

Hoy Max Min
 30°C 15°C

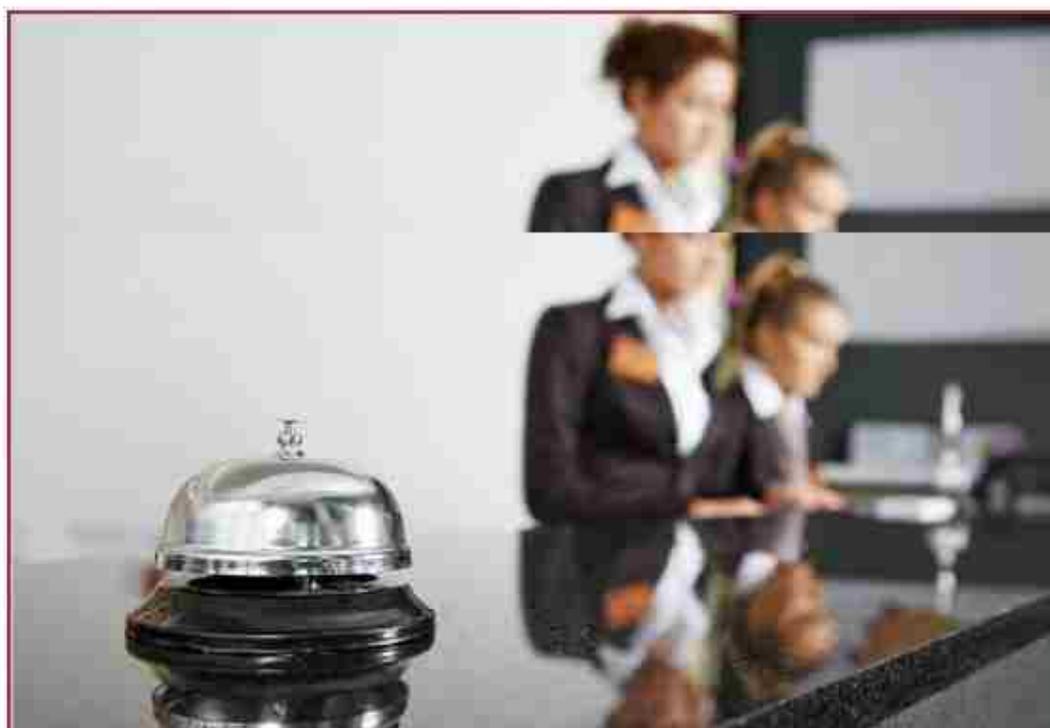


miércoles 21 de abril del 2021 12:27:50

TURISMO, ULTIMAS NOTICIAS

COVID-19: Check-in de la industria hotelera, un año después

21 abril, 2021 10:15 am



Compartí este artículo en:



Como es de público conocimiento, a partir del 20 de marzo se establecieron restricciones a la circulación de las personas en todo el país con el objetivo de reducir la exposición al contagio del COVID-19 en el marco de la emergencia sanitaria. Si bien la industria hotelera está

COVID-19 es el primer caso de interrupción masiva de la actividad económica mundial acostumbrada a hacer frente a la interrupción, nunca a esta escala. Lo que sigue haciendo que esta crisis sea tan singular es lo indiscriminada que es: todos los negocios hoteleros y todos los rincones del mundo se han visto afectados de alguna manera.

Según la encuesta de ocupación hotelera (EOH) del INDEC, la tasa de ocupación de habitaciones y unidades fue de 8,4% en junio, 9,2% en julio, 8,1% en agosto, 11,4% en septiembre, 11,6% en octubre, 13,8% en noviembre y 18,6% en diciembre.

Adicionalmente, un estudio encargado por la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (Fehgra) a la consultora Invecoq sobre el impacto de la pandemia en el sector precisó que el 90% de los propietarios debió endeudarse para mantenerse en pie y, de no contar con asistencia en 2021, el 95% de las empresas no podrá afrontar sus costos cotidianos.

Entonces, ¿cuáles son los obstáculos específicos que la industria hotelera tendrá que superar en su recuperación post-Covid-19?

