el nivel del salario industrial promedio existente en Argentina, el tipo de cambio para el turismo emisoro (corregido por impuesto PAIS y anticipo de impuestos) y las condiciones del impuesto a las ganancias para asalariados. Con todo ello en vista, el poder adquisitivo para el turismo emisoro en 2021 se encuentra en niveles muy bajos, casi al mismo nivel que en el año 2005, sólo resultando superior al observado en el período 2002 – 2004. En relación al nivel de 2020, en 2021 el poder adquisitivo del salario “turismo” ha caído un 22%. Comparando con valores pre-pandemia (2019), la disminución resulta de 52%, y en comparación con 2017 la capacidad adquisitiva del salario resulta ahora 65% menor. En comparación al valor promedio de todo el periodo considerado (1988 – 2021), el salario “turismo” argentino en 2021 resulta un 44% menor.

**Evolución del poder adquisitivo del salario "turismo" argentino**

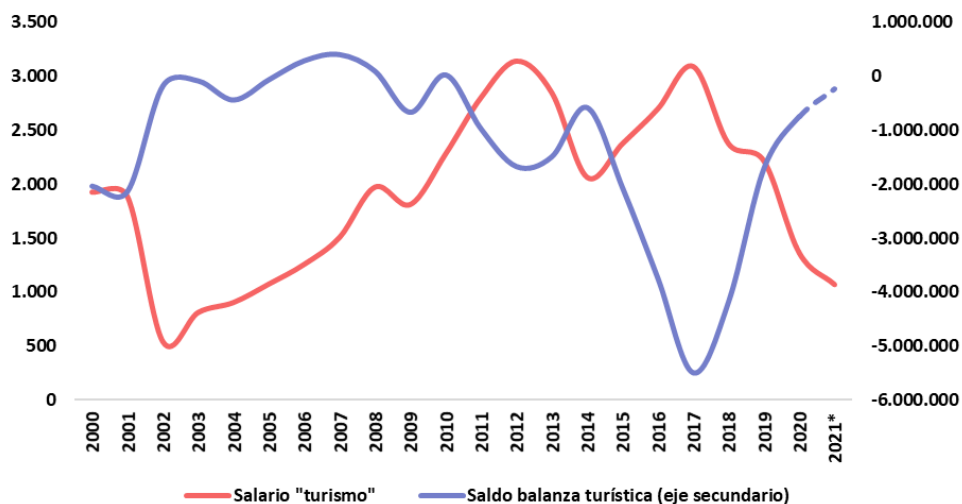


Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea sobre la base de OEDC, BCRA.

\*Nota: valores correspondientes a julio de cada año.

Como puede observarse en el siguiente gráfico, el salario "turismo" de Argentina presenta una clara relación con el saldo de la balanza turística: a mayor salario "turismo", el déficit de la balanza turística en personas es superior, debido especialmente a una mayor salida de argentinos al exterior (turismo emisor).

**Evolución salario "turismo" y saldo balanza turística en personas**

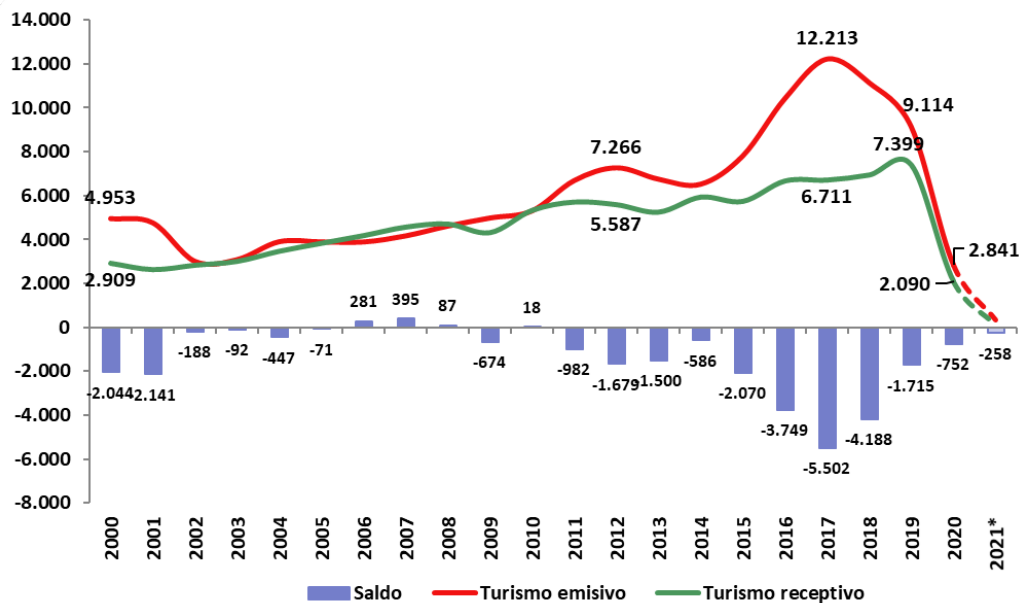


Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea sobre la base de OEDC, BCRA y MinTurDep.

\*2021: saldo de balanza turística en personas estimado sobre la base de variación interanual del acumulado de enero-julio.

