

Mar del Plata, 15 de Enero de 2024.

A la Presidenta del

Honorable Concejo Deliberante

Sra. Marina Sánchez Herrero

S-----/-----D

VISTO:

El impacto positivo y los beneficios del Programa PreViaje para el sector turístico de nuestro país, y en especial para el Partido de General Pueyrredon, y;

CONSIDERANDO:

Que el turismo es considerado como una actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país, y prioritaria dentro de las políticas de Estado, conforme lo establece la Ley N° 25.997¹.

Que en primera instancia, el impacto de la pandemia COVID-19 en el sector turístico llevó a impulsar distintas políticas públicas (Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción, Fondo de Auxilio para Prestadores Turísticos y el Fondo de Auxilio y Capacitación Turística), que contribuyeron a proteger al sector, mitigar el impacto socioeconómico y a reactivar el sector gradualmente de acuerdo a las normativas vigentes.

Que la Ley N° 27.563 de Sostenimiento y Reactivación Productiva de la Actividad Turística Nacional, impulsada por el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, a cargo del Ministro Matias Lammens, en su artículo n°20 creó el Régimen de Incentivos a la Preventa de Servicios Turísticos Nacionales (PREVIAJE).²

¹ Ley 25.997, Ley Nacional de Turismo. Honorable Congreso de la Nación Argentina. 16 de diciembre de 2004.

² Ley N° 27.563, Ley de sostenimiento y reactivación productiva de la actividad turística, Resolución (Min. Turismo y Deportes) 456/20, B.O: 14/10/2020

Que en la primera edición la tendencia negativa de la producción del sector se redujo. De acuerdo a la EMAE (Estimador Mensual de Actividad Económica) la rama de actividad económica de mayor aumento fue la del sector turístico³ demostrando ser una herramienta innovadora y positiva para el sector, lo que llevó a la continuidad del programa.

Que el impacto que generó el PreViaje en sus cinco ediciones fue sumamente positivo, ya que se trató de una política pública exitosa en diversos aspectos. Durante las cinco etapas, siete millones y medio de turistas accedieron al programa (de los cuales el 15% corresponde a personas afiliadas de PAMI), generando un impacto económico de casi \$792 mil millones de pesos en las economías regionales, un número sustancial para los ingresos traccionados hacía el sector⁴.

Que según datos del Observatorio Argentino de Turismo (OAT) se estimó que a partir del impulso económico del PreViaje se generaron en total más de 60 mil empleos al término de la cuarta edición. Asimismo, se incrementaron otras áreas relacionadas y proveedoras de la cadena turística, como lo son las ramas del comercio, la producción de alimentos y bebidas, transporte y entretenimiento.

Que el PreViaje reúne en su concepción y desarrollo una serie de características virtuosas que justifican y revalidan su aplicación. Entre ellas se destacan: el fortalecimiento de las economías regionales, la articulación con el sector privado, la generación de puestos de trabajo, la promoción de la formalidad del sector turístico y la demanda del turismo interno. A su vez, en términos fiscales es un programa que tuvo bajo costo, el Estado recuperó 8,3 de cada 10 pesos que invirtió.

Que otro de los aspectos a destacar del programa es que a partir de la cuarta y quinta edición se logró romper con la estacionalidad, generando que el sector se mantenga en altos niveles de actividad durante todo el año.

Que Mar del Plata fue uno de los destinos más elegidos en las cinco etapas, el mes de febrero del año 2022 generó un movimiento turístico histórico, posicionándose como el mejor febrero en 20 años.

³Ver anexo, cuadro 1.

⁴ Ver Cuadro 2.

Que nuestra ciudad fue la localidad bonaerense que más establecimientos aportó a lo largo de las primeras cuatro ediciones, con un promedio de 590 por edición y con una facturación de más de 8 mil millones de pesos desde el inicio original por lo que se transformó en la localidad con mayor volumen de compras anticipadas.⁵

Que a lo largo de las cinco ediciones, Mar del Plata fue la segunda ciudad más elegida entre los programas de temporada alta. A su vez, ha sido la localidad con mejor desempeño como destino, con más de 386 mil turistas que la eligieron y un gasto equivalente a \$28 mil millones.

Que las declaraciones del Presidente de la Nación⁶ van en contraposición a las bases y objetivos de la Secretaría de Turismo de la Nación: “que el rol del Estado debe ser acompañamiento a la industria del turismo con políticas públicas que amplían y potencian las oportunidades para el sector”.

Que la Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo (Faevyt) expresó su preocupación por la no continuidad del programa argumentando que fue una política pública que no sólo tuvo un impacto inmediato en la reactivación del sector sino que también sentó las bases para un crecimiento sostenible y una transformación profunda en la forma en la que se concibe al turismo⁷.

