

BARÓMETRO DEL TURISMO ARGENTINO

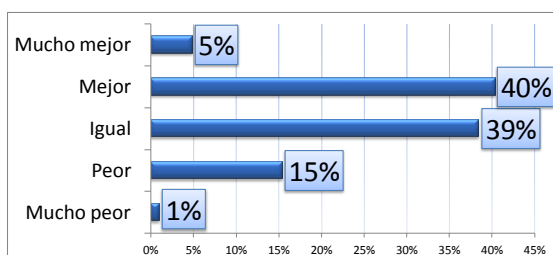
Número 1, diciembre 2015

Expectativas positivas para el primer trimestre del 2016

Los resultados de la Encuesta del Barómetro del Turismo Argentino, en base a la metodología de la Organización Mundial del Turismo (OMT), prevén un panorama optimista para la actividad turística en el país en el primer trimestre del 2016. En este sentido, el 45% de los encuestados reflejan unas expectativas positivas para los primeros meses del próximo año, en donde el Índice de Confianza alcanza los 116 puntos. Por otra parte, la evaluación del comportamiento de la actividad para el 4to. trimestre del 2015 es más moderada, en donde el 29% tiene una percepción positiva respecto del mismo período del año pasado. En esta edición, se recibieron 104 respuestas de expertos y profesionales de los sectores público, privado y académico del turismo todo el país.

Panorama favorable para el inicio del 2016

El 45% de los encuestados prevé resultados positivos sobre el comportamiento de la actividad turística durante el primer trimestre de 2016. Un 39% sostiene que será igual al mismo período de 2015, mientras que sólo un 16% tiene expectativas negativas.



Algunas de las razones brindadas por los encuestados se relacionan con:

- Temporada alta con un fuerte componente de turismo interno.
- La realización del Rally Dakar, que incluye el paso por numerosos destinos del país y estimula la provisión de bienes y servicios turísticos en las economías regionales.
- Definiciones en términos políticos y económicos que disminuyen la incertidumbre en los turistas asociada a todo período postelectoral.
- Una mayor tendencia del consumidor a realizar reservas de último momento.

De esta manera, el Índice de Confianza en Turismo para el primer trimestre de 2016 es positivo, alcanzando los 116 puntos.

Índice de Confianza
1er trim 2016

116

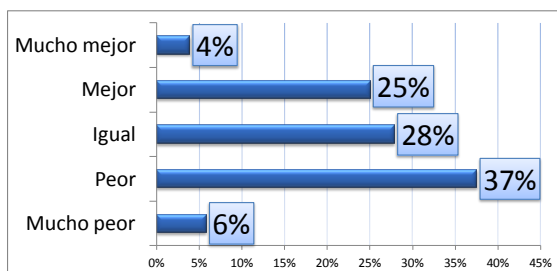
Evaluación de la actividad para el 4to. trimestre del 2015

Por otra parte, la evaluación sobre el comportamiento de la actividad turística para el 4to. trimestre del 2015 resulta más bien moderada.

En términos generales, el 29% cree que la situación del turismo es “mejor” o “mucho mejor” en el último trimestre del 2015 respecto del mismo período del año anterior, mientras que para un 28% lo considera “igual”.

Algunas de las razones mencionadas por los encuestados se relacionan con:

- El período electoral influye en la decisión de viaje de las personas y genera cierta incertidumbre.
- La devaluación del real brasileño afecta al principal mercado del turismo receptivo en nuestro país.
- Incremento de costos y la dificultad de trasladarlos a precios para ser competitivos.
- Crecimiento del turismo de reuniones.
- Celebración de fiestas tradicionales y populares.



El Índice de Confianza en Turismo

Siguiendo la metodología de la **Organización Mundial del Turismo (OMT, Naciones Unidas)**, el **Índice de Confianza en Turismo de la Escuela de Economía y Negocios de la UNSAM** se basa en los resultados de la encuesta realizada por correo electrónico a expertos y profesionales del sector público, privado y académico del Turismo en la República Argentina. Las respuestas provienen de las diferentes actividades que componen la cadena de valor del sector, incluyendo alojamiento, agencias de viaje y tour operadores, transporte, gastronomía, excursiones, organizadores de congresos y eventos, rentadoras de vehículos, organismos oficiales de turismo, instituciones educativas, entre otras.

El objetivo del Índice es mostrar de una manera visual y sencilla las percepciones de los encuestados sobre la evolución del turismo en su destino o empresa, durante un trimestre determinado y su comparación con el mismo trimestre del año anterior. De este modo, el Índice toma valores de una escala entre 0 y 200, en donde un valor 0 significa expectativas “muy malas”, un valor 100 implica una situación “similar”, y 200 representa unas expectativas “muy buenas”.

Es decir, un Índice inferior a 100 estaría señalando una situación desfavorable respecto a la evolución del turismo, mientras que un valor superior a 100 indicaría una percepción favorable.

Para cualquier consulta:
baromtur@unsam.edu.ar

El Barómetro del Turismo Argentino es realizado por la Escuela de Economía y Negocios de la UNSAM. Director: Mg. Federico Esper. Equipo técnico: Dra. Daniela Thiel Ellul, Mg. Santiago Boffi y Lic. Florencia Rocha.