Liquidez

Los hoteles continúan generando una fracción de sus ingresos anteriores debido a las cuarentenas continuas y una proclividad comercial en curso para reuniones virtuales. Se predice que los clientes empresariales serán más lentos para regresar que aquellos que se quedan para el ocio, ya que es probable que las empresas continúen conectando virtualmente en el futuro previsible.

La situación sigue siendo incierta y los operadores hoteleros todavía no pueden decir con confianza cuándo se levantarán las restricciones de viaje y si los consumidores se mantendrán cautelosos durante un período posterior. También es probable que el distanciamiento social siga manteniendo la ocupación baja, y los ingresos se verán reducidos aún más por los mayores costos de limpieza continuos para alentar a los clientes a regresar.

Frente a esta realidad, Sergio Verón, Socio de Business Process Solutions en Grant Thornton Argentina opina: "los desafíos siguen vigentes, las marcas hoteleras apuestan a una estrategia que incluye a clientes, proveedores y empleados. Los esfuerzos no sólo fueron destinados a implementar los mejores protocolos, sino también a utilizar comunicaciones que incentiven los espacios de ocio y descanso, pero ligados con el cuidado de la salud. La búsqueda del equilibrio entre el confort de los clientes y la seguridad de todos continúa siendo clave."

Empleo

Muchos operadores han sido capaces de reducir sus costos laborales reduciendo las horas o utilizando medidas de apoyo del gobierno. Esto ha mejorado la liquidez del capital y ha ayudado a muchos hoteles a mantenerse a flote. Pero para poner en marcha un plan de recuperación sostenible para 2021 y más allá, los propietarios y operadores tendrán que analizar su ROI. Dependerá de ellos determinar si los niveles actuales de personal son óptimos para un período de recuperación rentable. También es vital que las empresas hoteleras continúen asegurándose de que los procesos internos de gestión y aprobación de riesgos sean eficaces a medida que el personal continúa trabajando de forma remota.

Deuda y reestructuración

Es importante que los propietarios y operadores identifiquen rápidamente las áreas donde carecen significativamente de fondos. A pesar de que muchos prestamistas todavía están dispuestos a retrasar los pagos o negociar las condiciones, mantener conversaciones francas y tempranas sobre las dificultades financieras son el mejor curso de acción. Las condiciones de reestructuración o reembolso acordadas anteriormente tampoco pueden ser viables teniendo en cuenta el potencial de ingresos futuros incierto y ciertamente deprimido.

Muchos operadores hoteleros todavía están buscando reestructurar sus deudas, lo que sigue presentando oportunidades para los propietarios de capital privado con grandes reservas de efectivo. Poder reestructurarse requiere poder demostrar que un hotel sigue siendo un negocio viable y podrá operar con niveles reducidos de clientes durante un largo período de tiempo.

Planificación financiera e informes

Las estrategias de planificación y presentación de informes financieros de 2021 van a ser muy diferentes. Las desgravaciones fiscales temporales y las medidas de asistencia financiera continúan cambiando, por lo que las empresas deben asegurarse de que están aprovechando el último apoyo. Los propietarios y los operadores también tendrán que pensar en el verdadero

impacto del deterioro de los activos y considerar cómo abordar las crecientes preocupaciones sobre su futuro flujo de caja y su potencial de ganancias.

Contratos y convenios

El impacto financiero de los cambios, desde los esquemas de fidelización de clientes hasta las tarifas de los acuerdos de gestión y los contratos de proveedores que dependen de volúmenes de compra para mantener los costos a la baja, será muy sentido por los hoteleros. Prácticamente todos los acuerdos comerciales tendrán que ser reevaluados para asegurarse de que ofrecen la mejor oportunidad de un 2021 rentable.

Hoteles: ¿a dónde ir desde aquí?

Es probable que la pandemia contribuya a un cambio en la experiencia del cliente en toda la industria. Lo que está claro, sin embargo, es que pasará algún tiempo antes de que la industria hotelera vuelva a la forma en que pudo operar hace un año.

"Un año después del inicio de la pandemia, se puede seguir viendo la fragilidad de la actividad hotelera que sigue esperando una recuperación en los volúmenes de ocupación. El COVID-19 se ha convertido en una palanca de transformación para las marcas", concluye Verón.

