

DIAGNOSTICO y PROPUESTA
PARA EL DESARROLLO
DE LA ACTIVIDAD
HOTELERO - TURISTICA
de
LAS TERMAS DE RIO HONDO
PROVINCIA de
SANTIAGO DEL ESTERO

ASOCIACIÓN DE HOTELES, RESTAURANTES Y CONFITERIAS

Las Termas de Río Hondo, Febrero de 2006.-

hotelestermas@yahoo.com.ar



ASOCIACION DE HOTELES
RESTAURANTES Y CONFITERIAS
DE RÍO HONDO

AV. JUAN B. ALBERDI 245 - TEL. 03858-422608
(4220) LAS TERMAS DE RÍO HONDO



Personería Jurídica Provincial Decreto serie "A" N°1286 y N° 2177 - Legajo N° 602

INDICE TEMATICO

- Estado actual del Turismo y de la Hotelería de Las Termas
Descripción
Efectos
Causales
Análisis
Pag 2 - 6
- Síntesis de la situación actual de la Hotelería de Las Termas
Números, servicios y promoción
Análisis
Pag. 7 - 9
- El Ente Municipal de Turismo
Descripción y funcionalidad
Resultados de su accionar
Pag. 10 - 12
- Propuesta para el desarrollo de la actividad
En el ámbito Provincial y en el Municipal
Pag. 13 - 14
- Aspectos Impositivos
Pag 15 - 16
- Requerimientos para el Desarrollo y Aplicación de los Planes Turísticos
Pag. 17

*El presente trabajo contó con la participación de Especialistas y Técnicos en Turismo como **Leandra Apud** y **Mauricio Colantonio**.*

Ricardo Raúl Apud
Secretario

Liria Ceballos de Dátolo
Presidente

hotelestermas@yahoo.com.ar



ASOCIACION DE HOTELES
RESTAURANTES Y CONFITERIAS
DE RÍO HONDO

AV. JUAN B. ALBERDI 245 - TEL. 03858-422608
(4220) LAS TERMAS DE RÍO HONDO



Estado actual del Turismo y de la Hotelería¹

Cuando hablamos de turismo, necesariamente hablamos de hotelería porque es imposible concebir la actividad sin la presencia de la industria de la hospitalidad.

Las Termas de Río Hondo vivió en su historia 2 etapas muy marcadas:

1. Crecimiento y desarrollo desde los albores y hasta la década de los '80.
2. Decrecimiento paulatino e irreversible desde mediados de los '80. Es el período de la involución:

Es a partir de entonces que comienza a manifestarse una incipiente pero sostenida depreciación del destino, "ciudad de viejos", decían muchos; gracias a jugosos convenios con el PAMI se había transformado la habitual fisonomía de un turismo cosmopolita en otra donde no tan solo predominaba gente de la tercera edad organizadas en grupos compactos, incluso en las vacaciones de invierno y fines de semana largos, sino por que hasta se había cambiado de mercado emisor (antes eran las comunidades de ascendencia judía, de alto poder adquisitivo, las que ocupaban masivamente las plazas de la hotelería termense).

Comienzan a notarse, desde la óptica del *hotelero* los **Efectos** visibles:

- Disminución de la demanda, es decir menor ocupación hotelera. Primera alerta por lo que puede venir => Incremento de costos => Menor rentabilidad. Sin embargo no avizora lo peor => Incapacidad para realizar nuevas inversiones => Baja en la calidad de servicios => Deterioro generalizado => Mayor caída de la demanda => El Fin.
- Aparición de Competencia de otros destinos termales (caso Federación que en la última década pasó de 300 plazas hoteleras a 3000, un incremento del 1000%)

¹ Extraído de la exposición realizada por la Institución, ante el candidato a gobernador por el Frente Cívico, Dr. Gerardo Zamora, en Febrero de 2005, en oportunidad de dialogar con los empresarios en la sala del Centro de Comercio de Las Termas de Río Hondo.



