



**ANEXO II DEL ACTA FINAL
DE LA V CONVOCATORIA DE FADEHI**

**CIUDAD DE MÉXICO
03.09.08**

Modulo n° 2:

**INCENTIVOS QUE SE OFRECEN
PARA LAS INVERSIONES HOTELERAS**

I.- SÍNTESIS CONCEPTUAL

1) Tenemos que promover el otorgamiento de incentivos:

- a) Porque la expansión de nuestro negocio es de capital intensivo
- b) Porque cada vez hay más dificultades en nuestros países para conseguir préstamos a largo plazo
- c) Porque el costo del dinero con frecuencia supone una carga que el proyecto no está en condiciones de soportar
- d) Porque la amortización de la inversión requiere plazos muy largos
- e) Porque la carga impositiva en tributos nacionales, provinciales y municipales afecta gravemente la amortización del proyecto
- f) Porque estamos sometidos a los problemas que genera la estacionalidad, lo que supone una parálisis durante lapsos prolongados durante el año

2) El Estado debe interesarse en promover inversiones hoteleras:

- a) Porque la Hotelería trae un círculo virtuoso de generación de riqueza
- b) Porque genera empleo, especialmente en los sectores más humildes
- c) Porque la hotelería atrae al Turismo y dinamiza las economías regionales
- d) Porque la infraestructura hotelera es indispensable para promover las corrientes de Turismo



e) Porque la hotelería es un negocio formal, que genera recursos para el fisco y contribuye a combatir la economía en negro

f) Porque la industria hotelera requiere mano de obra intensiva. Es servicio en estado puro.

3) Necesitamos construir un “catálogo” en el que queden incluidas todas las acciones y regímenes promocionales que benefician a nuestro sector.

4) Este catálogo podrá convertirse en una herramienta idónea para que cada una de las asociaciones afiliadas pueda gestionar en su propio país el otorgamiento de beneficios que ayuden a la expansión del negocio hotelero.

5) La mayor debilidad de nuestro sector para acceder a beneficios fiscales está dada por la imagen de compañías multinacionales de bandera que, en materia de prioridades de fomento, no serían elegibles por los parlamentos de los distintos países para ser adjudicatarios de beneficios impositivos.

6) Los incentivos que más interesan para la expansión de la hotelería son:

- ✓ En el orden general:
 - La estabilidad fiscal
- ✓ En el orden de los impuestos nacionales:
 - Recupero acelerado del IVA acumulado con la compra de insumos para la construcción
 - Amortización acelerada de la inversión (deducción acelerada del Impuesto a las Ganancias). Posibilidades de amortizar anticipadamente la inversión realizada c/el impuesto a las ganancias
 - Liberación de aranceles de importación para equipos e insumos utilizados en la construcción del Hotel Liberación del impuesto a la Transferencia de Inmuebles
- ✓ En el orden de los impuestos provinciales
 - Exoneración del pago del impuesto a los inmuebles sobre los terrenos y mejoras
 - Exoneración del pago de impuestos sobre los Ingresos Brutos
- ✓ En el orden Municipal
 - Exoneración de la tasa de alumbrado, barrido y limpieza

II.- CONCLUSIONES:

1. Advertir sobre las amenazas que encierra un régimen de promoción:



- Incrementar la oferta excesivamente y saturar la plaza. La promoción debería ser sectorializada o condicionada a que haya déficit de oferta.
 - Oferta de incentivos que puedan romper el equilibrio, beneficiando con subsidios a los nuevos inversores en perjuicio de los ya están instalados y no reciben el subsidio.
2. Causas por las que el Estado no actúa de oficio:
- Porque vendemos lujo, y el lujo genera confusiones a la hora de otorgar subsidios.
 - Porque en nuestro negocio hay muchas cadenas multinacionales, dueñas de un enorme prestigio, que no resultan elegibles para el otorgamiento de subsidios.
 - Porque en la lucha intersectorial nuestro lobby no es el mejor.