La industria hotelera se enfrenta a algunas decisiones difíciles en los próximos meses, ya que todos comenzamos a navegar nuestro camino hacia la recuperación. Actualmente estamos trabajando con nuestros clientes para ayudar a proteger y restaurar el valor.

Compartí este artículo en:



PREPARATE, YA LLEGA

del 04 al 09 de MAYO



www.iguazublackfriday.com



Organiza



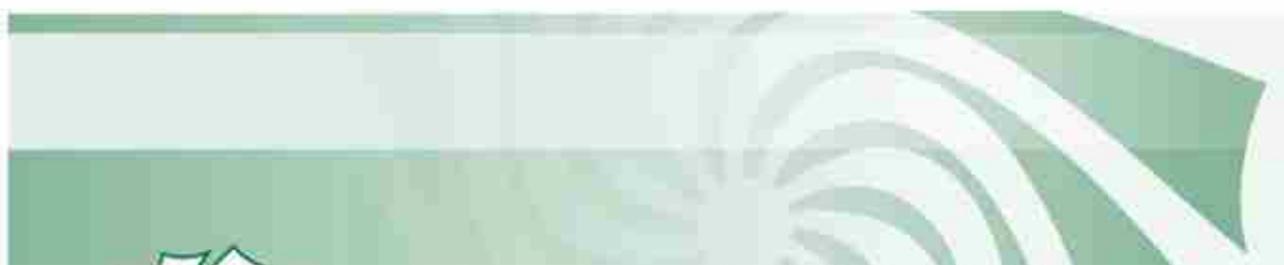


**LO VAS A PAGAR
MÁS CARO.**

**LOS CIGARRILLOS ILEGALES
FOMENTAN LA INSEGURIDAD.**

NO SEAS INDIFERENTE.
DENUNCIÁ DE FORMA ANÓNIMA EN
WWW.ARGENTINAILEGAL.COM

The advertisement features a black and white photograph of a hand holding a handgun, with a lit cigarette in the mouth. The background is a textured, light-colored surface. At the bottom, there is a row of logos for various organizations, including the Argentine government, the United Nations, and several NGOs.







Seguinos en

Nuestras redes



Inscripciones abiertas

➤2021

Informes:

 www.ugd.edu.ar



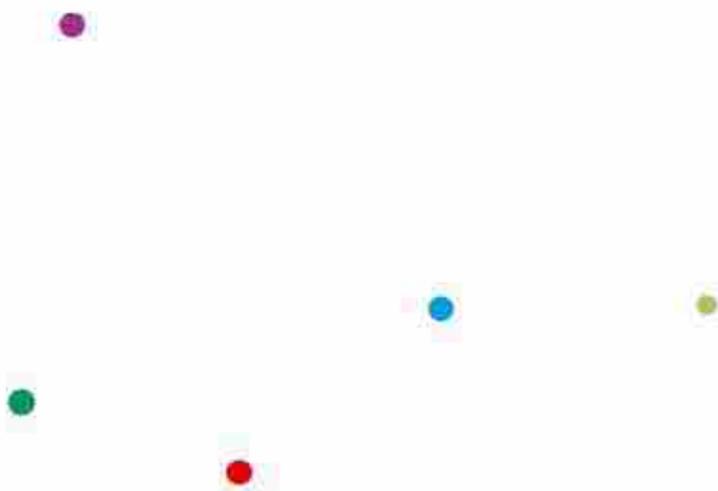
UNIVERSIDAD
Gastón Dachary



Comunicate con Nosotros

Contáctanos

Si quieres publicitar en Economis escribenos a publicidad@economis.com.ar



Últimas Noticias



Kwai llega a Argentina para explotar la creatividad de millones de usuarios y ofrecer una plataforma cercana y divertida



Aguirre entregó la reforma del estatuto a cooperativa yerbatera de San Ignacio



Mejora Continua presenta a un experto internacional en precios, el 27/4 vía zoom



Este sábado 24 de abril se realizará una nueva gran Feria de Usados en Toyota Misiones

[VER MÁS ÚLTIMAS NOTICIAS >>](#)



samsa
invertimos en la vida



KLIMIUK
INFUSIONES

Ediciones Anteriores

abril 2021

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

« Mar



[VER MÁS VIÑETAS >>](#)