ASOCIACION DE HOTELES
RESTAURANTES Y CONFITERIAS
DE RÍO HONDO

AV. JUAN B. ALBERDI 245 - TEL. 03858-422608
(4220) LAS TERMAS DE RÍO HONDO



El hotelero, como hombre de negocios, responde ante la posibilidad de seguir perdiendo clientes y se produce entonces lo que llamamos su **Reacción**, y como reaccionó? Manipulando la única variable que podía movilizar rápidamente:

- Bajó la tarifa

Como una situación transitoria esta variable puede generar cierta respuesta positiva en mercados dedicados a la caza de promociones turísticas, pero en el tiempo produce efectos devastadores en la actividad. Si la baja tarifaria no es equilibrada, con plazos acotados y controlada, indefectiblemente afecta **la calidad de los servicios**, como primer paso y en sus extremos, **el desprestigio generalizado del destino**.

Frente a este cuadro surge la pregunta, ¿Cuales son las causas que subyacen ocultas, que provocaron tamaña destrucción?

Los probables causales están enquistados dentro del mismo empresario y de su entorno político.

- Diremos que hay causas generadas por el propio empresario:

Después de una época de bonanza económica, sin competencias a la vista, con ventas masivas a ocupación plena y excelentes rentabilidades, se pierde un poco los reflejos, el "olfato empresario", "te echas sobre los laureles" y si no aparece la competencia este estado puede prolongarse por mucho tiempo más. Es lo que llamaríamos:

1. Estado de *Conformismo*

"¿Si todo venía bien para que voy a cambiar?"

2. Manifiesta *falta de Capacitación* para competir

Nunca se capacitó, ¿porque lo habría de hacer ahora si con la experiencia que acumuló le basta y sobra?

El conformismo lleva también a:

3. *Delegar acciones promocionales y de comercialización* a las agencias turísticas.

"¿Para que voy a gastar, si las empresas de turismo ya lo hacen por una comisión?" "Además me llenan el hotel"

Conclusión:



ASOCIACION DE HOTELES
RESTAURANTES Y CONFITERIAS
DE RÍO HONDO

AV. JUAN B. ALBERDI 245 - TEL. 03858-422608
(4220) LAS TERMAS DE RÍO HONDO



Este estado de *conformismo* le produjo una pérdida de reflejos empresarios para reaccionar rápidamente y corregir el rumbo. Tampoco se preparó para competir en un mundo o escenario diferente en el que trabajó toda su vida. Por último entregó su negocio a manos extrañas que obviamente sólo buscaban hacer una buena diferencia monetaria.

- Causales de orden Público:

1. El Estado que debía reglamentar y fundamentalmente velar por mantener reglas de juego equilibradas para todos los sectores, se desentendió de su rol arbitral. Aparecieron entonces las competencias desleales² dentro del mismo destino, manifestándose en un crecimiento desmedido de la oferta de plazas hoteleras alimentadas por la creciente bonanza económica del sector. Esta “hotelería informal” desarrollándose al amparo de la inacción oficial es en gran medida la responsable de la caída de tarifas del sector ya que sus costos son infinitamente menores.

Se estima que a la fecha en Las Termas de Río Hondo, coexisten unas 3000 plazas no registradas con el consiguiente perjuicio económico para el sector y para el estado que no percibe ningún tributo a cambio.

2. El Estado jamás ordenó efectivamente (mas allá que con un fin fiscalista), la actividad hotelera. Tampoco planificó la actividad turística y por ende su promoción.

Conclusión:

Un Estado completamente desentendido de su función, ausente en el ordenamiento y planificación y solo acompañando esporádicamente alguna promoción por lo general improvisada.

No está involucrado ni abocado en desarrollar la única fuente de ingresos genuinos con que cuenta la comunidad, el Turismo.

² Entre lo que denominamos “competencia desleal”, está la oferta extrahotelera, alquiler de habitaciones, totalmente amuebladas y equipadas con diferentes elementos de confort (calefacción/aire acondicionado, TV cable, cocina, etc.), con servicios propios de un hotel (desayuno, personal de limpieza, recepción...) pero sin contar con ninguna fiscalización ni categorización y por supuesto sin aportes tributarios que sí los soporta un hotel (Afip, DGR, Tasas municipales, agua, luz, gas...). Son considerados a los efectos tributarios, como casas de familia.



ASOCIACION DE HOTELES
RESTAURANTES Y CONFITERIAS
DE RÍO HONDO

AV. JUAN B. ALBERDI 245 - TEL. 03858-422608
(4220) LAS TERMAS DE RÍO HONDO



- Causales de orden Mixto:
 1. Oportunistas disfrazados de hoteleros.
 2. Insuficiente o nula información sobre las necesidades del turista.
 3. Falta de compromiso con el destino (“hago la mía”).

