

## Novedades Cierre de Temporada Estival

Marzo 2017

Por Nicolás Bursztyn



*Luego de la coyuntura económica compleja observada en el 2016, este año parece comenzar mejor encaminado. Lejos estamos aún de una recuperación total en términos de competitividad y más aun de rentabilidad. Sin embargo algunos indicadores económicos y turísticos empiezan a marcar otro rumbo: una inflación más controlada, una leve mejora competitiva en términos cambiarios, principalmente en relación a Brasil, la implementación del reintegro de IVA para extranjeros y una balanza turística menos deficitaria son algunos de ellos. En términos de rentabilidad preocupan aun los incrementos de tarifas energéticas, la fuerte carga de costos laborales e impositivos y la competencia desleal creciente y cómo se desenvolverá la demanda pasada la temporada estival. Los hoteles encuestados se muestran preocupados y confirman que aún hay varias cuestiones por resolver.*

## 1. Novedades que Preocupan e Ilusionan

- **Airbnb pagará impuestos en Miami**

La plataforma de alquiler de habitaciones y viviendas entre particulares Airbnb alcanzó un acuerdo con el condado de Miami-Dade por el que se compromete a pagar impuestos para poder seguir operando, informó la empresa.

"Airbnb ha alcanzado un acuerdo de impuestos con el alcalde del condado de Miami-Dade, Carlos Giménez", señaló en su cuenta de Twitter, Ben Breit, portavoz de la plataforma digital.

De ser aprobado el acuerdo por la comisión del citado condado, donde **en los dos primeros meses del año se experimentó una subida de 25% en el precio de alquileres**



**de este tipo respecto a 2016**, Airbnb fijará un impuesto a sus cerca de 6.800 proveedores que podrían reportar unos ocho millones de dólares a las arcas del condado. El contrato impositivo no incluye a Miami Beach y Bal Harbour, ciudades del condado de Miami-Dade que ya cuentan con sus propias tasas de impuesto turístico de 4% y 3%, respectivamente.

No obstante, en Miami Beach Airbnb comenzará a cobrar el 3% de impuesto a los usuarios que formalicen un alquiler. La plataforma de alquiler a corto plazo espera que el acuerdo con el condado de Miami-Dade sea ratificado en fechas próximas, pese a que los alcaldes de Miami, Tomás Regalado, y de Miami Beach, Philipp Levine, han manifestado públicamente su oposición a este tipo de formato de alquiler de viviendas.

En Miami, el alcalde Regalado propuso una ordenanza que convertiría en ilegal la mayor parte de los alquileres a corto plazo y crearía una serie de estrictas regulaciones para los arrendatarios en áreas legales, una medida que será examinada por los comisionados de la ciudad.

Por su parte, Levine, quien se opone al igual que el regidor de Miami a la penetración de Airbnb en la turística y costera ciudad, ha incrementado las multas hasta 20.000 dólares a los residentes que ofrecen alquileres de viviendas o cuartos que no están en áreas de zonificación, recogió el diario The Miami Herald.

"El sur de Florida es el cuarto mayor mercado de Airbnb en Estados Unidos (tras Nueva York, Los Ángeles y San Francisco). Es un gran negocio", indicó el portavoz de la plataforma Airbnb, cuyo negocio está valorado en 31.000 millones de dólares.

Sin dudas estos son pasos concretos por parte de los gobiernos para comenzar a regular esta actividad que día a día tiene más aceptación en los consumidores.

- **Plan Aerocomercial**

El Presidente de la Nación, Ing. Mauricio Macri anunció un ambicioso programa para los cielos argentinos, que incluye el objetivo de duplicar el cabotaje, **sumando 12 millones de pasajeros hasta 2019 y generando 25.000 puestos de trabajo**. En ese sentido, se confirmó la autorización de las rutas solicitadas por Andes, American Jet y Alas del Sur, pero supeditó la aprobación de Avianca Argentina y Flybondi.

Con un acto en la Casa Rosada, Mauricio Macri anunció la puesta en marcha del



Plan Aerocomercial Nacional, un ambicioso programa de metas, con el que el Gobierno espera duplicar el cabotaje argentino. Para ello, sostuvo, deberán conseguir sumar al mercado 12 millones de nuevos pasajeros hasta 2019, de los cuales 4

millones corresponderían al crecimiento del 54% que esperan que verifique Aerolíneas Argentinas en ese lapso, mientras que los 8 millones restantes serían aportados por el resto de las empresas, incluyendo las que decidan sumarse a la operación doméstica.