III.- CASOS REFERENCIALES:

a. Ley n^o 8 de 1994 en **Panamá**

- Exoneración 20 años del pago del impuesto a los inmuebles
- Exoneración total por 15 años del impuesto sobre la renta
- Exoneración por 20 años del impuesto a la importación (siempre que no se produzcan en Panamá)
- Exoneración del impuesto a la transferencia de inmuebles para construcción de hoteles
- Exoneración por 20 años de impuestos por el uso de muelles o aeropuertos construídos por la Empresa
- Exoneración por 20 años del pago del impuesto a la renta por los intereses que devenguen los acreedores

b. En **Colombia**:

- régimen de “Zonas Francas” que implican áreas de terreno de mínimo 20 hectáreas, con una inversión igual o superior a \$10 millones de dólares aproximadamente. Se requieren nuevas inversiones por un monto superior a 2.5 millones de dólares y la creación de quinientos (500) o más nuevos empleos.

c. En **Costa Rica** se les exonera de todo impuesto y sobretasa, que se apliquen:

- A la importación o compra local de artículos indispensables para la instalación de nuevos hoteles
- Construcción del edificio de la empresa (con excepción del impuesto de ventas para ampliación o remodelación).



- d. En **Ecuador** está vigente el Programa de Conversión de Deuda del Ecuador con España, lo que permite un canje de títulos por efectivo para inversiones en hotelería.
- e. **Honduras**: Los incentivos que otorga esta Ley consisten y se regulan por las reglas siguientes
- Exoneración del pago del Impuesto Sobre la Renta por diez (10) años a partir del inicio de operaciones. Este incentivo será otorgado exclusivamente a proyectos nuevos.
 - Exoneración del pago de impuestos y demás tributos que cause la importación de los bienes y equipos nuevos necesarios para la construcción e inicio de operaciones de los proyectos enmarcados en las actividades enumeradas en el Artículo 8 de esta Ley
 - Exoneración del pago de impuestos y demás tributos que cause la importación para la reposición por deterioro de los bienes y equipos, durante un período de diez (10) años,
 - Exoneración del pago de impuestos y demás tributos que cause la importación de vehículos automotores nuevos
- f. En **Perú**:
- Procedimiento simplificado para establecimientos de 4 y 5 estrellas que pretendan construir, ampliar, remodelar, poner en valor histórico, sus instalaciones, debiendo obtener una respuesta, positiva o negativa, en un plazo no mayor de 10 días útiles. En caso de no obtenerse respuesta alguna, será de aplicación el silencio administrativo positivo.
 - Reducción de la tasa de impuesto a la renta de 30% a 27% para aquellas empresas que reinviertan sus utilidades del ejercicio
 - Establecimiento de condiciones para el otorgamiento en concesión de servicios turísticos en los inmuebles integrantes del patrimonio cultural de la nación.
- g. En **Uruguay** desde el año 1997 cuenta con un marco normativo específico, que brinda al inversor reglas claras y estables para la toma de decisiones. Sus principales características se resumen en:
- Es un régimen completamente abierto y no discriminado, ya sea que las inversiones provengan de capitales nacionales como extranjeros.
 - No se requiere permiso para instalar nuevas empresas. Personas y Corporaciones son libres de iniciar actividades de negocios en Uruguay sin necesidad de obtener aprobación o autorización del Estado.



- No existen restricciones para la repatriación de capital ni de utilidades. La repatriación puede ser realizada sin autorización o aprobación del Estado.
- El mercado de cambios del país es abierto y no regulado, lo que permite la compra y/o venta libre de moneda extranjera.
- Existe un tratamiento favorable para la importación de bienes de capital y hay libertad para denominar contratos por bienes y servicios, incluso contratos de trabajo, en moneda extranjera.
- Libertad de contratación de personal, incluso de empleados extranjeros. Régimen libre de importaciones y exportaciones con mecanismos como el de admisión temporaria.

IV.- PROPUESTAS:

- 1.- Realizar un clearing de información sobre los distintos incentivos que se brindan en cada país
- 2.- Confeccionar un inventario con las principales y más novedosas fórmulas de incentivo a la Industria Hotelera en cada uno de los países miembros
- 3.- La Federación deberá promover un discurso con una estrategia apoyada en los siguientes argumentos:
 - b) Mostrar la faceta del propietario de hotel como persona física, o como grupo inversor nacional, que apuesta a largo plazo a la expansión de la infraestructura hotelera del país
 - c) Exhibir que las compañías multinacionales, en la mayoría de los casos operan con franquicia y que por debajo de la bandera hay inversores locales que esforzadamente se hacen cargo de la construcción del hotel
 - d) Dar a conocer pormenorizadamente la magnitud de las inversiones requeridas, lo prolongado del plazo para amortizar estas inversiones y las constantes necesidades de reinvertir en mantenimiento y conservación
 - e) Apuntar a promover regímenes de inversión esbozados exclusivamente para propiciar la construcción de nuevos establecimientos hoteleros, una precisión que contribuye a limitar el impacto fiscal del régimen de promoción.

Ciudad de México, 2 de Septiembre del 2008.