Conclusión:

Los oportunistas³ son para los hoteleros como los “fondos buitres” para la economía; sólo persiguen una rápida rentabilidad para alejarse tan repentinamente como llegaron, sin importar las consecuencias de su accionar, dejando un jalonamiento de quejas por malos servicios, deudas e impuestos impagos con los correspondientes perjuicios económicos para el destino en general.

En lo que respecta a los sectores involucrados con la atención al turista (Secretaría de Turismo, Ente de Turismo, Hoteleros, oferta de bienes y servicios), ¿Están instruidos sobre las necesidades de los visitantes? ¿Saben cual es el motivo de su viaje a Las Termas? ¿Tienen conocimiento del principal producto por el cual acude año a año el 80 % de los huéspedes? ¿Saben cuál es el mercado potencial de Las Termas?

Es muy difícil satisfacer necesidades que no se conocen.

Y **si se desconoce el producto**, surgen las preguntas indiscutidas, **¿qué es lo que se vende?** Y si no se sabe lo que se vende,

¿qué y cómo se lo promociona?

¿Y si no se sabe cuál es el mercado y a quién deben dirigirse, es de esperar que las promociones den un resultado positivo?.

En cuanto a la falta de compromiso, ¿cómo pretender ser el único o el mejor destino Turístico Termal con sus diferentes atractivos, si se requiere el mantenimiento de la calidad del producto turístico, de sus instalaciones,

³ Muchos oportunistas persiguen una rápida recaudación vendiendo plazas a cualquier precio para obtener un monto de dinero que es volcado a la usura, en no pocos casos, o en otras inversiones no hoteleras y obtener de allí el verdadero rédito.



ASOCIACION DE HOTELES
RESTAURANTES Y CONFITERIAS
DE RÍO HONDO

AV. JUAN B. ALBERDI 245 - TEL. 03858-422608
(4220) LAS TERMAS DE RÍO HONDO



atracciones, servicios e infraestructuras, y frente a esta necesidad, no hay responsables?

Una gestión eficaz con compromiso del sector público y privado garantiza el futuro de un destino turístico.



ASOCIACION DE HOTELES
RESTAURANTES Y CONFITERIAS
DE RÍO HONDO

AV. JUAN B. ALBERDI 245 - TEL. 03858-422608
(4220) LAS TERMAS DE RÍO HONDO



SÍNTESIS DE LA SITUACION ACTUAL DE LA HOTELERIA DE LAS TERMAS (en números, servicios y promoción)⁴

- En cuanto a la ocupación hotelera, salvo en la temporada 2003 que fue relativamente alta comparada con las de los últimos 20 años, se retomó la senda del decaimiento con profundas dispersiones entre categorías hoteleras y entre hoteles de una misma categoría.

Se distinguen, en cuanto a su porcentaje de ocupación en el período julio-agosto y, teniendo en cuenta que son meses pico de temporada invernal, 3 niveles:

1. Alto (mayor al 80%) . Allí ubicamos a los hoteles de 4 estrellas y probablemente alguno de 3 estrellas. Cabe aclarar que representan sólo el 10% de las plazas hoteleras.
2. Medio (entre un 65% y un 79%). En su mayoría hoteles de 3 estrellas y algunos de 2.
3. Bajo (menor al 65%). En este nivel se encuentran hoteles de todas las categorías (excepto de 4 estrellas).

Como referencia basta considerar que en España el nivel ocupacional anual (incluye temporadas altas y bajas) se ubica alrededor del 80% con pequeña dispersión de esta media, mientras que en nuestro análisis solo incluimos temporada alta.

- Es muy evidente la Pauperización y Devaluación del destino. Esto surge del análisis de:
 1. Cantidad y variedad de quejas vertidas en la Sec. Municipal de Turismo, en la Dir. Prov. De Turismo, en internet, en las que se escuchan en la vía pública, encuestas y las que reciben los propios hoteleros.
 2. Virtual guerra de precios ofreciendo alojamiento a valores irrisorios (en hab. Con aire acondicionado TV cable por \$10=?!!!)

⁴ Fuentes: Sec. Municipal de Turismo y datos obtenidos en relevamientos propios.



