



INFORME DEL SECTOR TURÍSTICO RESUMEN EJECUTIVO

FEDERACIÓN EMPRESARIA HOTELERA GASTRONÓMICA DE LA REPÚBLICA ARGENTINA

FEBRERO 2020

ÍNDICE:



1. Mercado Cambiario



2. La Hotelería y la Gastronomía comparado con otros rubros



3. Turismo Receptivo
a. Vía Aérea
b. ¿De Dónde vinieron?
c. Estadía promedio



4. Ocupación Hotelera
a. ¿Qué tipo de establecimientos eligieron?
b. ¿Cómo fue el interanual?
c. Distribución en promedio de pernoctación
d. ¿Dónde van según donde residen?



5. Información de Interés para el sector turístico



6. Actualidad Económica



7. Información impositiva

El Informe del Sector Turístico publicado mensualmente contiene Indicadores de Coyuntura sobre Turismo y marcha de la Actividad Económica. Como fuente de información se toman los últimos Informes de Coyuntura de INDEC, Dirección Nacional de Migraciones y Banco Central.

Las variables que abarca comprenden el turismo receptivo (viajeros, pernoctaciones, preferencias, gasto, origen), la cotización al día de divisas, el crecimiento económico comparando Hotelería y Gastronomía con otras ramas. Adicionalmente agregamos una síntesis de las novedades fiscales y macroeconómicas.

Queremos aportar un conjunto de datos útiles que se puedan usar como elemento clave para apoyar el desempeño de las empresas hoteleras.



MERCADO CAMBIARIO

14/02/2020

apertura

DÓLAR OFICIAL		
Primer día hábil últimos 20 meses		
	COMPRA	VENTA
JUL 2018	28,03	29,13
AGOS 2018	27,23	28,30
SEPT 2018	38,43	38,75
OCT 2018	39,50	40,30
NOV 2018	35,78	36,58
DIC 2018	36,20	38,20
ENE 2019	37,33	39,23
FEBR 2019	37,02	38,31
MARZ 2019	40,3	40,97
ABRIL 2019	41,89	43,89
MAYO 2019	44,87	46,04
JUNIO 2019	44,66	46,1
JULIO 2019	41,51	43,58
AGOST 2019	44,12	45,56
SEPT 2019	55,03	58,6
OCTUB 2019	56,9	60,18
NOVIE 2019	58,87	63,31
DICIE 2019	58,56	63
ENERO 2020	59,01	63,5
FEBRERO 2020	58,96	63,25

La Nación. 14 de febrero

Cabe destacar que el dólar blue no tiene una cotización oficial, sino que su valor sale del promedio de cotización en lugares de cambio. El cepo cambiario, medida instrumentada para controlar la cotización de la moneda y cuidar las reservas del Banco Central, reactivó la operaciones en el mercado paralelos, donde los usuarios buscan eludir el tope de 200 dólares mensuales para el ahorro.

Clarín Economía. 14 de febrero 2020.

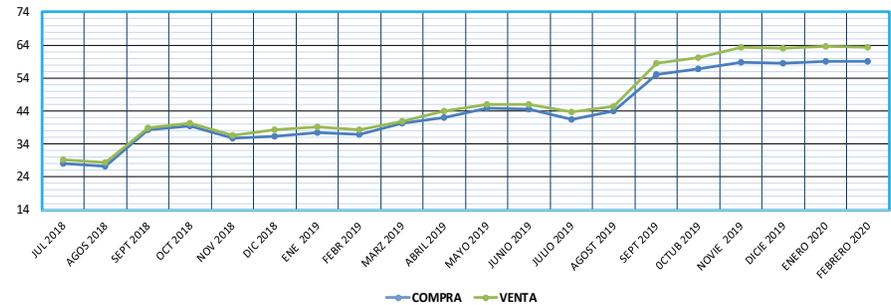
Divisa americana.

Con el impuesto del 30% a la compra de dólares, abren los mercados en la semana y la divisa continúa sin mayores movimientos. Hoy viernes 14 de febrero, el dólar oficial cotiza en promedio a 58,25 pesos para la compra y 63,25 pesos para la venta, por lo que el valor del dólar turista está en 81,90 pesos. El precio no ha variado significativamente en los últimos días. El dólar turista tiene una cotización del 30% adicional al valor del dólar oficial y contempla todas las operaciones que se realizan con tarjeta de crédito y en moneda extranjera. Este impuesto es aplicable a la compra de pasajes al exterior, dólares para atesoramiento y viajes, compras de productos y servicios en divisas.

Cabe destacar que la compra del dólar oficial sigue limitada por el Banco Central a 200 dólares mensuales si se realiza de forma virtual por la cuenta bancaria, o de a 100 dólares si se opera por ventanilla.

fuentes elaboración propia sobre dolarhoy.com

TIPO DE CAMBIO U\$S - PESO. ÚLTIMOS 20 MESES - PRIMER DÍA HÁBIL



AUMENTO DESDE 1º DE JULIO 2018 AL 1 DE FEBRERO 2020: 117,13%

DÓLAR U.S.A. PROMEDIO

FECHA	PERÍODO	VALOR
14-feb	HOY	62,00
13-feb	cierre anterior	63,72
7-feb	7 días atrás	63,33

14 de febrero 10.00 hs.

	MONEDA	COMPRA	VENTA
	dólar oficial prom.	62,00	62,00
	dólar blue	74,74	78,90
	dólar bolsa	81,42	81,95
	dólar turista	82,23	82,23
	euro	64,84	70,15
	real	14,27	16,02



CRECIMIENTO INTERANUAL DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA: HOLELERÍA Y GASTRONOMÍA COMPARADO A LOS RESTANTES RUBROS

En noviembre de 2019, el estimador mensual de actividad económica (EMAE) registró una variación de -1,9% respecto al mismo mes de 2018. El indicador desestacionalizado y la tendencia-ciclo observaron variaciones negativas respecto al mes anterior de 1,7% y 0,1%, respectivamente.

Las ramas de actividad que más incidieron positivamente en la variación interanual en noviembre son "Agricultura, ganadería, caza y silvicultura", "Electricidad, gas y agua" y "Explotación de minas y canteras". En cambio, "Industria manufacturera" y "Comercio mayorista, minorista y reparaciones" tuvieron la mayor incidencia negativa.

Para **HOTELES Y RESTAURANTES** el estimador indica que la actividad creció 1,8% interanual.

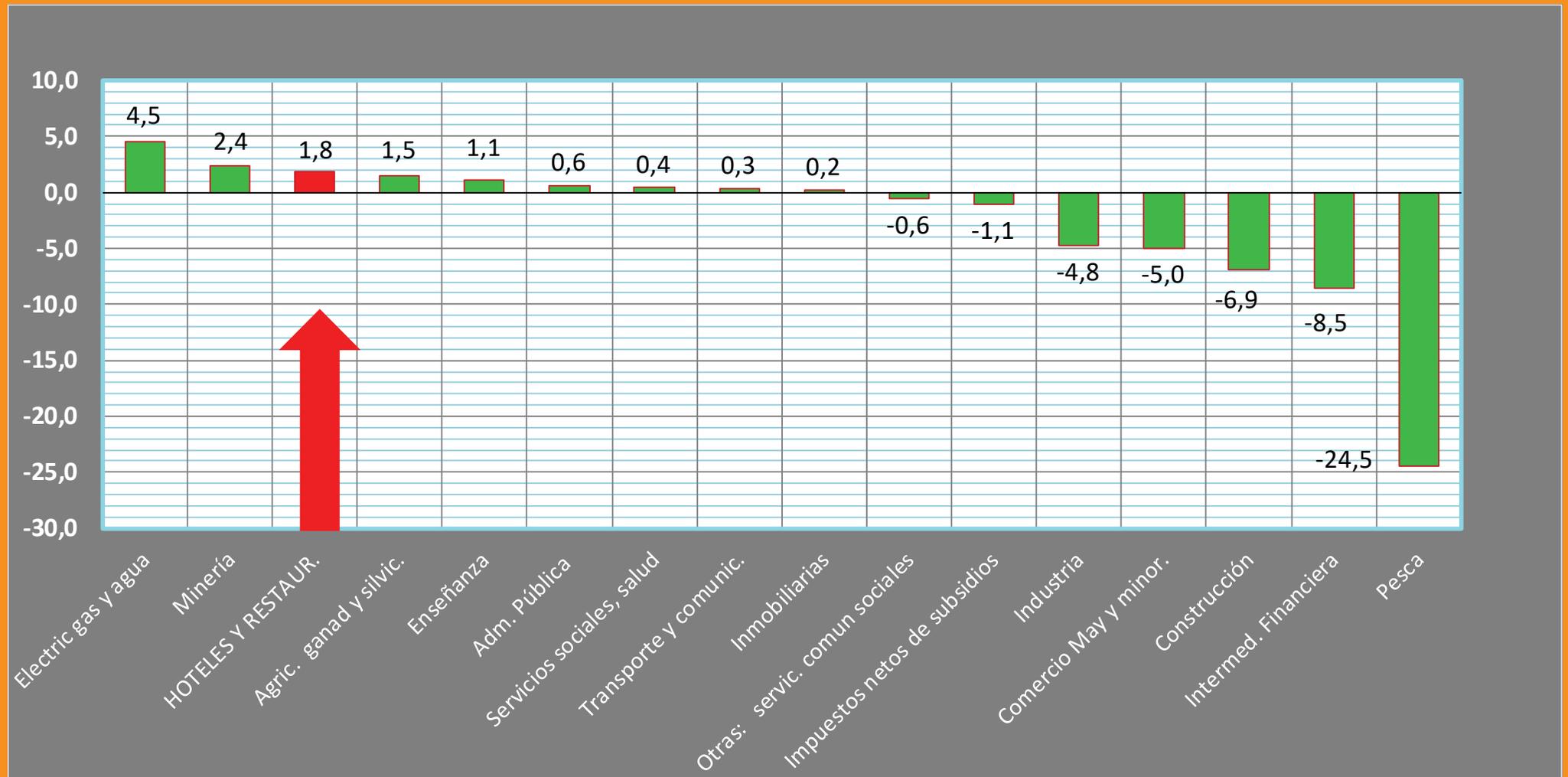
LO QUE MASCRECIO Y LO QUE MENOS CRECIO



NOVIEMBRE 2019 RESPECTO A NOVIEMBRE 2018

ACTIVIDAD	% incremento Nov. 2019 / Nov. 2018
Electric gas y agua	4,5
Minería	2,4
HOTELES Y RESTAUR.	1,8
Agric. ganad y silvic.	1,5
Enseñanza	1,1
Adm. Pública	0,6
Servicios sociales, salud	0,4
Transporte y comunic.	0,3
Inmobiliarias	0,2
Otras: servic. comun sociales	-0,6
Impuestos netos de subsidios	-1,1
Industria	-4,8
Comercio May y minor.	-5,0
Construcción	-6,9
Intermed. Financiera	-8,5
Pesca	-24,5