Seguinos en

Tweets por @economisiones

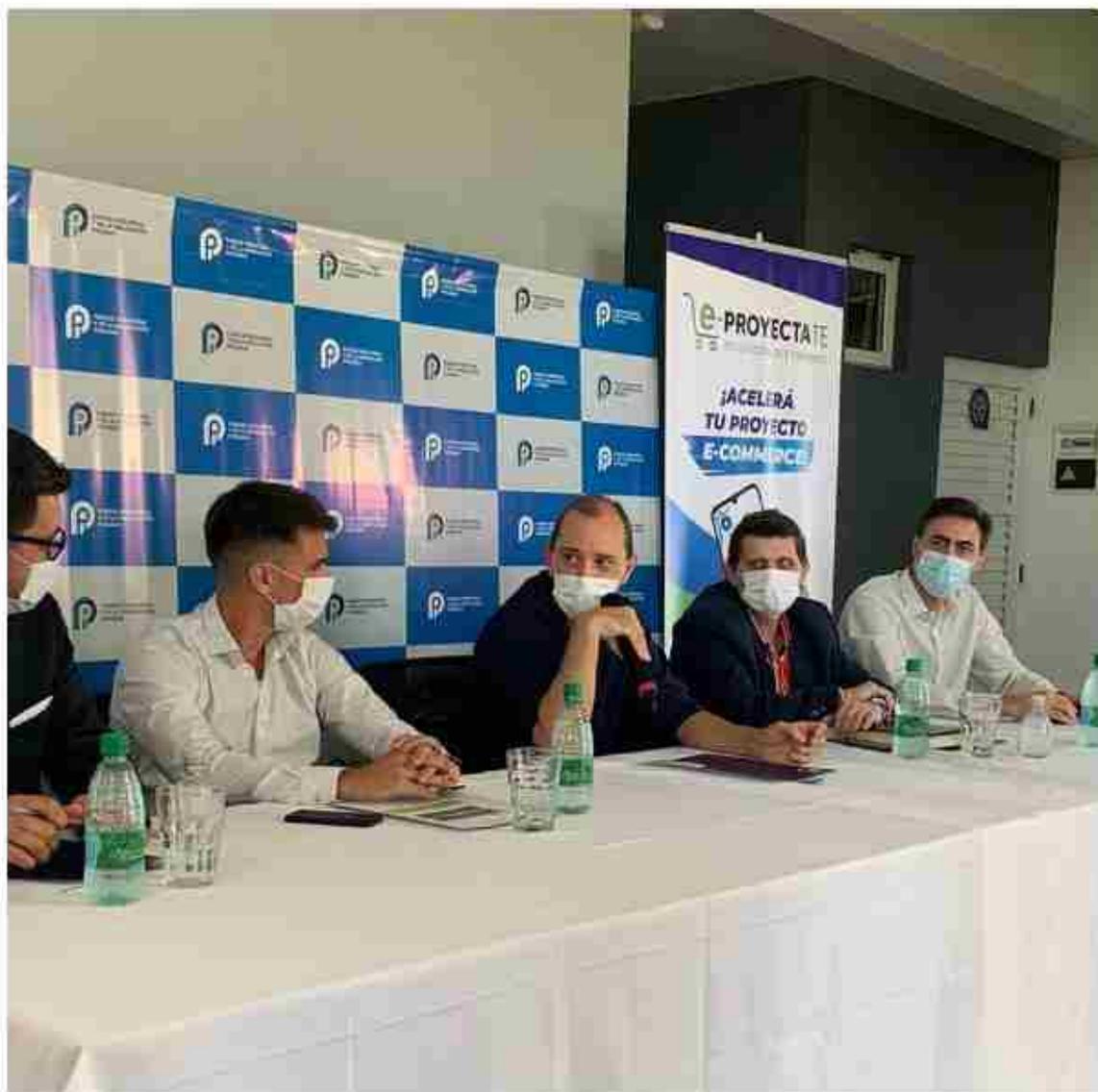


Economis

@economisiones

#LaProvincia Presentaron en el Parque Industrial una nueva línea de financiamiento para proyectos

una nueva línea de financiamiento para proyectos innovadores economis.com.ar/presentaron-en...
[@adolfofrafr](#) [@PIIPmisiones](#) [@IndustriaMnes](#)



25min



Economis

@economisiones

#Economía Este sábado 24 de abril se realizará una nueva gran Feria de Usados en Toyota Misiones economis.com.ar/este-sabado-24...





