

Novedades Económicas

EL PANORAMA POST ELECCIONES

Octubre 2017

Por Nicolás Bursztyn



Las elecciones legislativas han pasado y con ellas nace una sensación de mayor estabilidad política. Los indicadores económicos han comenzado a mostrar signos positivos en casi todos los sectores, las preguntas que surgen son: ¿cuándo se verá esto en el nivel adquisitivo de la población? ¿Cómo elegirán sus vacaciones de verano? ¿Cuánto nos afecta la estabilidad del tipo de cambio al sector? Y ¿Cómo afectarán los aumentos de los servicios de los próximos meses?

El clima general es positivo pero el particular del sector hotelero aún tiene incógnitas. La pérdida de competitividad y el déficit de balanza turística que se viene observando resultan preocupantes y hacen pensar además que la demanda de turismo interno podría disminuir. Sumado a eso, las dificultades para controlar la inflación y los altos costos laborales y tributarios indican que competir por precio con destinos del exterior no sería una opción viable. El panorama post elecciones resulta ambiguo, por un lado una temporada de verano que llega en un contexto complejo, por otro esperanzas renovadas a partir de posibles mejoras del sector público en relación a costos laborales e impositivos de cara al próximo año.

Novedades que preocupan e ilusionan

- **Fines de semana largo, lo que dejaron hasta ahora**

En el sexto fin de semana largo del año se movilizaron **975.000 personas por Argentina, creciendo un 5,6% respecto al año anterior. En el acumulado ya se superan los 7,8 millones de viajeros con pernocte y un gasto superior a los 1.000 millones de dólares.** Durante el feriado por el Día de la Diversidad, que coincidió con el Día de la Madre, la estadía media se ubicó en 2,8 días y el gasto promedio diario por persona fue de 770 pesos argentinos (US\$ 44,4), es decir un 28,3% por encima del mismo fin de semana 2016. En total, los 975.000 turistas que viajaron por el país realizaron un gasto directo de 2.102 millones de pesos (US\$ 121,3 millones).



Según datos de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), el desembolso total vinculado al turismo, incluyendo transporte y alojamiento, fue 26,3% superior al mismo fin de semana de 2016, y agregan que “si se quita el efecto inflación, deja un aumento de 2,3% en las ventas de bienes y servicios”.

“El movimiento turístico está reactivándose bastante bien en la mayor parte del país y eso se debe a que las familias van recuperando su poder adquisitivo, pero sobre

todo, a la dedicación que le ponen las ciudades en planificar su sello turístico”, comentó Fabián Tarrío, presidente de CAME.

En lo que va de 2017, hubo seis fines de semanas largos (Carnaval, Día de la Memoria, Semana Santa, Primero de Mayo, 17 de Agosto y 12 de Octubre) donde viajaron 7.843.685 turistas con pernocte, y dejaron ingresos directos por 17.421 millones de pesos (US\$1.005 millones) en las economías regionales del país.

TABLA 1 | Datos económicos de los feriados

	Tarifa por persona	Gasto medio diario (por persona)	Estadía media	Gasto Total (en mil \$)
Feriado de Carnaval	2.150.000	\$680	3.8	\$5.556
Feriado 24 de marzo	1.000.000	\$690	2.6	\$2.070
Semana Santa	2.280.000	\$695	3.2	\$5.071
Feriado 1° mayo	800.000	\$720	2.5	\$1.440
Feriado 17 agosto	638.000	\$740	2.5	\$1.182
Feriado 12 de octubre	975.000	\$770	2.8	\$2.102

Con el plan de retomar los feriados puente para 2018 estos números deberían mejorar considerablemente y repercutir favorablemente en el sector.

- **Alquileres 2018 – tendencia de precios**

Como todos los años, el sitio web de alquileres temporarios Alquiler (<http://www.alquilerargentina.com/>) realizó una encuesta a cabañeros y propietarios de departamentos y casas de veraneo (1.500 de las 6.200 que agrupa), para conocer las expectativas para esta temporada. En su último informe, publicó los resultados de un relevamiento de precios para informar a los veraneantes argentinos cuánto les costará irse de vacaciones este año a una familia tipo.

Según este sondeo, un alquiler temporario para cuatro personas durante la temporada de verano 2018 costará en promedio entre \$1.500 y \$2.000 por noche. Gracias a este sondeo, se puede saber que los principales destinos de veraneo tienen estas tarifas promedio: Villa Carlos Paz (Córdoba) entre \$1.600 y \$1.800 por noche (para cuatro personas); Mar del Plata entre \$1.700 y \$2.000 por noche; Santa Rosa de Calamuchita (Córdoba) entre \$1.500 y \$1.700 por noche; Las Grutas, entre \$1.800 y \$2.000 por noche; Bariloche, entre \$1.900 y \$2.100 por noche; Monte Hermoso, entre \$2.000 y \$2.300; y Villa Gesell entre \$1.800 y \$2.200.