CRECIMIENTO INTERANUAL EN % (NOVIEMBRE 2019 COMPARADO CON NOVIEMBRE 2018)





TURISMO INTERNACIONAL RECEPTIVO

DICIEMBRE -

4° TRIMESTRE - TOTAL AÑO

En el presente informe se muestran los datos del movimiento mensual y acumulado referidos al turismo receptivo de la totalidad de los aeropuertos internacionales del país por vía aérea internacional además de las estimaciones provenientes de la Encuesta de Turismo Internacional (Indec) sobre cantidad de turistas y pernoctaciones de diciembre de 2019 para el Aeropuerto Internacional de Ezeiza y el Aeroparque Jorge Newbery.

Para el cuarto trimestre y el año se agregan los datos referidos al gasto total y al gasto diario promedio para el Aeropuerto Internacional de Ezeiza y el Aeroparque Jorge Newbery, los aeropuertos internacionales de Córdoba y Mendoza, el Paso Internacional Cristo Redentor y el Puerto de Buenos Aires.

QUIENES VINIERON A LA ARGENTINA, ¿POR DÓNDE ENTRARON?

DICIEMBRE 2019

en miles - Variación Interanual - Total 2019

AEROPUERTOS	Arribo diciem miles	V.I. mes %	total 2019	V.I. año %
TOTAL	304,4	3,3	3065,2	11,1
Ezeiza y Aerop	273,5	4	2717,9	10,1
Mendoza	10,3	-16,1	124,2	2
El Palomar	7,7	///	77,4	///
Cordoba	7,4	-18	77,3	-12,5
Rosario	2,7	-48,1	25,5	-26,9
Resto Aer.	1,2	-32,1	11,8	-9,4
Salta	0,7	-39,7	8	5,5
Tucuman	0,5	-49,7	4,5	-40,1
Bariloche	0,5	///	18,5	14,9

En diciembre de 2019, se estimaron 304,4 mil llegadas de turistas no residentes a la Argentina, con un aumento interanual de 3,3%.



**Por Ezeiza y Aeroparque: entraron 263,7 miles (el 89,5% del total).
Por Mendoza: 12,8 miles, por Córdoba: 9,1 miles, Rosario: 3,1, Salta 0,8;
Tucumán: 0,7 y Neuquén: 0,6**



El saldo de turistas internacionales en diciembre fue + 15,3 mil para vuelos internacionales, luego de 46 meses consecutivos deficitarios.

En los doce meses del año, se alcanzaron 3.065,2 miles de llegadas de extranjeros y se registró un aumento de 11,1%.



Ezeiza y Aeroparque concentraron el 88,7% de las llegadas de no residentes, con un incremento interanual de 10,1%.



El saldo de turistas extranjeros vía aérea en diciembre fue positivo en 61,3 mil, luego de once meses consecutivo deficitarios. El saldo del turismo vía aérea internacional total en 2019, fue negativo en 885,1 mil.

LOS QUE LLEGARON ¿DE DÓNDE VINIERON? (Ezeiza y Aeroparque)

DICIEMBRE 2019 (en miles) y V. Interanual

TOTAL AEROPUERTOS			
País de origen	(miles)	%	var. Int.en %
Brasil	68,50	22,50	-0,50
Europa	66,48	21,84	4,40
Resto América	58,00	19,05	2,10
EEUU y Canadá	43,50	14,29	15,20
Chile	27,00	8,87	-2,80
Resto del mundo	21,30	7,00	-3,00
Paraguay	7,86	2,58	11,90
Bolivia	7,20	2,37	1,80
Uruguay	4,60	1,51	24,10
TOTAL	304,40	100,01	3,30

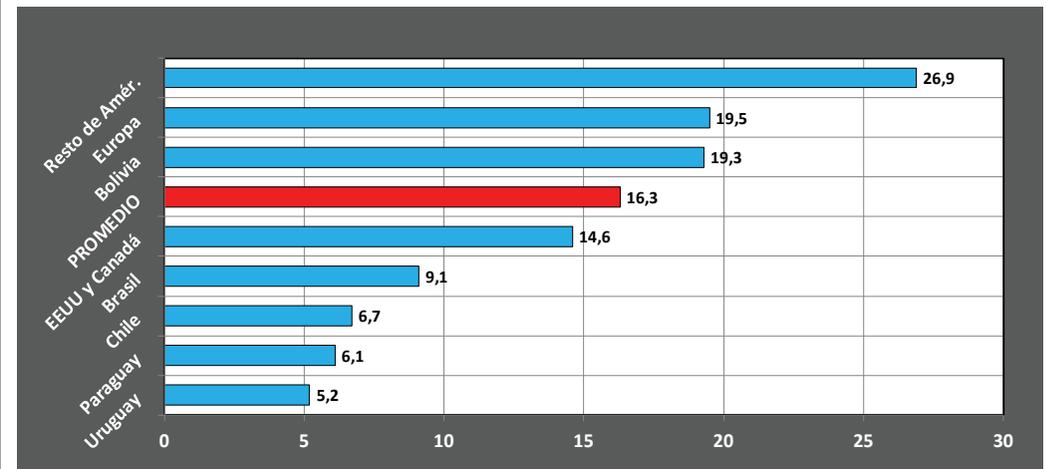
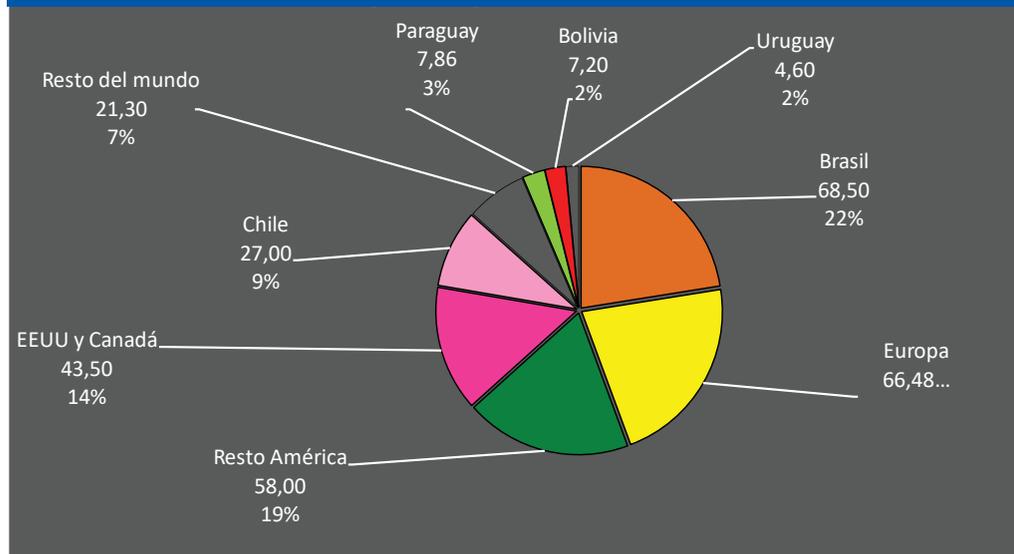
Diciembre 2019: Se destacó la llegada de turistas brasileros, estimados en 68,5 mil, representando una baja interanual de 0,5%. En segundo lugar, la llegada de 66,5 mil turistas europeos, con un aumento de 4,4% interanual. En el resto de los aeropuertos, sacando Ezeiza y Aeroparque la llegada de receptivos tuvo una disminución de 2,3%, respecto del mismo mes del año anterior. Los principales emisores fueron: el bloque de países que conforman "Resto de América", Chile y Brasil.

CUÁNTAS NOCHES SE QUEDARON - DICIEMBRE 2019 Llegados a Aeroparque y Ezeiza.

los que vinieron de...	noches
Uruguay	5,2
Paraguay	6,1
Chile	6,7
Brasil	9,1
EEUU y Canadá	14,6
PROMEDIO	16,3
Bolivia	19,3
Europa	19,5
Resto de Amér.	26,9

La estadía promedio de los turistas extranjeros fue 16,3 noches. La más alta se observó en los turistas provenientes de los países que componen el bloque "Resto de América", con 26,9 noches; luego le siguió Europa, con 19,5 noches. Se registraron 4.468,6 miles de pernoctaciones de turistas no residentes, 13,7% menos con respecto a diciembre de 2018.