ASOCIACION DE HOTELES
RESTAURANTES Y CONFITERIAS
DE RIO HONDO

AV. JUAN B. ALBERDI 245 - TEL. 03858-422608
(4220) LAS TERMAS DE RÍO HONDO



3. Insuficientes inversiones que apunten a mejorar la calidad de los servicios hoteleros (consecuencia de la baja o nula rentabilidad).
 4. Devaluación de los inmuebles ante la falta de interés por comprar propiedades.
- En lo referente a la Promoción y Comercialización, se distinguen 3 estrategias:
 1. Se ofrecen servicios de calidad (SPA, Resort, all inclusive, habitaciones de nivel superior, programas de actividades compartidas, etc.), con tarifas acordes. Aquí se ubican los hoteles de 4 estrellas que planifican su promoción y la canalizan a través de sus propias agencias de turismo. También podemos encontrar unos pocos de las otras categorías. Se aplica la modalidad de seducir al huésped para tratar de mantenerlo cautivo dentro del establecimiento.
 2. Venta masiva a bajo precio en la modalidad de “paquetes” destinados a Centros de Jubilados. La rentabilidad está sujeta a la cantidad de plazas que se puedan ubicar y a la multiplicidad de ofertas de esparcimiento (bailes) y/o comerciales (p. Ej. Outlet o venta de todo tipo de artículos, en su mayoría de manera informal) ofrecidas dentro del predio hotelero. También se aplica la modalidad del “cautiverio”.
 3. La única oferta es el Precio (generalmente lo pone el agenciero). La consigna es “salvarse” a cualquier costo. Consecuencia servicios hoteleros básicos escasos o insuficientes (ej. Falta de perchas, jabones, estufas o ventiladores, etc.), de baja calidad (ej. Ropa blanca deteriorada), pésima atención (“...y por lo que paga ¿qué espera conseguir?”), gran **generador de quejas**.

El efecto “cautiverio” tiene un lado positivo y otro negativo. Lo positivo es que el huésped puede llegar a vivir experiencias gratas, protegido de intrusiones que solo pueden buscar un mero rédito económico. Lo negativo es que se le niega la posibilidad del “descubrimiento” y esto también es malo para la ciudad ya que no



ASOCIACION DE HOTELES
RESTAURANTES Y CONFITERIAS
DE RÍO HONDO

AV. JUAN B. ALBERDI 245 - TEL. 03858-422608
(4220) LAS TERMAS DE RÍO HONDO



recibe los beneficios económicos directos del visitante sino solo lo que el hotelero selecciona.

Por último debemos señalar que a este estado de postración y abandono, le sigue la imagen de Impotencia, Desorientación y Frustración del sector hotelero, otrora pujante y motorizador del turismo de Las Termas de Río Hondo.



ASOCIACION DE HOTELES
RESTAURANTES Y CONFITERIAS
DE RÍO HONDO

AV. JUAN B. ALBERDI 245 - TEL. 03858-422608
(4220) LAS TERMAS DE RÍO HONDO



EL ENTE MUNICIPAL DE TURISMO

Fue institucionalizado en la Carta Orgánica Municipal de Las Termas de Río Hondo en el Título IX Políticas Específicas Capítulo XX Socio-Económicas Turísticas, Art. 117

117.1 Su obligación: *“...la Promoción Turística de Las Termas de Río Hondo...”*

117.2 *“...elaborar proyectos y asesorar al departamento Ejecutivo...”*

117.3 *“Estará integrado por tres (3) representantes de la Asociación de Hoteles, tres (3) por el Centro de Comercio, uno (1) por el Departamento Ejecutivo y uno (1) por el Concejo Deliberante. La función de sus miembros será Ad-Honorem.”*

Art.118 *“La financiación del Ente Municipal de Turismo provendrá del aporte voluntario del empresariado local...”*

Art. 119 *“...presentará una declaración bimestral de actividades y estado financiero ante el Tribunal de Cuentas Municipal.”*

La ordenanza N°758/93, reglamentó su integración y funcionamiento. De la lectura y el análisis de esta y de la Carta Orgánica surgen dudas acerca de las posibilidades que tiene este organismo para elaborar y ejecutar proyectos de la envergadura que la situación actual requiere para un centro turístico de importancia.

Se constituyó a partir de 1995 y se sucedieron anualmente en su dirección, diferentes comisiones.