“Mejorar el turismo es una de las grandes apuestas de nuestra gestión. Hoy un extranjero que llega no puede unir directamente todas nuestras grandes maravillas. En muchos casos tienen que volver a pasar por Buenos Aires. Ahora, por ejemplo, Cataratas va a pasar de tener vuelos a 11 ciudades a estar conectada con 24. Además, estamos trabajando para que las provincias estén comunicadas con el mundo, de manera directa. Estamos haciendo una revolución aerocomercial”, sentenció Macri, antes de concluir su discurso con un eufórico “Muchas gracias y ¡a volar!”

- **Crédito para las Pymes**

A través de un decreto el gobierno nacional dispuso la asignación de \$ 5.000 millones para fondear créditos a micro, pequeñas y medianas empresas. El 70% del dinero se distribuirá entre proyectos de inversiones productivas de bienes de capital e incluye entre los potenciales beneficiarios al sector servicios. Dentro del Programa de Estímulo para el Crecimiento de MiPymes, estos créditos tendrán tasas de interés bonificadas, entre el 11% y el 15,5% anual. En una primera etapa (a partir de este mes) se ofrecerán \$ 2.000 millones destinados a inversiones en sectores específicos –incluye comercios y servicios- en los que cada pyme podrá tomar un préstamo máximo de \$ 10 millones. Para aplicar a cualquiera de los créditos será condición esencial para las empresas estar categorizadas en el registro pyme de la AFIP.

De este modo, el Ministerio de Producción busca incentivar planes de inversión y alentar la actividad industrial. **El decreto establece tramos de desembolsos hasta completar el cupo de los \$ 5.000 millones. En la segunda etapa, que comenzará en abril, habrá con un cupo de \$ 3.000 millones para proyectos de inversión**, bienes de capital, capital de trabajo y los programas Mi Galpón y Parques Industriales.

Con el plan de préstamos la cartera buscará incentivar a las Pymes a financiarse en el mercado formal y crear nuevos sujetos de crédito en el universo de las pequeñas y medianas empresas, por lo que las Sociedades de Garantías Recíprocas otorgarán los avales necesarios para aquellas empresas que presenten una situación de mayor debilidad ante los requisitos del sector financiero. El decreto también prevé beneficios impositivos con un diferencial de entre 5 % y 15 % para las economías regionales, desgravar Ganancias hasta el 10 % de las inversiones productivas realizadas, y devolver el IVA de los desembolsos en bienes de capital e infraestructura a través de un bono de crédito fiscal.

## 2. Tendencias

- **Venta directa e integridad de tarifas**

Pilar Sánchez Aita, responsable de Fastbooking para España y Portugal, está segura de que “el mundo de la estrategia tarifaria y la paridad de precios pueden coexistir para poder potenciar el canal directo del hotel también sin necesidad de canibalizar la estructura de tarifas por la relación con las OTA”. En este ámbito “existen algunas acciones de Revenue Management complementarias de esa paridad”.

Entre esas opciones que ofrece el Revenue Management destaca el “Price fencing, que es la forma de poder implementar la integridad de tarifas. Se puede ofrecer un pequeño descuento en su mejor tarifa disponible (tarifa BAR, por sus siglas en inglés) para estancias de una y dos noches, pero aplicar un mejor descuento en las reservas con una mayor duración de la estancia”.



Otro método, añade, puede ser “Lead Time Pricing: las ofertas que conocemos como ‘early bird’, que siguen siendo absolutamente eficaces, ya que conociendo

con anticipación el periodo medio de reserva el hotelero puede estar lanzando ofertas antes incluso que sus competidores”.

Sánchez Aita revela que “algunos afirman que paridad e integridad de tarifa van de la mano. Cuando un hotel controla efectivamente la paridad de tarifas se garantiza su integridad, ya que así existe un terreno justo entre el hotel, OTA, turoperadores, otros socios de distribución y franquiciadores de hoteles”, “el concepto de integridad no es algo concreto; es el hotelero el que debe tener integridad en la mente al establecer sus tarifas. Ya sea manteniendo la integridad y consistencia a través de su paridad de tarifas, justificando descuentos de precios, evitando cortes de precios, o una combinación de todas estas prácticas, es importante que los hoteleros tengan una estructura de tarifas racionales que usen consistentemente a lo largo de su estrategia de paridad de precios”.

Cada vez más los hoteleros deben buscar estrategias alternativas para evitar bajas en la rentabilidad manteniendo tarifas competitivas y este tipo de acciones pueden testearse en entornos controlados para medir su efectividad en cada caso específico.