MILES DE TURISTAS S/PROCEDENCIA - DICIEMBRE 2019

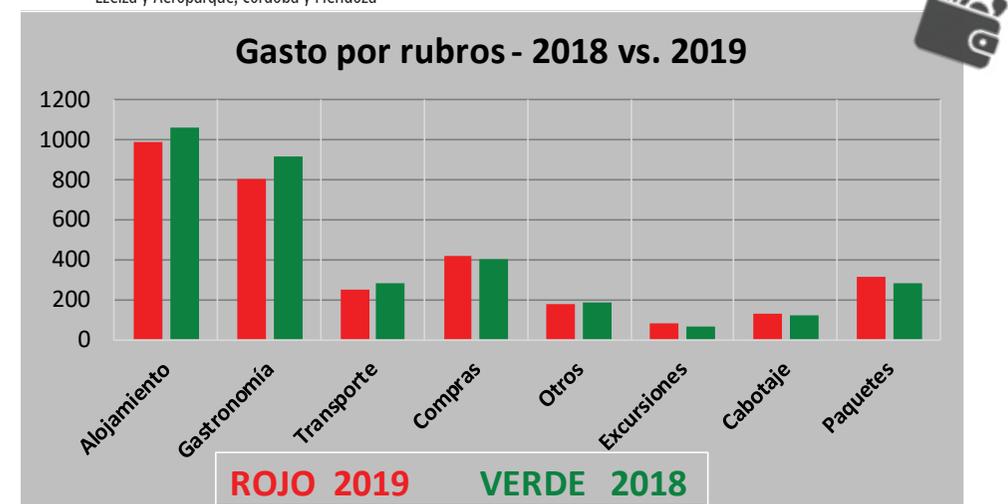
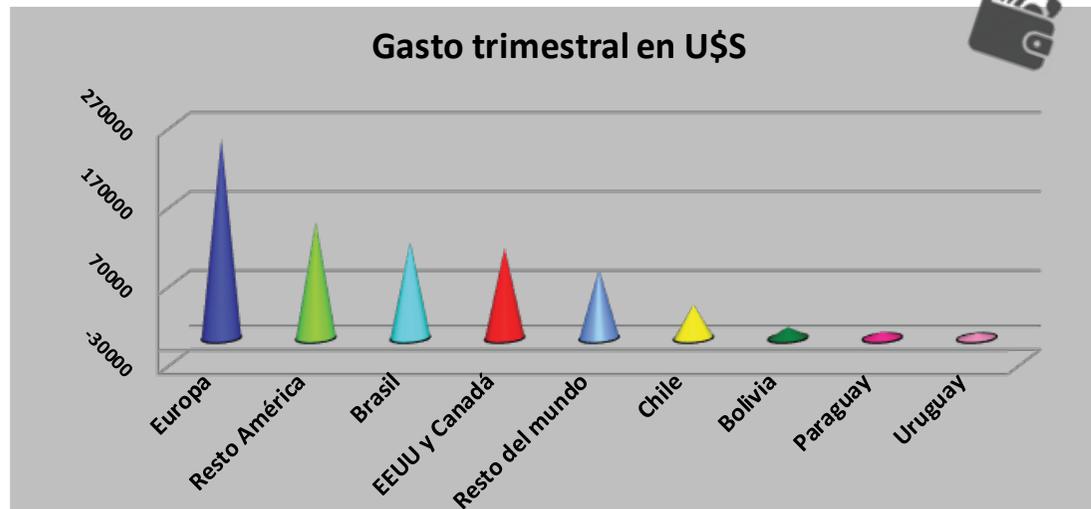


CUÁNTO GASTARON SEGÚN DE DÓNDE VINIERON (EZEIZA Y AEROPARQUE) - 4º TRIMESTRE DE 2019. EN QUÉ GASTARON LO QUE TRAJERON (TOTAL PASOS) - 2018 - 2019 VARIACIÓN INTERANUAL

AEROPUERO EZEIZA Y AEROPARQUE JORGE NEWBERY			
País de origen	tur.(miles)	%	Gasto miles U\$S
Europa	158,80	22,18	252351,00
Resto América	122,50	17,11	146765,00
Brasil	183,10	25,58	121009,00
EEUU y Canadá	88,10	12,31	113969,00
Resto del mundo	49,80	6,96	86770,00
Chile	63,70	8,90	42012,00
Bolivia	17,70	2,47	14043,00
Paraguay	17,40	2,43	8092,00
Uruguay	14,80	2,07	6630,00
TOTAL	715,80	100,01	791641,00

GASTO TOTAL POR RUBROS - 2018 - 2019 Y VARIACION INTERANUAL AeroPuertos*, Paso Cristo Redentor y Puerto Buenos Aires.			
RUBROS	MILLONES DE	DÓLARES	V.I.
	AÑO 2019	AÑO 2018	
Alojamiento	993,80	1062,00	-6,42
Gastronomía	809,10	921,90	-12,24
Transporte	251,40	282,30	-10,95
Compras	417,90	403,10	3,67
Otros	178,50	190,50	-6,30
Excursiones	83,30	68,40	21,78
Cabotaje	130,80	126,30	3,56
Paquetes	312,00	284,20	9,78
TOTAL	3176,90	3338,70	-4,85

* Ezeiza y Aeroparque, Córdoba y Mendoza





OCUPACION HOTELERA

INDICADORES NOVIEMBRE 2019

NOVIEMBRE DE 2019

Para noviembre de 2019 se estimaron 4,1 millones de pernoctaciones en establecimientos hoteleros y parahoteleros. Esto implica un incremento de 2,8% respecto de noviembre del 2018. Las pernoctaciones de viajeros residentes subieron 3,4% y las de no residentes aumentaron 0,9%.

El total de viajeros hospedados fue 1,9 millones, 4,2% más que el mismo mes del año anterior. La cantidad de residentes aumentó 4,0%. La de no residentes creció 4,7%.

El 73,8% del total de los hospedados fueron viajeros residentes.

En términos desestacionalizados, las pernoctaciones totales aumentaron 0,7% en noviembre con respecto al mes anterior; y la tendencia-ciclo presentó una baja de 0,1%.

NOVIEMBRE 2019.

TOH, V. interanual en % y Pernocte Promedio x REGION.

NOA: 36,4%; 5,6%;1,7; **Centro:** 38,4%; -3,2; 2,3; **Cuyo** 44,8%; 16,7%; 2,2; **NEA** 43,9%; -7,2%; 1,9; **CABA** 66,4%; -1,6%; 2,2; Pcia. Buenos Aires 34,7%; 16,3; 2,7; **Patagonia** 56,2%; 4,1%; 2,2.

NOVIEMBRE 2019: TOTAL PAÍS

TTOH 47,7% , v. interanual -0,3%. Hab. disponibles: 4,2 millones; (0,3% menos que un año atrás). Hab. ocupadas 2 millones (1,8% más que noviembre anterior). Fines de semana (TOHFS) 50,1%

TOP 36,0% , v. interanual 0,0%. Plazas disponibles 11,3 millones (+ 0,4% interanual); Plazas ocupadas 4,1 millones (+ 2,8% interanual). Fines de semana (TOPFS) 39,1%



Total de Pernoctaciones: 4,1 millones (2,8% más que noviembre de 2018). De argentinos: subieron 3,4%. De extranjeros: subieron 0,9%



Se hospedaron 1.861 miles de viajeros.
(4,2% más que noviembre de 2018)



Argentinos: 1.374 miles (73,8% del total). Aumento interanual 4,2%

Extranjeros: 487,7 miles (26,2% del total). Aumento interanual 4,7 %

Tasa de Ocupacion de Noviembre - total país

Tasa de Ocupación Noviembre por Habitación (TOH) = 47,7 %



Tasa de Ocupación Noviembre por Plaza (TOP) = 36,0%

Acumulado Enero -Noviembre 45.215 mil noches - var int. 1,1%



Acumulado Enero - Noviembre 19.343 mil viajeros - var int. 2,0%

¿QUÉ TIPO DE ESTABLECIMIENTO ELIGIERON?



PERNOCTES NOVIEMBRE 2019 S/ CATEGORÍA DE LAS 4.100 MILES DE PERNOCTACIONES:

CATEGORIA	LUGAR DE RESIDENCIA	
	argentinos miles	extranjeros miles
3 est apart bout	993,5	315,6
4 y 5 estr	725,0	570,5
parahot	717,4	129,0
1 y 2 estr	557,4	63,7

PERNOCTES POR CATEGORIA - NOVIEMBRE 2019 (MILES)

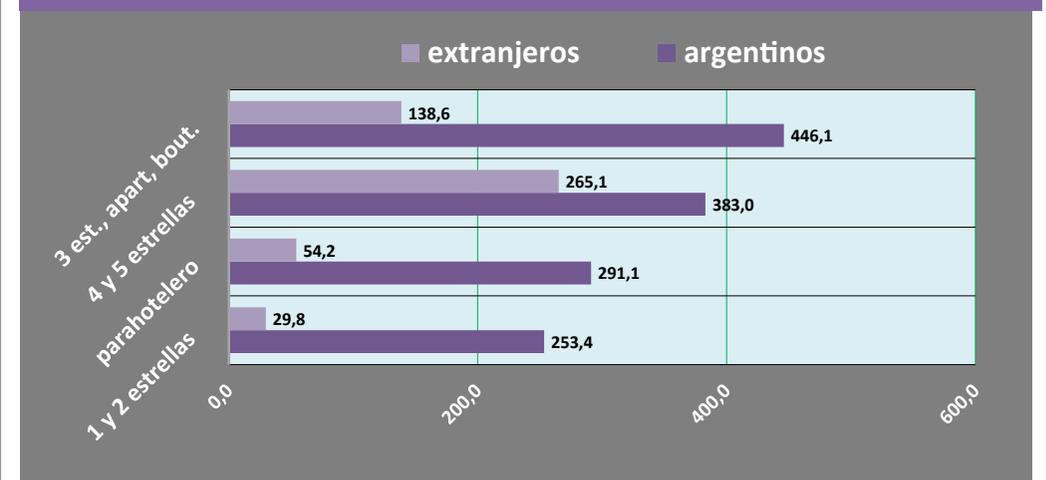


VIAJEROS HOSPEDADOS S/CATEGORÍA

De los 1.861,3 miles de viajeros en noviembre:

CATEGORIA	LUGAR DE RESIDENCIA	
	argentinos en miles	extranjeros en miles
1 y 2 estrellas	253,4	29,8
parahotelero	291,1	54,2
4 y 5 estrellas	383,0	265,1
3 est., apart, bout.	446,1	138,6

VIAJEROS POR CATEGORIA HOSPEDAJE - (MILES) NOVIEMBRE 2019



CANTIDAD DE PERNOCTES POR REGIÓN. NOVIEMBRE DE 2019, COMPARADO CON NOVIEMBRE DE 2018

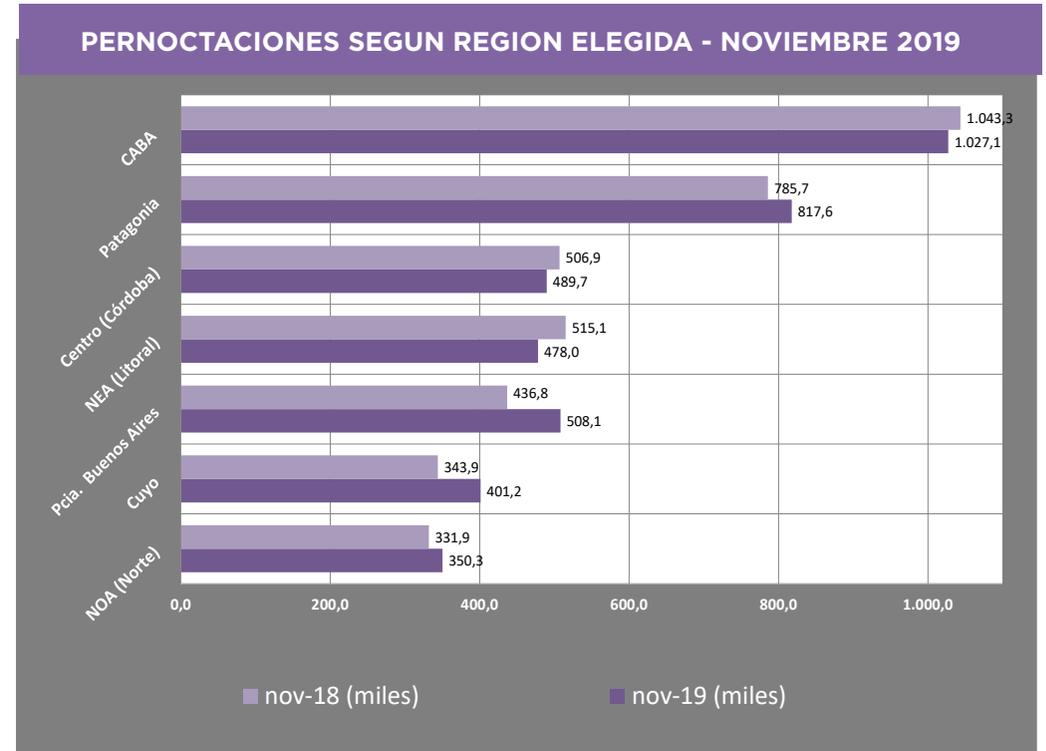
REGION	nov-19	nov-18	var. Interan.
	(miles)	(miles)	%
NOA (Norte)	350,3	331,9	5,5
Cuyo	401,2	343,9	16,7
Pcia. Buenos Aires	508,1	436,8	16,3
NEA (Litoral)	478,0	515,1	-7,2
Centro (Córdoba)	489,7	506,9	-3,4
Patagonia	817,6	785,7	4,1
CABA	1.027,1	1.043,3	-1,6

Las regiones CABA y Patagonia concentraron el mayor porcentaje de las pernoctaciones que realizaron los turistas en el mes, 25,2% y 20,1%, respectivamente.

Las regiones que presentaron mayor crecimiento interanual en las pernoctaciones fueron: Cuyo, 16,7%; y Buenos Aires, 16,3%. Las regiones que hospedaron el mayor número de viajeros fueron CABA, 456.753; Patagonia, 369.655; y Litoral, 249.145.

La estadía promedio de los viajeros fue 2,2 noches, 1,4% menor que el mismo mes del año anterior.

La región que presentó la mayor estadía promedio fue Buenos Aires, con 2,7 noches; seguida por la región Córdoba, con 2,3 noches



PERNOCTE PROMEDIO EN NOVIEMBRE 2019 SEGÚN DESTINO ELEGIDO

ESTADÍA PROMEDIO S/DÓNDE SE HOSPEDARON

REGION	duración estadía promedio	
	AGENTINOS	EXTRANJEROS
BUENOS AIRES	2,7	2,7
CORDOBA	2,3	2,3
PATAGONIA	2,2	2,2
CUYO	2,2	2,1
CABA	2,2	2,3
NEA (Litoral)	1,9	2,0
NOA (Norte)	1,7	1,7
GENERAL	2,20	2,20

ESTADÍA PROMEDIO EN NOVIEMBRE DE 2019

En noviembre la estadía promedio de los viajeros fue 2,2 noches, 1,4% menor que el mismo mes del año anterior. La región que presentó la mayor estadía promedio fue Buenos Aires con 2,7 noches; seguida por las regiones Córdoba, 2,3 noches; y Patagonia, 2,2 noches promedio.

PERNOCTACIONES: DONDE VAN SEGÚN DONDE RESIDEN NOVIEMBRE 2019

		¿DE DÓNDE VIENEN?	¿A DÓNDE FUERON? - NOVIEMBRE 2019 - EN MILES							
		REGIÓN	TOTAL	BS. AIRES	CABA	CENTRO	CUYO	NEA (Litoral)	NOA (Norte)	PATAGONIA
TOTAL ARGENTINOS	2993,2(miles)	BUENOS AIRES (sin GBA)	315,4	102,4	70,6	24,4	27,1	28,3	20,4	42,2
		CABA Y GBA	869,9	229,2	56,5	98,9	111,0	124,2	80,6	169,5
		CENTRO (CORDOBA)	228,6	7,3	34,7	104,6	25,1	19,3	23,5	14,0
		CUYO	144,0	7,5	35,2	17,3	52,7	7,7	10,6	12,9
		NEA (LITORAL)	336,9	12,9	75,0	78,4	25,0	105,2	21,0	19,5
		NOA (NORTE)	162,4	2,9	38,8	20,5	12,7	9,1	72,7	5,7
		PATAGONIA	235,7	8,4	65,3	9,2	9,7	7,4	5,7	130,0
NO DECLARA	700,2	126,2	108,0	117,0	58,0	92,8	65,8	132,2		
TOTAL EXTRANJEROS	1078,8(miles)	MERCOSUR	259,0	2,9	177,0	7,5	12,1	19,9	6,6	32,9
		RESTO DE AMERICA	288,4	2,9	171,3	3,9	36,1	8,6	9,1	56,4
		EUROPA	294,7	3,0	128,5	2,7	9,9	18,6	21,6	115,3
		RESTO DEL MUNDO	90,9	1,0	47,1	0,4	2,1	6,6	3,4	30,2
		NO DECLARA	145,9	1,5	19,2	4,7	19,4	35,2	9,2	56,6

CANTIDAD DE NOCHES PROMEDIO SEGUN DESTINO NOVIEMBRE 2019

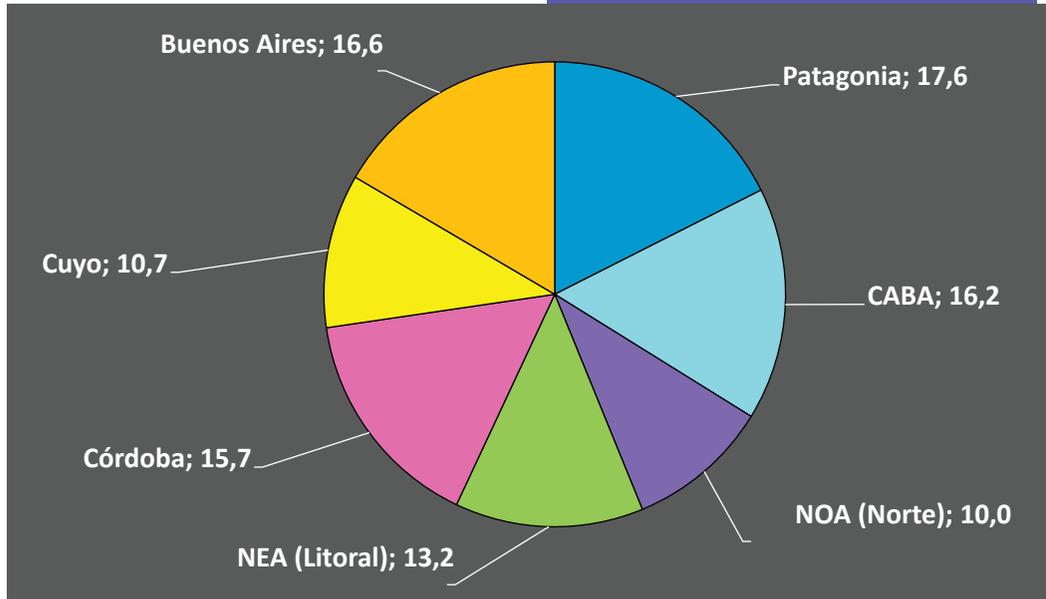


Fuente: INDEC. Dirección de Estadísticas básicas de la Balanza de Pagos. Informe mensual Encuesta de Ocupación Hotelera, Enero de 2020