- **Marca País Latinoamérica | Argentina lidera el ranking**

La nación ganó el liderazgo regional gracias al impulso de un mejorado clima de negocios empresariales. Brasil sigue aquejado por los escándalos de corrupción. México, Chile y Perú se mantienen igual que la escala, ocupando el tercero, cuarto y quinto lugar

POSICIÓN GENERAL		POSICIÓN GENERAL	
1	ARGENTINA RANKING 2016 - 2015 +1*	6	COSTA RICA RANKING 2016 - 2015 =
2	BRASIL RANKING 2016 - 2015 -1	7	CUBA RANKING 2016 - 2015 +1
3	MÉXICO RANKING 2016 - 2015 =	8	PANAMÁ RANKING 2016 - 2015 -1
4	CHILE RANKING 2016 - 2015 =	9	PUERTO RICO RANKING 2016 - 2015 =
5	PERÚ RANKING 2016 - 2015 =	10	COLOMBIA RANKING 2016 - 2015 +1

Tendencias

- **Tecnología como elemento de diferenciación, algunos ejemplos**

Los hoteles aplican la innovación para dotar de mayor eficiencia a sus procesos operativos y, de cara al cliente, para personalizar su experiencia y ofrecerle un valor añadido como elemento de diferenciación. Dentro de este último caso nos paramos

a analizar los ejemplos de Room Mate Hotels, abogando por la accesibilidad de la oferta; NH Hotel Group y sus 'Mood Rooms', en una clara apuesta por la tecnología para sorprender al huésped y hacer su estancia más placentera; y la cadena de franquicias MB Boutique Hotels, con la innovación al servicio de la sostenibilidad.

Room Mate se ha convertido en la primera cadena internacional en ofrecer un servicio de interpretación en lengua de signos a clientes sordos o con discapacidad auditiva. Junto con la empresa Comunicados en Lengua de Signos han creado un servicio de video-interpretación en tiempo real para facilitar los trámites en la realización de la reserva, el check-in y check-out y durante su estancia en sus establecimientos.



Para ello se dispondrá de una tablet en las recepciones de los hoteles, con un programa de videollamada instalado con el que se podrá establecer una comunicación entre el cliente y el servicio de interpretación de lengua de signos castellana e internacional; ellos mismos podrán hacer sus peticiones en tiempo real y la atención será directa y personalizada. Antes de que finalice el año la cadena implantará el sistema en todos sus hoteles en España, y durante los primeros meses de 2018 lo hará a nivel internacional. No en vano en el país existe más de un millón de personas sordas o con discapacidad auditiva, pero en todo el mundo son más de 360 millones.

NH Hotel Group y Philips Lighting han presentado en el hotel NH Collection Madrid Eurobuilding las nuevas habitaciones Mood Rooms, de las que el establecimiento

alberga cuatro en fase piloto pero que se prevé se implanten en más hoteles también fuera de nuestras fronteras, probablemente las primeras en Berlín.



Dotadas de lo último en tecnología, iluminación y sonido, estas estancias crean diferentes ambientes que pueden reflejar y adaptarse a las emociones de sus huéspedes; un concepto pionero en el sector que desde NH presentan como una verdadera experiencia para el cliente. De esta forma, activándose a través de la pregunta 'What are you in the Mood for?', las Mood Rooms pueden convertirse en el espacio perfecto para descansar, trabajar, hacer ejercicio, meditación e incluso prepararse para salir, ofreciendo siempre las condiciones idóneas para cada ocasión. Incluso también en la ducha, donde se puede crear una experiencia multisensorial que incluye control del sonido, luz y agua, para duchas relajantes o repletas de energía para empezar el día.

MB Boutique Hotels nace en julio de 2015 con su primer establecimiento, un pequeño y lujoso adults only de 26 habitaciones, dos de ellas suites, recién reformado de forma integral en pleno centro de Nerja, que comienza a operar con un claro objetivo: ser el hotel más avanzado tecnológicamente del municipio español, gracias a la aplicación de nuevos sistemas y tecnologías que contribuyan a generar ahorro energético e hídrico durante la operación diaria con una gestión altamente eficiente que permita una significativa reducción de la huella de CO2 y un

Económico



mayor rendimiento económico; además de ofrecer un producto innovador y atractivo para los clientes que a su vez pueda concienciarles.

Así, entre algunas de sus características destaca el hecho de ser un hotel 100% LED, sin bombillas incandescentes, lo que supone un ahorro de entre un 70% y un 88%; a lo que se suma otro ahorro del 30% en el consumo energético del aire acondicionado con la utilización de un sistema altamente eficiente de Toshiba. En el lavabo y en la ducha de las habitaciones de MB Boutique Hotels una pequeña pantalla refleja el consumo de agua para concienciar a los clientes.