Su antecesor fue la “Comisión Permanente de Difusión y Turismo” una alianza estratégica entre el sector público y el privado que supo generar en ese entonces “décadas del 70 y del 80” acciones promocionales de importancia dentro del escenario turístico nacional e incluso internacional. Al respecto se debe tener en cuenta para su análisis que era un momento histórico completamente diferente al actual. Se podría decir que la “caída” del destino Las Termas de Río Hondo coincide con el advenimiento del período democrático.

La estrategia usada por la “Comisión” fue la de poner a Las Termas de Río Hondo en el centro de las miradas, de la atención (se la llamó la capital del turismo en invierno); fue así que se organizaban festivales, se invitaba a personalidades



ASOCIACION DE HOTELES
RESTAURANTES Y CONFITERIAS
DE RÍO HONDO

AV. JUAN B. ALBERDI 245 - TEL. 03858-422608
(4220) LAS TERMAS DE RÍO HONDO



exitosas en diferentes actividades del quehacer nacional, artistas y productores de cine teatro y TV, de la ciencia, de las artes, etc.; la actualidad pasaba por Las Termas de Río Hondo...

El Ente de Turismo en cambio, coexistió con el peor período de la actividad turística de la ciudad, y por más que hubo intentos por generar planes de desarrollo, sea por falta de decisión, de aptitud, de apoyo, de presupuesto,..., nunca pudo revertir la tendencia decreciente. Lo que sí es seguro, indefectiblemente sirvió a los intendentes de turno para deslindar responsabilidades de promoción del destino, a la cual sí estaban obligados por carta orgánica municipal, mismo Título y Capítulo, Art.116 *“El Municipio de Las Termas de Río Hondo promoverá la actividad turística, como eje de su desarrollo global...”* Muchas veces se dijo y se lo dice actualmente que *“la causa de los males es que hoteleros y comerciantes están peleados, no se ponen de acuerdo y que esta desunión es la responsable fundamental de la caída”*. Sin embargo debemos puntualizar 1°. No se advierte que exista tal “pelea” ya que en la práctica son sectores complementarios en la oferta turística (más parece una frase acuñada para obtener ventajas ante la sensación de pérdida de poder, de control, por la aparición de diferentes corrientes de opinión, difundiendo supuestas divisiones) y 2°.- Los hechos recientes nos demuestran que si bien la unión de energías permite realizar logros importantes, no es menos cierto que en reiteradas oportunidades y, aún con la participación ciudadana convocada con el único objetivo de reposicionar al destino, el Ente de Turismo impulsó acciones en ese sentido contando con el decidido apoyo de todos los sectores pero, las faltas de ejecutividad del Ente, de compromisos de funcionarios, y/o de los mismos integrantes del organismo y/o de los convocados, desarticulaban los emprendimientos. El voluntarismo no resultó un arma eficaz ni eficiente para lograr el objetivo. Podríamos inferir que el voluntarismo por sí solo no es condición suficiente para materializar las mejores ideas. Es que la realidad cambió, los escenarios son diferentes y la competencia desnuda la incapacidad para revertir una declinación persistente.



ASOCIACION DE HOTELES
RESTAURANTES Y CONFITERIAS
DE RÍO HONDO

AV. JUAN B. ALBERDI 245 - TEL. 03858-422608
(4220) LAS TERMAS DE RÍO HONDO



Como fruto de la postración, de la falta de presencia institucional en lo promocional y a pesar de haber manifestado en reiteradas oportunidades (desde el 2001 en el Consejo Deliberante) la necesidad de reformar al Ente Municipal de Turismo y no conseguir eco en los resortes de poder, la Asociación de Hoteles decide en Asamblea general extraordinaria celebrada el 18 de febrero de 2005, dejar de integrar el mencionado organismo y encarar por su cuenta las gestiones de promoción.

Hubo reuniones con los concejales y con el intendente y su gabinete para tratar la problemática. La Asociación de Hoteles explicó numerosas veces y por todos los medios de comunicación disponibles, su postura. Incluso se marcaron pautas para el cambio. Se sugirieron las reformas estructurales tomando como modelos Entes de Turismo de lugares exitosos.

El tiempo transcurrió, los fracasos de las temporadas⁵ los soporta toda la comunidad y, sin embargo no se advierte decisión en encarar la reforma integral del organismo que debe llevar adelante la promoción turística de la ciudad.