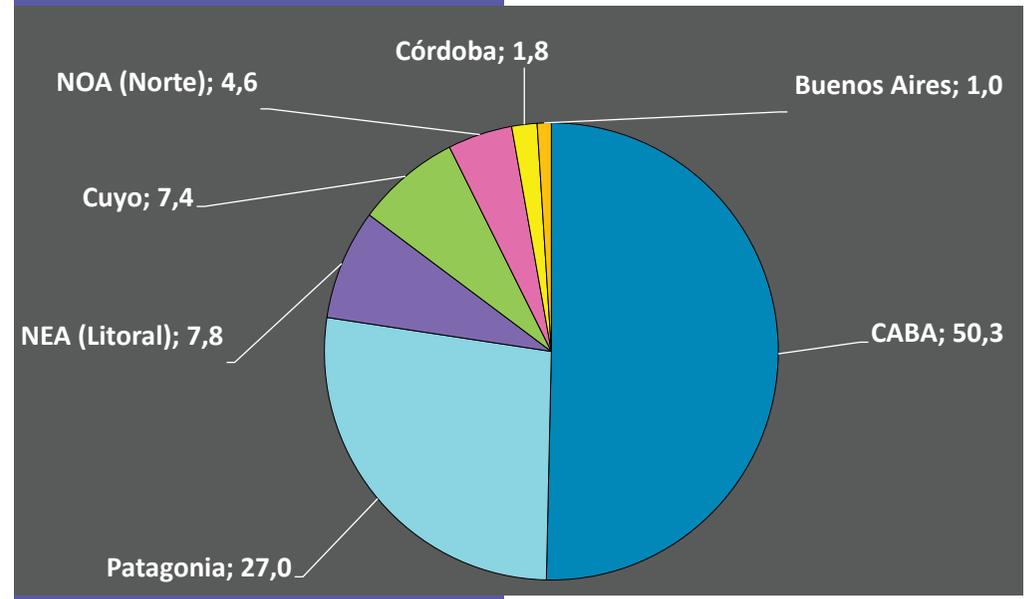


DISTRIBUCION EN % DE PERNOCTACIONES POR REGION DE DESTINO NOVIEMBRE DE 2019

¿QUÉ DESTINOS ELIGIERON LOS ARGENTINOS?	
REGION	%
Patagonia	17,6
CABA	16,2
NOA (Norte)	10,0
NEA (Litoral)	13,2
Córdoba	15,7
Cuyo	10,7
Buenos Aires	16,6



¿QUÉ DESTINOS ELIGIERON LOS EXTRANJEROS?	
REGION	%
CABA	50,3
Patagonia	27,0
NEA (Litoral)	7,8
Cuyo	7,4
NOA (Norte)	4,6
Córdoba	1,8
Buenos Aires	1,0



NOVIEMBRE 2019:

Los destinos preferidos para pernoctar por los viajeros residentes en Argentina fueron Patagonia, 17,6%; Buenos Aires, 16,6%; y CABA, 16,2%. El mayor número de estos viajeros son residentes en la región CABA y partidos del Gran Buenos Aires: 29,1% del total.

A su vez la región CABA centralizó las preferencias de los extranjeros, concentrando el 50,3% del total de pernoctaciones; luego Patagonia, el 27,0% . La mayoría de viajeros extranjeros en noviembre provino de Europa: 27,3% del total, y del grupo de países "Resto de América": 26,7% del total.



INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR ENERO 2020

IIINFLACION ENERO 2020 -

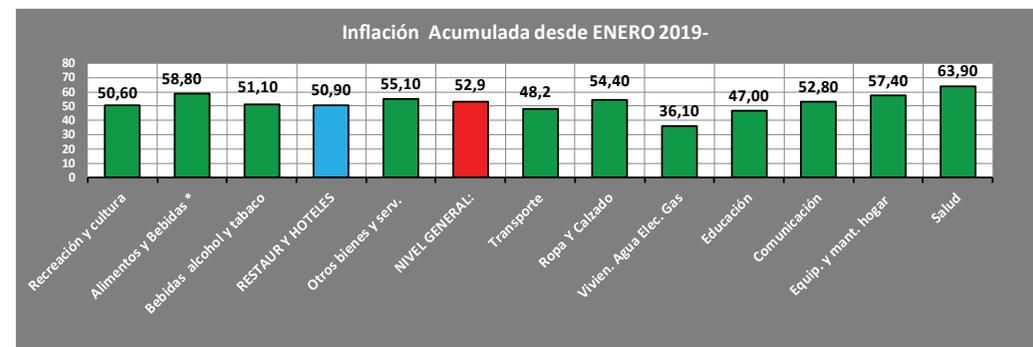
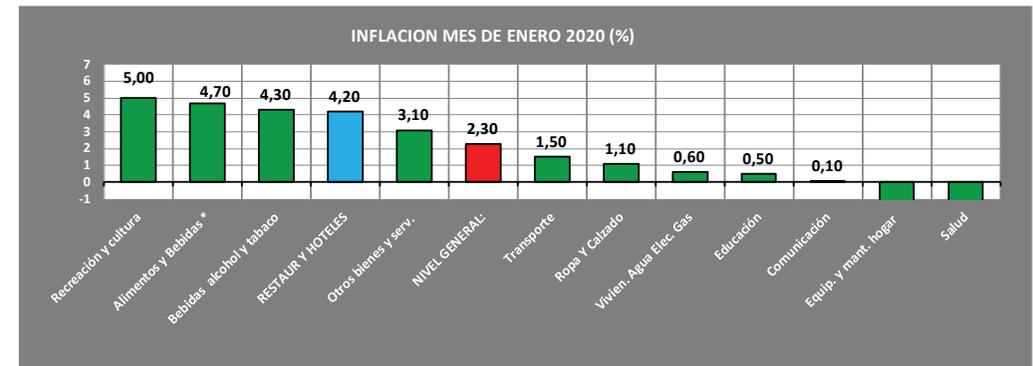
Nivel General: 2,3% - Restaurantes y Hoteles: 3,3%.

IPC INDEC ENERO 2020: NIVEL NACIONAL - LOS QUE + Y - SUBIERON -
INFLACIÓN ACUMULADA: ENERO 2019 - ENERO 2020

INFLACION TOTAL PAIS	ENERO 2020 %	ACUMULADO EN 12 MESES %
Recreación y cultura	5,00	50,60
Alimentos y Bebidas *	4,70	58,80
Bebidas alcohol y tabaco	4,30	51,10
RESTAUR Y HOTELES	4,20	50,90
Otros bienes y serv.	3,10	55,10
NIVEL GENERAL:	2,30	52,9
Transporte	1,50	48,2
Ropa Y Calzado	1,10	54,40
Vivien. Agua Elec. Gas	0,60	36,10
Educación	0,50	47,00
Comunicación	0,10	52,80
Equip. y mant. hogar	-1,30	57,40
Salud	-2,00	63,90

* no alcohólicas

Fuente: Elaboración propia sobre informe técnico IPC INDEC Dirección de Indices de Precios de Consumo



El nivel general del Índice de precios al consumidor (IPC) representativo del total de hogares del país registró en enero una variación de 2,3% con relación al mes anterior. Una síntesis de las variaciones de precios correspondientes a cada división de la canasta del IPC se observan en los gráficos adjuntos.

Para analizar el IPC se clasifican los bienes y servicios en tres categorías:

- **Bienes y servicios con precios sujetos a regulación o de alto componente impositivo:** (enero 1,1%) combustibles para la vivienda, electricidad, agua y servicios sanitarios, sistemas de salud y ss.auxiliares, transporte público, funcionamiento y mantenimiento de vehículos ,correo , teléfonos educación formal y cigarrillos y accesorios.
- **Bienes y servicios con comportamiento estacional:** (enero 3,6%) frutas, verduras, ropa exterior, transporte por turismo, alojamiento y excursiones.
- **IPC núcleo:** (enero 2,4%) resto de los grupos del IPC.

Dividiéndolos en Bienes y Servicios, el incremento de enero fue: Bienes: 2,6% y Servicios: 1,6%. En el año, Bienes 58,4% y Servicios 45,7%



ILUMINACIÓN DE RESTAURANTES MODERNOS. SEIS IDEAS PARA ATRAER CLIENTES CREANDO AMBIENTES

CONSEJOS PARA ILUMINAR RESTAURANTES MODERNOS.

Algo indispensable para el éxito de restaurantes y bares es el diseño de la iluminación. Muchos chefs y emprendedores gastronómicos lo saben, por lo que ponen empeño en este apartado clave para la imagen que transmitirá su negocio.

Elegimos el restaurante por su buena comida, pero que vaya acompañada de un hábitat especial, iluminación interior y exterior eficaz y bien diseñada, confort, intimidad, modernidad o desenfado según cada estilo. Más allá de comida, servicio y personal de calidad, un ambiente atractivo para el público objetivo potenciará su singularidad.

Cada detalle debe cuidarse, y el correcto diseño de la iluminación ayudará a mejorar sin lugar a duda la experiencia de tus comensales. Aquí van seis consejos indispensables de iluminación interior y exterior de restaurantes. Ordenados según zonas, aportan pautas que te permitan crear diferentes atmosferas en función del uso o atracción que quieras provocar en cada una:

1. Iluminación de la fachada y entrada del restaurante

El aspecto exterior del restaurante es la primera impresión. Muchas revistas, guías, publicaciones y blogs de restauración encuentran en la foto de a entrada del restaurante la mejor presentación. Esto obviamente marca la importancia de iluminar esta zona de entrada.

La fachada, el cartel y la puerta de forma coherente con el carácter y estilo del local, algo que no es nada fácil de

conseguir. Te recomendamos una iluminación no excesiva, que aporte un baño de luz uniforme, transmita sensación de confort, y obviamente que invite a entrar.

2. Iluminación de la barra / buffet

La barra del restaurante debe tener una iluminación propia, ya que es un punto de atracción especial donde los comensales se ubicarán puntualmente.

