MARKET REPORT

Hotelería en Argentina - Fuerte expansión del rubro en todo el país

JUNE 20, 2007

HVS Buenos Aires participa activamente del desarrollo de emprendimientos hoteleros y turísticos en la Argentina, acompañando el crecimiento de un sector en pleno auge.

El auge turístico experimentado en los últimos años en la Argentina impulsa la realización de nuevos proyectos.

La relación del tipo de cambio así como el favorable período económico en los últimos años son aspectos que favorecen el auge del turismo en nuestro país.

Esta realidad, de la que tomó nota el mercado internacional, provee oportunidades únicas para destinos turísticos emergentes. Un fenómeno del que también participan otros países del Cono Sur, que comenzaron a explotar sus atractivos, recursos naturales, historia, gastronomía y cultura.

La Argentina acompaña este crecimiento a través de las actividades de promoción y difusión, y de datos estadísticos, a lo que se agrega la incorporación de cadenas internacionales y el desarrollo de emprendimientos con capitales nacionales.

Según un informe proporcionado por el Indec, en 2006 arribaron al país 2.063.521 visitantes, lo que significa un crecimiento del 15% respecto de 2005.

Lo que también aumentó fue el gasto diario promedio, que es de 86,2 dólares, lo cual representa un crecimiento del 25%. El incremento turístico en nuestro país pasó del 3 al 8% de participación del PBI.

Así, el auge turístico ha provocado un crecimiento de las inversiones en el rubro hotelería. Desde grandes proyectos hasta pequeños emprendimientos, todos buscan captar una porción de la demanda creciente.

Corina Holste, responsable de Marketing & RR.PP. de HVS Argentina SA, comenta: "Los hoteles cinco estrellas son parte de un segmento que no se detiene. Grandes inversores locales y extranjeros apuestan a importantes cadenas para dar nombre a sus proyectos, ya sea a través del sistema de franquicia o el gerenciamiento."

En el mercado local se estima la llegada de nuevos players como Ritz Carlton y Mandarin, entre otras marcas de lujo. La apuesta toma en muchos casos la figura del emprendimiento mixto.

"El hotel se convierte en integrante de un proyecto que incluye residencias, centros comerciales y oficinas. Próximamente se verá esto en Puerto Madero. En 2009 un hotel cinco estrellas ocupará el terreno donde hoy está Opera Bay," agrega Holste.

Llegará a la Argentina de la mano del fondo de inversión griego First South American Investment Co. y tendrá entre 150-

160 habitaciones y departamentos. La construcción del proyecto demandará dos años.

El establecimiento aún no tiene definida su marca y se encuentra actualmente en proceso de negociación con una serie de posibles cadenas que se encargarán de su operación.
Sucede que la falta de terrenos en la ciudad de Buenos Aires y las perspectivas positivas de crecimiento han provocado la presencia de un nuevo grupo de inversores con proyectos de 3000 m2 de construcción que dan lugar a hoteles de cuatro y cinco estrellas, de entre 50 y 70 habitaciones en diversos puntos de la ciudad.

Asimismo, han surgido en el interior grupos interesados en proyectos de gran magnitud, que asocian entretenimiento y turismo. Hoy prácticamente no se concibe un casino sin infraestructura hotelera. La sinergia entre ambas actividades genera entonces el crecimiento de sendos negocios.

En la actualidad hay proyectos en vista en Tucumán, y otros ya existentes en Mendoza y Entre Ríos. En la provincia de Buenos Aires, sin embargo, las inversiones en materia de juego aún se hacen esperar debido a la prohibición de emprendimientos de este tipo administrados por privados. "El dinero se destina, por un lado, a abastecer las plazas que tienen excedida la demanda de cuartos, sobre todo en grandes ciudades como Buenos Aires, Mendoza, Córdoba o polos turísticos por excelencia como Cataratas, Calafate y Ushuaia, que ya tienen ocupación durante todo el año," expresa Holste.

En contrapartida, existe un creciente interés por parte de inversionistas de lugares aún no muy difundidos, al evaluar que serán solicitados o por su carácter exótico o por estar en una zona de crecimiento turístico en el corto o mediano plazo.

"Por otro lado hay inversiones hoteleras que surgen a causa de otros negocios, como por ejemplo el auge del turismo enológico. Es el caso de Mendoza, donde las bodegas tienden cada vez más a ofrecer servicios de alojamiento que complementan con experiencias en los viñedos o visitas a las instalaciones. Existen inversores que buscan nuevas opciones, atraídos por las características de la provincia y el auge de los vinos a través de las importantes bodegas presentes en la zona," explica Holste.

En la Argentina, las inversiones para un hotel cinco estrellas están en el orden de los 150.000 dólares por habitación. Es decir, que si se tiene como base un hotel cinco estrellas compuesto por 200 habitaciones, aquí se invierte una cifra aproximada a los 30 millones de dólares.

"Las consultoras hoteleras asisten al grupo en el desarrollo del hotel y en el proceso de negociación. Este tipo de asesoramiento lleva el nombre de Asset Management y tiene como finalidad alinear los intereses de ambas partes, monitorear sistemáticamente la operación de la propiedad y realizar una sintonía fina de la performance del negocio para maximizar su rendimiento," añade Holste.

El alcance del servicio supone la supervisión de los gastos operativos del hotel, la revisión continua de los resultados financieros, la supervisión permanente de la relación de la oferta y la demanda, la participación en el proceso de desarrollo del presupuesto anual y el plan de marketing, la implementación de nuevos benchmarks financieros y de procedimientos.

La visita e inspección regular del hotel, la evaluación continua de las fortalezas y debilidades del capital humano, y la medición y supervisión de los niveles de satisfacción del huésped también son parte de las tareas de las consultoras dedicadas al servicio hotelero.

Fuente: LA NACION | 05.03.2007 | Página 4 | Inmuebles comerciales