Por todo lo expuesto, el bloque de concejales del Frente Renovador eleva el siguiente proyecto de:

RESOLUCIÓN

Artículo 1º.- El Honorable Concejo Deliberante del Partido de General Pueyrredon solicita al Ministerio del Interior y a la Secretaría de Turismo, Ambiente y Deportes de la Nación, la continuidad del Programa PreViaje atento al impacto positivo para el sector turístico, gastronómico y comercial del Partido de General Pueyrredon.

⁵ Ver cuadro 3.

⁶

<https://www.rionegro.com.ar/voy-turismo/previaje-desde-el-bunker-de-milei-anuncian-el-fin-para-el-sector-hay-que-inventar-algo-desde-lo-privado-3298735/> -

<https://www.lanacion.com.ar/politica/javier-milei-no-definio-aun-al-nuevo-secretario-de-turismo-pero-ya-d-escarto-la-continuidad-del-pre-nid05122023/>

⁷

<https://www.0223.com.ar/nota/2023-11-25-14-1-0-empresarios-de-turismo-piden-que-milei-continue-con-e-l-previaje> -

<https://www.diarioconvos.com/2023/11/26/empresarios-de-turismo-le-pidieron-a-milei-que-continue-con-e-l-previaje-se-puede-dar-continuidad-con-otro-nombre/>

Artículo 2º.- Enviase copia de la presente al Ministerio del Interior y a la Secretaría de Turismo, Ambiente y Deportes de la Nación.

Artículo 3º.- Comuníquese, etc.

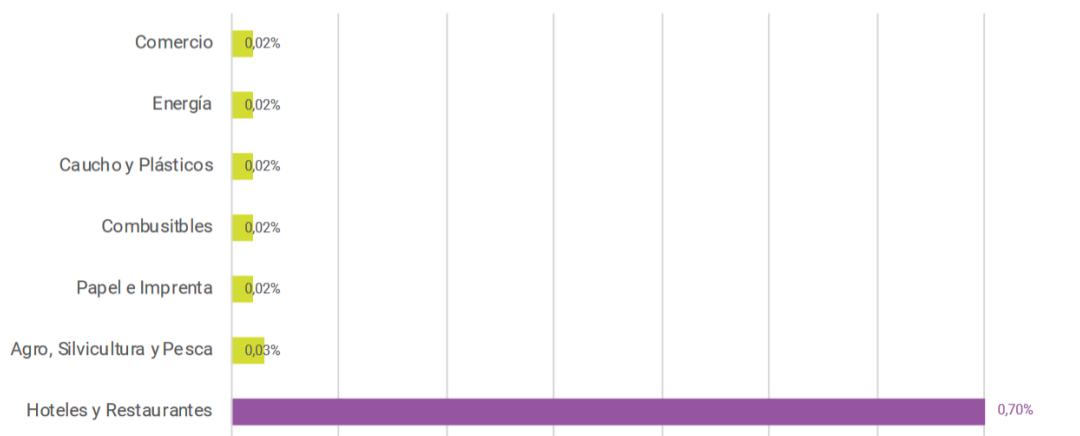
AUTORÍA: ARIEL CIANO

ADHERENTES:

ANEXO

CUADRO 1

3.5.1 Top 7 sectores: Aumento del VBP generados por PreViaje 1



* Fuente: Observatorio Argentino de Turismo (OAT) en base a datos del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, y del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC).

CUADRO 2:

Cuadro comparativo entre las cinco ediciones

	Temporada alta RECUPERACIÓN		Temporada baja DESESTACIONALIZACIÓN			Total PreViaje
	PreViaje 1	PreViaje 2	PreViaje 3	PreViaje 4	PreViaje 5	
Turistas	555.636	4.738.386	822.056	834.093	627.045	7.577.216
Personas inscriptas	193.911	1.290.412	398.480	422.804	301.888	2.607.495
Establecimientos inscriptos	12.931	14.409	11.375	10.204	10.782	19.404¹
Compras anticipadas facturadas (en millones)²	\$54.489	\$359.213	\$54.513	\$49.657	\$36.328	\$554.200
Beneficio otorgado (en millones)²	\$23.430	\$154.464	\$23.437	\$21.355	\$15.617	\$238.303
Impacto económico total (en millones)²	\$77.919	\$513.677	\$77.950	\$71.012	\$51.945	\$792.503

* Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo y Deportes e INDEC.
1. Establecimientos únicos participantes en las cinco ediciones.
2. En \$ constantes de agosto de 2023.

CUADRO 3

Destinos más elegidos

Mar del Plata, la ciudad más visitada

23% turistas | 25% compras anticipadas