## Evolución balanza turística por todas las vías de ingreso/egreso

En miles de personas



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea sobre la base de MinTurDep.

\*2021: estimado sobre la base de variación interanual del acumulado de enero-julio.

En el periodo 2003–2011, Argentina presentó una balanza comercial de turismo levemente superavitaria, al tiempo que la capacidad adquisitiva turística del salario argentino fue aumentando entre esos años; desde 2012 en adelante lo “normal” fue tener una balanza turística comercial deficitaria.

En las últimas dos décadas, los mayores niveles de poder adquisitivo turístico del salario argentino ocurrieron en 2012 y 2017, siendo este último año el de mayor déficit comercial turístico en el periodo considerado (U\$S 6.009 millones). En años de atraso cambiario, se incentivaron mucho los viajes al exterior y alto déficit en turismo, tanto en términos de divisas como en cantidad de personas.

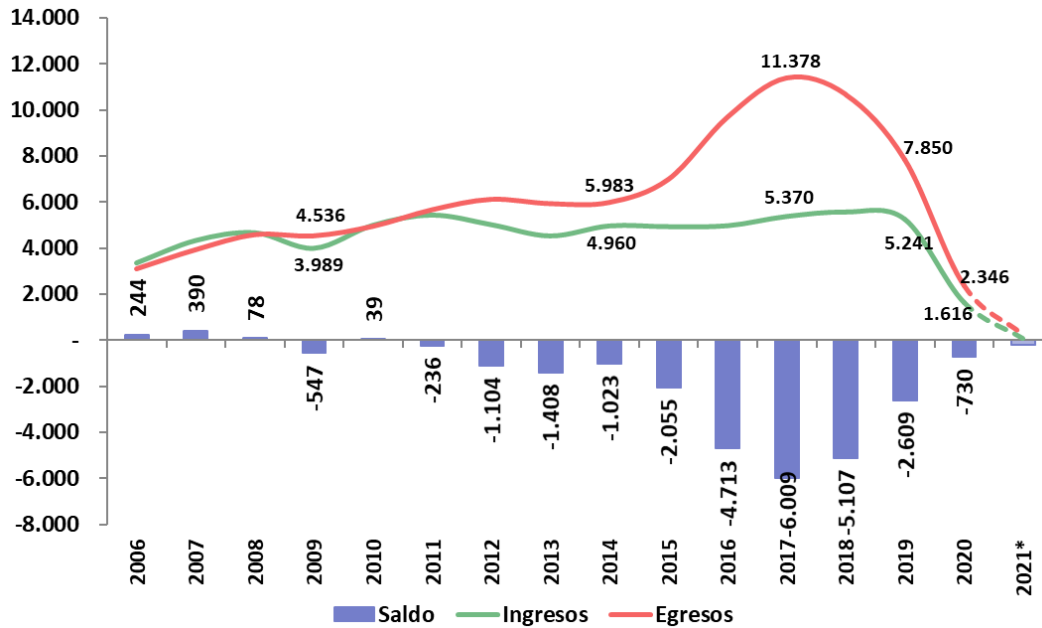
En 2020 y 2021 el déficit comercial se ha corregido bastante dado que, al restringirse el movimiento internacional de personas, los flujos turísticos internacionales prácticamente resultaron nulos, aunque el flujo emisoro ha sido más dinámico que el receptivo debido a que el ingreso de turistas internacionales a Argentina ha estado vedado casi por completo desde el comienzo de la pandemia. Por tanto, los egresos comerciales turísticos han seguido siendo mayores a los ingresos, pero el déficit es relativamente pequeño.

Considerando el habitual problema de restricción externa que enfrenta Argentina, pasar a una balanza turística positiva después de largos años deficitarios sería positivo para la balanza de pagos del país. En tal sentido puede colaborar la intención del gobierno (a confirmar) de cubrir hasta el 100% de pasajes aéreos para turistas extranjeros de países limítrofes que deseen viajar a suelo argentino, a fin de dar un puntapié a la reapertura, tan necesaria para diversos destinos

turísticos dispersos en todo el territorio nacional. No obstante, y como se exhibió previamente, los ingresos y precios relativos en 2021 juegan a favor del turismo receptivo, por lo que más que una medida temporal, con costo fiscal, se requiere especialmente un plan turístico estructural que tenga como pilares la competitividad del sector a largo plazo, aprovechando las atracciones que ofrece Argentina en el escenario post pandemia.

### Balanza turística comercial

Cuenta “Viajes y otros pagos con tarjeta” de Mercado de Cambios



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea sobre la base de BCRA.

\*2021: estimado sobre la base de variación interanual del acumulado al primer semestre.

A futuro, lo normal para Argentina debería ser contar con una balanza de turismo superavitaria o al menos equilibrada, pero que dicha situación dependa cada vez menos de las restricciones cuantitativas y las distorsiones cambiarias creadas o derivadas (brecha cambiaria, impuestos a la compra de divisas, etc.) y más de la competitividad turística, de la calidad de sus paisajes y todo lo que brinda la naturaleza y de lo que deben generar y modificar las políticas públicas. Las características del turismo post pandemia podrían ofrecer una muy buena plataforma en tal sentido, que debería ser complementada con una mejor calidad de las políticas públicas, para así atraer a muchos más turistas a Argentina.