Interesa poner iluminación puntual, mediante focos o lámparas suspendidas, o bien iluminación lineal para enmarcar el espacio. Adicionalmente, instalar iluminación lineal led o fluorescente iluminando las vitrinas, estantes o mostradores de bebidas o alimentos.

3. Iluminación de ambiente en un restaurante

Una buena iluminación general del restaurante, crea una atmosfera confortable y relajante que aporta calidez al espacio y buenas sensaciones en los comensales.

Sumando luz indirecta con sistemas lineales led o con lámparas decorativas, modernas o clásicas reinterpretadas, que decoren y realcen el carácter propio del establecimiento.

4. Iluminación de las mesas del restaurante

La correcta iluminación del comedor y sus mesas es vital para el éxito del proyecto de iluminación del restaurante.

Para iluminar las mesas instala focos puntuales con lámparas y/o filtros antideslumbrantes, o bien lámparas suspendidas que

creen un ambiente íntimo y recogido. Las lámparas colgantes estarán a 75 cm aproximadamente de la mesa evitando deslumbrar a los comensales, y dándoles buena visibilidad.

5. Iluminación de terrazas de restaurantes

El exterior o la terraza es, sin ninguna duda, una continuidad del interior del restaurante, por lo que la coherencia estética y lumínica es también importante.

Manteniendo el mismo criterio en diseño y estilo del interior cuando iluminamos el exterior, cuidando cada detalle, se logra un ámbito cómodo y agradable, que invita a disfrutar del espacio al aire libre.

Para iluminar las sombrillas van sistemas lineales de led de luz cálida con difusores para matizar la luz. Para terrazas con pérgolas, van bien lámparas de suspensión de exterior o bien lámparas decorativas para crear un entorno más sugestivo.

6- Consumos y gastos de iluminación en un restaurante

Para acabar este artículo, quiero recomendarte que para mantener consumos de iluminación ajustados y sostenibles con tu actividad de restauración, utilices luminarias que admitan lámparas de última tecnología led, halógenas o fluorescentes.

Así mismo, esencial es gestionar el uso de los distintos sistemas de iluminación mediante programas de control de la luz, tanto en intensidad como en encendido apagado.

Nota completa en:

<https://www.avanluce.com/iluminacion-de-restaurantes-atrae-clientes-creando-ambientes/>





CLAVES PARA LOGRAR UN BUFFET DE HOTEL MÁS SOSTENIBLE

9 FEBRERO 2020 JOSEP MORÉ *

Se terminó la época en que el hotel tradicional ofrecía buffet que eran majestuosos bacanales, dando lugar a un buffet **actual, sostenible, comprometido y activista**, al decir de Josep Moré.

Aquella modalidad generaba una *gran cantidad de desperdicio alimentario*. Tanto en la cocina como en el cliente prevalece el impulso de llenar platos de modo desmedido a veces sin sentido y desperdiciando abundante comida.

PRODUCTOS DE CERCANÍA; EL VALOR DE LA ZONA

La sostenibilidad empieza, siempre que sea posible, por trabajar con proveedores cercanos y productos de temporada.

Si el objetivo final es **la sostenibilidad**, hay que buscar productos que no deban ser traídos de lugares lejanos, dejando huellas de deterioro en el medio ambiente.

Los productos locales, y más aún de temporada, son frescos y están a buen precio.

Trabajar con productos de cercanía y de temporada nos define los platos de la zona. Recetarios culturales que permiten degustar platos hechos con productos locales, y el valor agregado de enseñar al huésped la auténtica historia gastronómica del lugar.

EDUCAR AL CLIENTE; IMPULSAR UNA ALIMENTACIÓN RESPONSABLE

La nueva generación de viajeros es la protagonista. Tiene “conciencia sostenible”. El viajero de otras generaciones tal vez no es tan “verde”, pero lo preocupan las malas prácticas medioambientales y sus efectos sobre los destinos elegidos, sus hoteles, restaurantes, alimentos, agua.

Es muy útil explicar desde el establecimiento, con un **marketing responsable, atractivo y de calidad**, qué medidas toma el hotel y cómo involucrarse.

FORMACIÓN E INFORMACIÓN A EQUIPOS DE COCINA Y SALA

Mientras se educa y concientiza al cliente es primordial formar a los equipos de cocina y sala para que comprendan la necesidad de estas nuevas prácticas gastronómicas y así puedan ayudar al cliente.

REUTILIZAR: LA SEGUNDA OPORTUNIDAD AL EXCEDENTE DE PRODUCCIÓN

La reutilización de elaboraciones y productos no es nueva en los buffets. Saber reutilizar se convierte en arte cuando buscamos:

1. Satisfacer a un cliente que busca cada día propuestas nuevas en el buffet.
2. Aprovechar un producto/elaboración cocinándola diferente para que quede sabroso y apetitoso a la vista.

La reutilización es una práctica que viene de nuestros ancestros. Fue resultado de necesidades de supervivencia, en momentos de poco o ningún acceso a los productos. Las normas sanitarias prohíben que el alimento que fue expuesto en el buffet sea utilizado de nuevo, lógico por otra parte. Por ello, la reutilización se basa en lo que no ha salido al buffet, que nadie tocó ni contaminó.

PRESENTACIÓN PERSONALIZADA DE LA OFERTA GASTRONÓMICA

La presentación del buffet históricamente alude al exceso, ya que ese esquema verdaderamente satisfacía la necesidad del cliente. Oferta de grandes cantidades y variedades de comida.

El cliente actual, **come diferente y piensa diferente**, no se siente atraído hacia ese buffet más acorde con otras generaciones.

Personalizar la oferta, trabajar raciones más pequeñas, más adecuadas a la necesidad real evitará platos rebosantes de comida, de la cual, buena parte irá a parar a la basura.

Las bandejas serán de menor tamaño evitando un gran sobrante al cerrar el servicio.

La cocina en vivo toma el protagonismo: el espectáculo gastronómico, es la cocina elaborada al momento según el gusto del cliente. Cocina de la ración y la personalización, sin excesos, sin desperdicios. Inclusive dejando de lado los pequeños envases individuales (manteca, mayonesa, etc.), que tanto daño hacen al planeta.

El circuito comienza en la compra, el almacenamiento, la producción, y termina en el cliente frente al buffet. Pasos que dan la oportunidad de una forma sostenible de negocio.



Josep Moré, chef y experto en buffets hoteleros. Titulado en Dietética y Nutrición, Máster en Cocina al Vacío, formador de Formadores, técnico en Cocina, coach experto en Creatividad Gastronómica, Gastronomía, Tendencias e Imagen en Buffets de Hotel

<https://www.josepmore.es/>

Nota completa:

https://www.tecnohotelnews.com/2020/02/buffet-sostenible-hoteles/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=thnews20200209&key_user=a9accbd6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879





GOOGLE Y LAS PÁGINAS WEBS DE LOS RESTAURANTES

POR DIEGO COQUILLAT 13 ENERO, 2020
 MARKETING, RANKING, TECNOLOGÍA

Cada vez es más complejo incrementar el tráfico en Google. Al buscar un restaurante... encontrarás en los primeros lugares Google my business, El Tenedor o Tripadvisor.

Hace no mucho los restaurantes trabajaban su “posicionamiento en Google” con una buena arquitectura, buenos contenidos y una optimización dinámica. Tener posicionamiento era estar en ese “top one” que garantizaba resultados: conversiones o sea, visitas presenciales, pedidos o reservas online.

Hoy Google, con su Google My Business o Google Maps decidió apoderarse del tráfico de los usuarios, quitando poder de posicionamiento a las web del negocio gastronómico.

Hoy, cualquier usuario que busque un restaurante tiene una chance mínima de entrar directo a éstas. Se topará con la ficha de Google My Business, Google maps o incluso redes sociales que están por encima del link al negocio.

Caso contrario, tendrá que pagar Google Ads y su marca logrará los primeros lugares. Eso si no le ganó de mano el “llame ya” de turno, consiguiendo el cliente antes su página web. Como vemos, un entorno complejo, cambiante y muy competitivo.

En la siguiente imagen se puede apreciar la diferencia cuantitativa entre los datos de búsqueda de la ficha de un restaurante en Google My Business y las visitas a la página web, son datos mensuales y he decidido obviar el nombre del cliente:



Google deja atrás el “llegue en un click” y ofrece en “Cero Clic” poniendo la información buscada antes de terminar de escribir.

Sin olvidar que esa estrategia alimenta el big data del gigante con el rastro digital que deja cada una de esas interacciones dado el volumen de negocio que se genera al multi-conectar clientes y restaurantes dentro del marketplace.

Google sabe que un ecosistema de contenidos atractivos del restaurante (datos del negocio, contacto, horarios, carta, fotos, ofertas, estadísticas...) más lo generado por el cliente: fotos y opiniones, sazonado con inteligencia artificial, vencerá a las páginas webs generando un alto valor para los dos extremos de la cadena. El cliente satisface ampliamente su necesidad de información e interacción. El restaurante accede a una plataforma sencilla, adaptable, fácil de gestionar y mantener, sin inversión, con altísima visibilidad y acceso a multitud de datos para conocer al cliente digital como jamás antes.

Finalmente estas conexiones e interacciones se monetizan con los CTA's (call to action), protagonistas en comida a domicilio, takeaway, gestión de colas, servicio de transportes, pagos, etc... y las transacciones económicas se cierran mediante acuerdos entre bancos y otros grandes jugadores.

Entonces, ¿seguir, y cómo seguir... con el sitio web del restaurante?

La realidad es que en algunos proyectos, la página web del restaurante no fue prioridad en el desarrollo de la estrategia digital. Seguramente sigue siendo importante tener un espacio digital sin limitaciones donde el restaurante se exhibe con absoluta libertad, o tenga su propia tienda digital para el e-commerce.

