El Cuerpo Parlamentario de la ciudad aprobó la ley que crea un Ente Público no estatal para la promoción turística internacional de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Intenta aumentar la promoción turística internacional de la Ciudad de Buenos Aires. Establece un Derecho de Uso Urbano al turista no residente en la República Argentina, mayor de 12 años que se cobrará por noche y por persona consistente en la suma de entre 0,50 y 1,50 dólares.

La norma entrará en vigencia a partir del 1° de marzo de 2.020. El expediente fue promovido por el Jefe de Gobierno, Horacio Rodríguez Larreta.

El organismo se denomina "Visit Buenos Aires" -VBA. Se trata de "un ente de derecho público no estatal, sin fines de lucro, que tendrá a su cargo la definición, promoción y comunicación de la estrategia turística internacional de la Ciudad de Buenos Aires, en concordancia con las exigencias previstas en la Ley N° 600", de Turismo. Buscará incrementar la promoción turística internacional a los efectos de lograr un crecimiento ordenado y sostenible de los flujos turísticos para potenciar el desarrollo económico, la generación de empleo y divisas, así como la captación de inversiones a nivel local.

**Derecho de Uso Urbano**

Se estableció por el artículo 7° el "Derecho de Uso Urbano" que "será aplicable a los turistas no residentes en la República Argentina, a partir de los doce años de edad, se cobrará por noche y por persona, dependiendo de la característica del servicio turístico, según los siguientes valores: Hoteles 3 estrellas - US$ 0,50, Hoteles 4 estrellas - US$ 1,00, Hoteles 5 estrellas - US$ 1,50, Hoteles Boutique - US$ 1,00, Apart-hoteles - US$ 0,50, Alquileres temporarios - US$ 0,75, Cruceros- US$ 1,00. Para el pago, se considerará el tipo de cambio oficial vendedor del Banco Nación al cierre del día anterior a la fecha de realizarse la operación".

**Integración del Directorio**

Respecto al Directorio el artículo 10° alude a que el "presidente será designado y removido por el Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires" y "será la máxima autoridad del Gobierno de la Ciudad de quien dependa el área de Relaciones Internacionales". Además, lo

integrará un representante del sector público que será el presidente del Ente de Turismo de la CABA, dos del sector público designados por el Jefe de Gobierno y cuatro representantes de las cámaras empresariales con directa vinculación al turismo en la Ciudad, correspondiéndole uno a cada una de las siguientes entidades: Filial Ciudad de Buenos Aires de la Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (AHT), Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confiterías y Cafés de Buenos Aires (AHRCC), Asociación de Agencias de Viajes y Turismo de Buenos Aires (AVIABUE) y Buenos Aires Convention and Visitors Bureau (BAC&VB).

**Fundamentos**

Se argumentó que el turismo constituye una de las actividades económicas más importantes a nivel global y crece a un ritmo del doble que la economía mundial, a lo que no es ajena la Ciudad de Buenos Aires "donde el turismo internacional viene creciendo en forma ininterrumpida hace 3 años. Y en particular, en este año 2.019 se prevé alcanzar el récord histórico de 3 millones de turistas extranjeros, con un impacto económico de más de 3 mil millones de dólares si incluimos el turismo doméstico".

"Conformar un nuevo organismo bajo un modelo de gobernanza innovador y ágil en la Ciudad permitirá optimizar la promoción turística en el extranjero, en el marco de la estrategia de proyección internacional que lleva adelante el Gobierno de la Ciudad", explicó el Ejecutivo.

Además, señaló que "el posicionamiento turístico de la Ciudad y sus atributos a escala mundial representan un esfuerzo económico, financiero y de recursos humanos que requiere de un modelo de gestión autosustentable, que garantice la disposición y uso de los recursos necesarios para ejecutar acciones estratégicas, como la participación en ferias y eventos internacionales de promoción, la gestión de campañas cooperadas con empresas nacionales e internacionales, la organización de programas de producto en coordinación con el sector privado, y la creación y difusión de campañas internacionales de promoción de Buenos Aires como destino turístico ineludible".

"Este nuevo modelo, que genera presupuesto propio para la promoción internacional de las ciudades, permite a su vez invertir el presupuesto público en cuestiones propias de la actividad turística dentro del destino, como el desarrollo de la oferta, la regulación de los servicios turísticos y la puesta en valor de recursos naturales y culturales" según se apuntó.

En el mundo existen varias ciudades de referencia en materia de gestión turística que han implementado modelos de gobernanza y gestión innovadores, con estructuras flexibles en lo financiero, económico y comercial, entre ellas Barcelona, Londres, Nueva York y Amsterdam.

Los fundamentos también explican que hay 4 elementos que están presentes en estas ciudades y que tienen relación directa con el funcionamiento de estas organizaciones en el mediano y largo plazo:

- Una figura jurídica autónoma con un régimen de contrataciones simplificado e independiente bajo supervisión estatal;

- la participación conjunta con el sector privado en la toma de decisiones;
- la incorporación de unidades de negocios que les permiten recaudar fondos propios y participar, a través del trabajo con los actores del sector privado, de la creación de nuevos productos y experiencias turísticas;
- implementación de una tasa o derecho, en articulación con el sector hotelero, que les permite obtener un presupuesto de base para la ejecución de las acciones previstas en sus planes.

Esta tendencia a innovar en términos de generación de presupuesto propio para la promoción internacional de las ciudades, responde a la necesidad de robustecer el presupuesto público para cuestiones propias de la actividad turística dentro del destino, como ser el desarrollo de la oferta, la regulación de los servicios turísticos y la puesta en valor de recursos naturales y culturales para su uso turístico, sin afectar los esfuerzos impositivos clásicos destinados a la prestación central del servicio público.

De este modo, este tipo de organizaciones especialmente creadas para la promoción internacional, son en su mayoría público-privado y generan diversas fuentes de financiamiento mediante unidades de negocios y la implementación de una tasa o derecho de uso, liberando así a los organismos públicos de turismo de uno de los gastos más representativos dentro de sus presupuestos, y generando un mecanismo operativo que simplifica la ejecución de acciones en el exterior.

Por ello, se prevé que el Ente Público no Estatal "tenga como principal recurso la percepción de un derecho de uso urbano, a pagar por los visitantes extranjeros que pernocten en la Ciudad de Buenos Aires".

Se concluyó afirmando que "en la actualidad, los esfuerzos de promoción son solventados por los aportes de los vecinos a través del pago de impuestos. La instauración del derecho de uso mencionado previamente permitirá equilibrar la carga de los aportes y reasignarlos con mayor eficiencia para la promoción internacional".

El asunto llegó al Recinto con despacho conjunto de las Comisiones de Turismo y Deportes que preside el diputado Jian Ping Yuan y de Presupuesto, cuya titular es la diputada Paula Villalba y tuvo tratamiento preferencial.

El diputado Gonzalo Straface, autor y miembro informante del proyecto, realizó un repaso por los principales puntos de la iniciativa y reafirmó la importancia de la aprobación de la norma.