Tampoco se percibe que desde la provincia se esté gestando un cambio de actitud con respecto a concebir al turismo como una verdadera *“actividad socio-económica generadora de riqueza”*, o al menos una decisión política de reposicionar al principal centro termal de sud américa, Las Termas de Río Hondo. Para ello basta observar que:

- No hay un presupuesto asignado para invertir en promoción. Se destinan partidas según las necesidades y posibilidades del momento (improvisación).
- No hay en gestación un Plan de Desarrollo Turístico ni equipos técnicos en la materia.

⁵ Según estimaciones de la Sec. de Turismo Municipal el total de turistas arribados a nuestra ciudad (alojados en establecimientos hoteleros) en Semana Santa y la temporada 2005, es: 113.046; mientras que en el 2004 se alojaron en hoteles: 140.837, lo que implica una merma del: 19,7%



ASOCIACION DE HOTELES
RESTAURANTES Y CONFITERIAS
DE RÍO HONDO

AV. JUAN B. ALBERDI 245 - TEL. 03858-422608
(4220) LAS TERMAS DE RÍO HONDO



PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Tomando como base el diagnóstico de situación, la Asociación de Hoteles propone una Alianza estratégica entre el Sector Público y Privado involucrado en el turismo.

Dado que el factor presupuestario en la actualidad, es determinante en el accionar promocional, por la alta competencia y el bombardeo permanente de ofertas turísticas esta alianza debería concretarse en el ámbito provincial, materializándose en un Ente Provincial de Turismo, el que debería estar integrado por todos los actores intervinientes (gobiernos provincial y municipales, asociaciones hoteleras, comerciales, transportistas, agentes de viajes, etc.)

Se podrían tomar como modelos a adaptar la Ley Nacional de Turismo y/o los Entes provinciales que funcionan de manera exitosa.

En su conformación se deberán contemplar 4 aspectos fundamentales que hacen a la eficacia y eficiencia del organismo:

- Planificación: Información y gestación de proyectos.
- Financiamiento.
- Ejecución.
- Control.

En el ámbito local podrían llevarse a cabo alguna de las siguientes opciones (la primera de mínima y la segunda de máxima):

1. Fortalecimiento de la Sec. de Turismo Municipal dotándola de un presupuesto acorde a la función a desempeñar e incorporándole un consejo asesor integrado por empresarios del sector. Equipos técnicos para la elaboración de proyectos turísticos.
2. Crear un Ente de Turismo integrado con la Sec. de Turismo, que cumpla con las siguientes pautas mínimas:
 - I. Estará presidido por el Sec. de Turismo Municipal quien será responsable de la ejecución de los proyectos turísticos planificados por los equipos técnicos y aprobados por el Ente.



ASOCIACION DE HOTELES
RESTAURANTES Y CONFITERIAS
DE RÍO HONDO

AV. JUAN B. ALBERDI 245 - TEL. 03858-422608
(4220) LAS TERMAS DE RÍO HONDO



- II. Un Consejo Asesor controlará su funcionamiento y además tendrá a su cargo la evaluación y aprobación de los planes y acciones a seguir.
- III. Este Consejo deberá tener en su composición representantes provenientes de los diferentes sectores involucrados en la actividad según su grado de importancia, inversión, mano de obra ocupada, etc. Además el Concejo Deliberante enviará 1 o 2 representantes al mismo. Los consejeros trabajarán ad-honorem
- IV. El Consejo Asesor es quien aprobará el presupuesto del Ente en materia promocional, liberando las partidas de dinero correspondientes a los planes aceptados.
- V. El Ente de Turismo será autónomo y autárquico⁶ (en el marco de las leyes vigentes), disponiendo de fondos a través de cuenta bancaria propia, provenientes de la actividad privada mediante recaudación municipal y de coparticipación nacional y provincial, que serán depositados en su cuenta.
- VI. El Ente deberá presentar memoria y balance ante el Tribunal de Cuentas Municipal y ante los medios de prensa locales.
- VII. La infraestructura, los servicios así como el personal ocupado serán provistos por el Municipio.
- VIII. El Sec. de Turismo será nombrado por el Intendente con acuerdo del Consejo Asesor del Ente, quien a su vez, podrá solicitar la remoción del Secretario en casos en que considere que no está cumpliendo con idoneidad su función.