CONCLUSIONES:

- Lo bueno: hoy un restaurante no necesita gran inversión en el desarrollo de su web. Los portales o plataformas externas piden sólo los contenidos y se ocupan de todo lo demás, en un tris.
- Lo malo: el peligro del monopolio digital, muy pocas empresas dominan un enorme mercado siendo “los mayores restaurantes del mundo sin ser dueños de ninguno”.
- Comer se ha convertido en el gran producto digital, ningún mercado tiene un ratio de repetición de un hábito de consumo tan alto como la alimentación, si Google es capaz de conectar directamente el 20% de este mercado será la empresa de alimentación y hostelería más poderosa del planeta y eso es una oportunidad que no va a dejar escapar.

El objetivo es claro, esconder las pequeñas puertas digitales (páginas webs de los restaurantes) para abrir la gigantesca puerta digital del buscador a multitud de interacciones, servicios y productos que satisfagan y compren los clientes. Parece que las páginas webs de los restaurantes han muerto, ¡vivan las páginas webs!

https://www.diegocoquillat.com/google-mata-las-paginas-webs-de-los-restaurantes/?utm_source=Diego+Coquillat&utm_campaign=6b6c7660c3-EMAIL_CAMPAIGN_2020_01_22_11_10&utm_medium=email&utm_term=0_dbd1edf9d6-6b6c7660c3-331443681#prettyPhoto/0/



ILUMINACIÓN DE ZONAS DEL HOTEL.

QUÉ RECORDAR AL
PLANIFICAR LA ILUMINACIÓN.

Un buen proyecto o nueva instalación de luminarias, debe perjudicar lo mínimo a la explotación del conjunto hotelero. Una ejecución eficaz y discreta no interferirá con el funcionamiento del hotel, y mucho menos a los huéspedes.

La selección de las luminarias debe tener en cuenta no sólo consumos, funcionalidad y diseño, sino también su futuro mantenimiento, eligiendo marcas con servicio postventa óptimo.

Ahorro de Costos en la iluminación del hotel. Puesta en marcha y mantenimiento.

COSTOS DE ILUMINACIÓN DE HOTELES

Tanto en el caso de un hotel nuevo como una reforma, hay temas indispensables a asumir para intentar reducir costos y propiciar un entorno más sostenible.

- el constante incremento del precio de la energía
- el uso de materiales “poco sostenibles”
- los costos derivados del mantenimiento.

El consumo de energía eléctrica derivado de la iluminación supone el 20% del consumo total.

Si el gasto energético es un 5% del costo de explotación de un hotel, el ahorro puede ser una cuantiosa suma de dinero.

PLANIFICA EL DISEÑO DE LA ILUMINACIÓN PARA CADA ESPACIO DEL HOTEL.

- Calcula el tiempo estimado de uso, y la actividad principal que se desarrollará en él. Recepción, pasillos, comedores, salas de reunión, habitaciones, zonas de servicio...

- Dimensiona la cantidad y tipo de iluminación adecuada (halógeno, LED, fluorescente) ...
- Instala reguladores de intensidad en los sistemas de iluminación y lámparas, para obtener un rendimiento lumínico adecuado a cada momento.
- Incorpora lámparas de lectura o lámparas de mesa, pues proporcionan una iluminación más focalizada y confortable sin necesidad de niveles elevados de iluminación general.

SIEMPRE QUE PUEDAS, APROVECHA AL MÁXIMO LA LUZ NATURAL.

- Células fotosensibles para espacios donde de día hay muchas horas de luz solar. Estas células controlan la intensidad de los sistemas de iluminación según la luz natural que tenemos a cada momento. Haciéndolo reducirás radicalmente el consumo energético. Ilumina cuando realmente se utilice el espacio.
- En pasillos, escaleras, servicios, garajes... instala sensores de movimiento temporizados que enciendan la luz principal cuando se use ese espacio.
- En zonas de paso (escaleras, pasillos, terrazas) incorpora iluminación permanente de señalización que facilite la orientación visual y de emergencia.
- Esencial realizar el correcto mantenimiento de equipos, lámparas, pantallas o difusores.
- Limpiando regularmente el polvo o suciedad de lámparas y pantallas, lograrás la correcta difusión de la luz. Las lámparas sucias o en su último ciclo de vida pierden hasta 30% de luminosidad con el correspondiente desperdicio energético que o implica.

No olvides que las nuevas tecnologías (equipos electrónicos, lámparas más eficientes, la domótica y equipos de control economizan energía. Instalemos una cultura de sostenibilidad con el medio ambiente inculcando en todo el hotel buenos hábitos de uso y mantenimiento de los sistemas de iluminación.

PASILLOS DE HOTELES 3 EJEMPLOS .

1. Iluminación lineal con led

El sistema de iluminación lineal con LED ofrece una iluminación uniforme a lo largo del recorrido, marcando una delgada y elegante línea de luz por las zonas donde el cliente debe pasar. Es una luz difusa suave y confortable. Este sistema garantiza un consumo bajo, mínimo mantenimiento, larga duración, y la posibilidad de regular la intensidad según las zonas o horarios de uso.

2. Iluminación tenue para pasillos de hoteles

Si buscás una iluminación sutil y tenue para iluminar zonas de paso y escaleras del hotel, los bañadores de suelo son los adecuados.

Señaliza con luz pasillos que ya tienen otra iluminación más decorativa o puntual.

3. Sistemas de iluminación integrada para pasillos de hoteles

Una tercera opción para pasillo es un sistema de iluminación integrado, empotrado o de superficie a lo largo del pasillo. Integra focos halógenos o LED para iluminación puntual (ascensores, puertas, señalética) fluorescencia para iluminación de ambiente, luminarias de emergencia, detectores de movimiento y de incendios...

Se alojan en un perfil de aluminio multifuncional que se planifica e integra a la arquitectura.

ILUMINACIÓN DEL BAÑO DE LOS HOTELES

La iluminación del baño forma parte sin ninguna duda del bienestar del huésped. Pero es muy frecuente no darle un lugar especial, dejando baches desde el punto de vista estético (espacios reducidos, espejos sobredimensionados...), y desde el punto de vista económico.

Una correcta iluminación contempla varios niveles de luz: el ambiental, el del espejo, el de la ducha y el de las zonas húmedas.

Iluminación ambiental



Se resuelve con focos halógenos o LED empotrados en el techo, distribuidos en el espacio para conseguir una iluminación general más uniforme.

Iluminación del espejo del baño del hotel



Importantísima. Precisa luz más uniforme y de intensidad adecuada, una luminaria apropiada, en relación de tamaño y estilo al espejo.

Un error muy común es iluminar el espejo desde el techo provocando sombras en el rostro de quien se mire.

Son útiles apliques en los laterales del espejo o difusores, o bien apliques encima del espejo que lo bañan en forma homogénea. El rebote del espejo ilumina el rostro sin sombras y crea una iluminación adecuada para el afeitado y el maquillaje.





Los apliques que enfocan hacia general en todo el baño, y según su tamaño permiten prescindir de focos empotrados en el techo. Otro sistema efectivo es iluminación general más iluminación lineal. Desde atrás o insertada en el espejo, ilumina el rostro perfectamente. Los espejos iluminados son buenas alternativas para hoteles. Simples de instalar, económicos, evitan elementos adicionales agregados.

Iluminación de zonas húmedas baños hoteles: la ducha, bañera, baño de vapor.

Debe ser tenue y de bajo voltaje. En el techo: focos empotrados estancos o iluminación lineal LED; en la pared: bañadores de suelos. Los “índices IP de estanqueidad” deben cumplir con la normativa de seguridad.

Interesante es una señalización lumínica para la noche, sea bañadores o focos LED, y espejos de aumento iluminados.

Al diseñar la iluminación de tu baño, ten en cuenta el confort y la funcionalidad, los requisitos técnicos y los presupuestarios.

Ver más en:

<https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/925021/cual-es-la-mejor-iluminacion-para-los-banos>