26min



Economis

@economisiones

#Empresas Cambió el mundo: cambió el consumidor economis.com.ar/cambio-el-mund...
 @redcame @gerardodbeltran



1h



Economis

@economisiones

#LaProvincia Se inauguraron dos Estaciones Agrometeorológicas en las EFAS de Dos de Mayo y San Vicente @SiliconMisiones economis.com.ar/silicon-mision...



Economis

@economisiones

#Pandemia Vizzotti dice que "Argentina está en el peor momento" de la pandemia y defiende la suspensión clases en AMBA

economis.com.ar/vizzotti-dice-...





Insertar

Ver en Twitter



 **445-0707**

www.facebook.com/isolinaforestal

¡OFERTA!



Espuma - Aislante Térmico

- 20 Mts. simple 2 mm..... \$ 99
- 20 Mts. simple 5 mm..... \$ 249
- 20 Mts. aluminizada 5 mm..... \$ 399
- 20 Mts. aluminizada 10 mm..... \$ 549

Promoción 200 unidades por producto o hasta agotar stock

DISTRIBUIDOR OFICIAL EN MISIONES



Av. San Martín 5.855 - Posadas
Pedidos al Tel. 3764-450707
Envíos al interior

Entrevistas



Misiones Carne



Miss Waffle: una alternativa innovadora para las meriendas posadeñas



El futuro presente: 1500 jóvenes misioneros se preparan como programadores del Silicon Misiones

[VER MÁS ENTREVISTAS >>](#)

En foco



Ahora son seis: liberaron otros tres yaguaretés en los Esteros del Iberá



Empresa misionera invierte 10 millones de dólares y lanza QNuts, marca de nueces premium para exportación



Con los cambios en el Impuesto a las Ganancias, más de 17 mil misioneros quedarán exentos

[VER MÁS EN FOCO >>](#)

Acerca de Economis

Somos un grupo de jóvenes profesionales apasionados por el periodismo. Nuestro objetivo es informar con claridad y profundidad los hechos políticos y económicos sobre Misiones, el país y el mundo. Nuestro trabajo apunta a personas comprometidas con la realidad con la premisa del análisis, la veracidad y la precisión.

Contáctanos

redaccion@economis.com.ar

Donde Estamos

Dirección:

Colón 2069 PB Oficina 3

Posadas | Misiones | Argentina

Teléfono:

+54 376 4428248

E-Mail:

redaccion@economis.com.ar

Como es de público conocimiento, a partir del 20 de marzo se establecieron restricciones a la circulación de las personas en todo el país con el objetivo de reducir la exposición al contagio del COVID-19 en el marco de la emergencia sanitaria. Si bien la industria hotelera está acostumbrada a hacer frente a la interrupción, nunca a esta escala. Lo que sigue haciendo que esta crisis sea tan singular es lo indiscriminada que es: todos los negocios hoteleros y todos los rincones del mundo se han visto afectados de alguna manera.

Según la encuesta de ocupación hotelera (EOH) del INDEC, la tasa de ocupación de habitaciones y unidades fue de 8,4% en junio, 9,2% en julio, 8,1% en agosto, 11,4% en septiembre, 11,6% en octubre, 13,8% en noviembre y 18,6% en diciembre.

Adicionalmente, un estudio encargado por la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (Fehgra) a la consultora Inveq sobre el impacto de la pandemia en el sector precisó que el 90% de los propietarios debió endeudarse para mantenerse en pie y, de no contar con asistencia en 2021, el 95% de las empresas no podrá afrontar sus costos cotidianos.

Entonces, ¿cuáles son los obstáculos específicos que la industria hotelera tendrá que superar en su recuperación post-Covid-19?

Liquidez

Los hoteles continúan generando una fracción de sus ingresos anteriores debido a las cuarentenas continuas y una proclividad comercial en curso para reuniones virtuales. Se predice que los clientes empresariales serán más lentos para regresar que aquellos que se quedan para el ocio, ya que es probable que las empresas continúen conectando virtualmente en el futuro previsible.