El Sector Público deberá atender además:

⁶ Las condiciones de autonomía (regirse por sus propias normas) y autarquía (disponer de fondos propios), son necesarias para la elaboración y ejecución de planes turísticos a largo plazo.



ASOCIACION DE HOTELES
RESTAURANTES Y CONFITERIAS
DE RÍO HONDO

AV. JUAN B. ALBERDI 245 - TEL. 03858-422608
(4220) LAS TERMAS DE RÍO HONDO



ASPECTOS IMPOSITIVOS

Debemos partir del concepto de que la actividad turística **apuntalada y fortalecida** puede generar un fenomenal desarrollo socio económico, por ello mismo, nunca deberá considerarse a las empresas del sector como **VACAS FISCALES**, a quienes puede ordeñarse con tasas e impuestos varios, especialmente cuando están satisfechas e ilusionadas con una buena temporada por venir, porque se frustrará el efecto multiplicador que el turismo conlleva en el mediano y largo plazo.

Sobre el particular resulta necesario revisar exhaustivamente el marco tributario que rige para la actividad, en especial sobre:

INGRESOS BRUTOS: Revisión de la alícuota aplicable a la actividad hotelera y comercial y su adecuación a los fines perseguidos, como así también la incidencia en productos artesanales elaborados en la Provincia que afecten su promoción.

FONDO DE REPARACIÓN SOCIAL: Este tributo es una carga distorsiva que en la práctica desalienta la ocupación de mano de obra ya que justamente quienes lo aportan son los que generan ocupación. Las empresas turísticas son empresas de servicios, por lo que indefectiblemente para brindarlos deben absorber mano de obra intensiva, siendo entonces fácilmente presas y cautivas del tributo que actúa como un castigo a la función social del trabajo.

IMPUESTO INMOBILIARIO: Revisión integral sobre su aplicabilidad sobre inmuebles afectados al servicio de hotelería, por tratarse de inversiones específicas para el objeto del servicio como los Bienes de Capital en, p. Ej. la industria como ser Maquinarias y Equipos o Herramientas, dado que en la práctica resulta ser afectado por doble imposición, ya que la actividad necesita por



ASOCIACION DE HOTELES
RESTAURANTES Y CONFITERIAS
DE RÍO HONDO

AV. JUAN B. ALBERDI 245 - TEL. 03858-422608
(4220) LAS TERMAS DE RÍO HONDO



una parte, de inversión inmobiliaria de envergadura, por lo que debe afrontar una carga tributaria alta, y por la otra se encuentra alcanzada por el impuesto a los Ingresos Brutos, distorsión que no se da en otro tipo de alojamiento turístico temporario, como ser departamentos u otros inmuebles afectados a la actividad. Como así también que el impuesto inmobiliario alcanza por períodos anuales a establecimientos que cierran sus puertas fuera del período de la temporada turística.



ASOCIACION DE HOTELES
RESTAURANTES Y CONFITERIAS
DE RÍO HONDO

AV. JUAN B. ALBERDI 245 - TEL. 03858-422608
(4220) LAS TERMAS DE RÍO HONDO



REQUERIMIENTOS PARA EL DESARROLLO Y APLICACIÓN DE LOS PLANES TURÍSTICOS

Se debe tener en cuenta que la planificación turística se aplicará en un lapso que seguramente trascenderá a la administración que la pone en funcionamiento.

Definir a la **Política Turística como Política de Estado**, implica:

1. Decisión gubernamental de apoyar la ejecución de políticas turísticas a largo plazo.
2. Autonomía ejecutiva y económica para concretarlas (creación de un organismo específico representativo de todos los sectores involucrados, con presupuesto propio y con los necesarios mecanismos de control público).
3. Recursos humanos idóneos para planificarlas y realizarlas (capacitados y comprometidos con la actividad).
4. Poner en marcha el rol educador y controlador del estado para garantizar la oferta de servicios y la competencia en un escenario de respeto y equilibrio (entre sí, con la comunidad y el medio ambiente⁷).
5. La obra pública deberá estar orientada al mejoramiento, crecimiento y desarrollo de la oferta turística.
6. Mecanismos de financiamiento que estimulen la inversión privada sobre todo en lo que se refiere a la satisfacción de las necesidades que demandan las corrientes turísticas.
7. Garantizar la seguridad del turista.

⁷ El desarrollo del turismo se fundamenta en el cuidado y sostenibilidad de los recursos y patrimonios.