EL PESO DE LOS IMPUESTOS EN ARGENTINA

El caso de Restaurantes y Hoteles



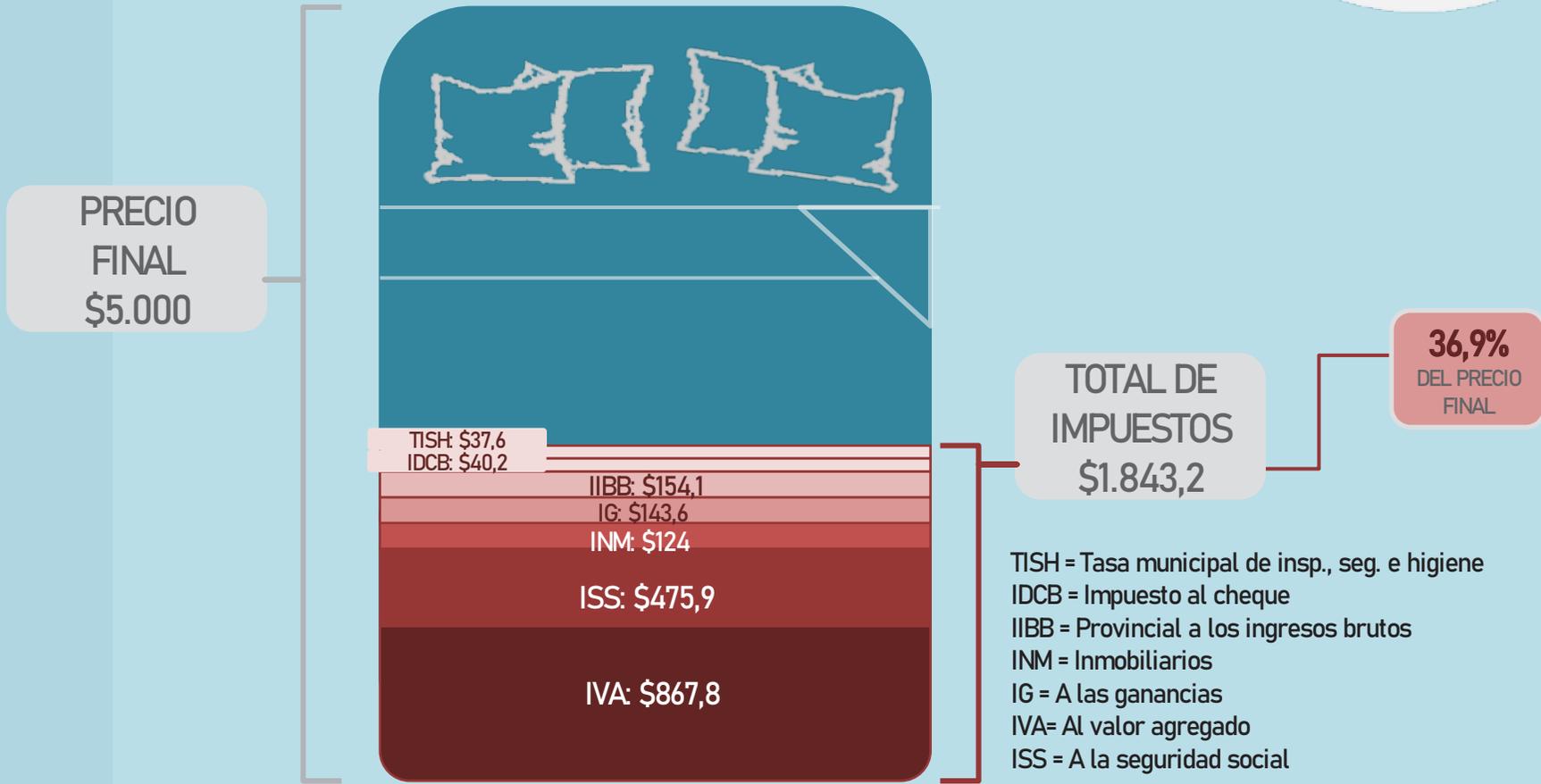
Se presenta un análisis de la **carga tributaria** global argentina que recae sobre la actividad de restaurantes y hotelería, a partir de un análisis de la **legislación vigente durante 2019 en los tres niveles de gobierno**.

Para el análisis global de la carga tributaria, se consideran los siguientes *impuestos sub-nacionales*: Impuesto a los Ingresos Brutos provincial, Tasa de Seguridad e Higiene municipal, Impuesto Inmobiliario y Tasa de alumbrado, barrido y limpieza, y los siguientes del *orden nacional*: Impuesto al Valor Agregado- IVA-; Impuesto a las Ganancias (incluyendo la sobretasa a la distribución de utilidades); Aportes y Contribuciones a la Seguridad Social; e Impuesto a los Débitos y Créditos Bancarios.

El costo impositivo legal que afronta el sector se expone desde el siguiente punto de vista: se trata de una estimación de **qué porcentaje del precio que paga un consumidor por las prestaciones en el sector es consecuencia de los impuestos vigentes**.

HABITACIÓN X 1 NOCHE DE HOTEL

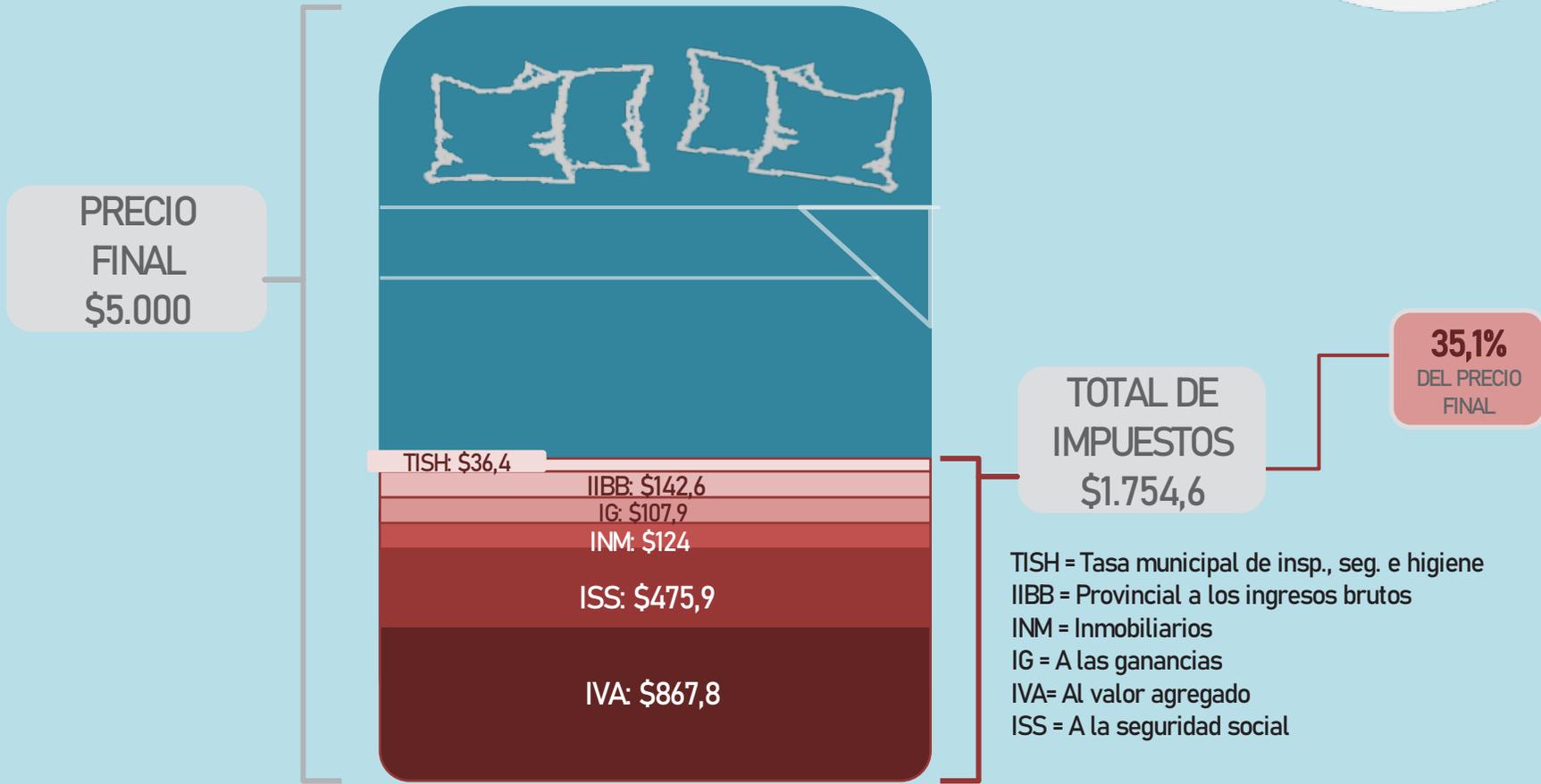
Tamaño de establecimiento grande



TISH = Tasa municipal de insp., seg. e higiene
 IDCB = Impuesto al cheque
 IIBB = Provincial a los ingresos brutos
 INM = Inmobiliarios
 IG = A las ganancias
 IVA= Al valor agregado
 ISS = A la seguridad social

HABITACIÓN X 1 NOCHE DE HOTEL

Tamaño de establecimiento pequeño



ALMUERZO 4 PERSONAS EN RESTAURANTE

Tamaño de establecimiento grande



PRECIO FINAL
\$1.600



TOTAL DE IMPUESTOS
\$596,5

37,3%
DEL PRECIO FINAL

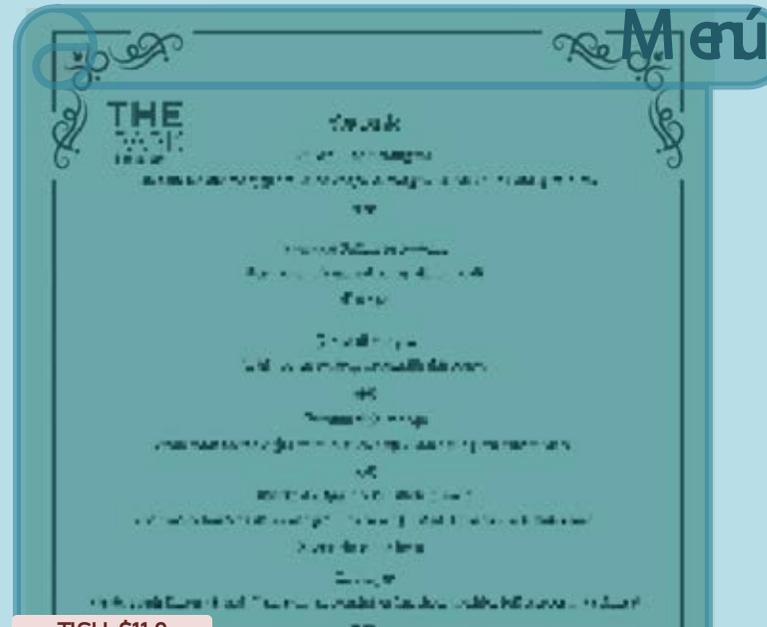
- TISH = Tasa municipal de insp., seg. e higiene
- IDCB = Impuesto al cheque
- IIBB = Provincial a los ingresos brutos
- INM = Inmobiliarios
- IG = A las ganancias
- IVA= Al valor agregado
- ISS = A la seguridad social

ALMUERZO 4 PERSONAS EN RESTAURANTE

Tamaño de establecimiento pequeño



PRECIO FINAL
\$1.600



TOTAL DE IMPUESTOS
\$575,4

36%
DEL PRECIO FINAL

TISH = Tasa municipal de insp., seg. e higiene
 IIBB = Provincial a los ingresos brutos
 INM = Inmobiliarios
 IG = A las ganancias
 IVA= Al valor agregado
 ISS = A la seguridad social