La situación sigue siendo incierta y los operadores hoteleros todavía no pueden decir con confianza cuándo se levantarán las restricciones de viaje y si los consumidores se mantendrán cautelosos durante un período posterior. También es probable que el distanciamiento social siga manteniendo la ocupación baja, y los ingresos se verán reducidos aún más por los mayores costos de limpieza continuos para alentar a los clientes a regresar.

Frente a esta realidad, Sergio Verón, Socio de Business Process Solutions en Grant Thornton Argentina opina: "los desafíos siguen vigentes, las marcas hoteleras apuestan a una estrategia que incluye a clientes, proveedores y empleados. Los esfuerzos no sólo fueron destinados a implementar los mejores protocolos, sino también a utilizar comunicaciones que incentiven los espacios de ocio y descanso, pero ligados con el cuidado de la salud. La búsqueda del equilibrio entre el confort de los clientes y la seguridad de todos continúa siendo clave."

Empleo

Muchos operadores han sido capaces de reducir sus costos laborales reduciendo las horas o utilizando medidas de apoyo del gobierno. Esto ha mejorado la liquidez del capital y ha ayudado a muchos hoteles a mantenerse a flote. Pero para poner en marcha un plan de recuperación sostenible para 2021 y más allá, los propietarios y operadores tendrán que analizar su ROI. Dependerá de ellos determinar si los niveles actuales de personal son óptimos para un período de recuperación rentable. También es vital que las empresas hoteleras continúen asegurándose de que los procesos internos de gestión y aprobación de riesgos sean eficaces a medida que el personal continúa trabajando de forma remota.

Deuda y reestructuración

Es importante que los propietarios y operadores identifiquen rápidamente las áreas donde carecen significativamente de fondos. A pesar de que muchos prestamistas todavía están dispuestos a retrasar los pagos o negociar las condiciones, mantener conversaciones francas y tempranas sobre las dificultades financieras son el mejor curso de acción. Las condiciones de reestructuración o reembolso acordadas anteriormente tampoco pueden ser viables teniendo en cuenta el potencial de ingresos futuros incierto y ciertamente deprimido.

Muchos operadores hoteleros todavía están buscando reestructurar sus deudas, lo que sigue presentando oportunidades para los propietarios de capital privado con grandes reservas de efectivo. Poder reestructurarse requiere poder demostrar que un hotel sigue siendo un negocio viable y podrá operar con niveles reducidos de clientes durante un largo período de tiempo.

Planificación financiera e informes

Las estrategias de planificación y presentación de informes financieros de 2021 van a ser muy diferentes. Las desgravaciones fiscales temporales y las medidas de asistencia financiera continúan cambiando, por lo que las empresas deben asegurarse de que están aprovechando el último apoyo. Los propietarios y los operadores también tendrán que pensar en el verdadero impacto del deterioro de los activos y considerar cómo abordar las crecientes preocupaciones sobre su futuro flujo de caja y su potencial de ganancias.

Contratos y convenios

El impacto financiero de los cambios, desde los esquemas de fidelización de clientes hasta las tarifas de los acuerdos de gestión y los contratos de proveedores que dependen de volúmenes de compra para mantener los costos a la baja, será muy sentido por los hoteleros. Prácticamente todos los acuerdos comerciales tendrán que ser reevaluados para asegurarse de que ofrecen la mejor oportunidad de un 2021 rentable.

Hoteles: ¿a dónde ir desde aquí?

Es probable que la pandemia contribuya a un cambio en la experiencia del cliente en toda la industria. Lo que está claro, sin embargo, es que pasará algún tiempo antes de que la industria hotelera vuelva a la forma en que pudo operar hace un año.

"Un año después del inicio de la pandemia, se puede seguir viendo la fragilidad de la actividad hotelera que sigue esperando una recuperación en los volúmenes de ocupación. El COVID-19 se ha convertido en una palanca de transformación para las marcas", concluye Verón.

La industria hotelera se enfrenta a algunas decisiones difíciles en los próximos meses, ya que todos comenzamos a navegar nuestro camino hacia la recuperación. Actualmente estamos trabajando con nuestros clientes para ayudar a proteger y restaurar el valor.