



INFORME DEL SECTOR TURÍSTICO RESUMEN EJECUTIVO

FEDERACIÓN EMPRESARIA HOTELERA GASTRONÓMICA DE LA REPÚBLICA ARGENTINA

MAYO 2021

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

19 DE MAYO
de 2021 17.00 hs.

DOLAR BLUE DESDE 10 DE ABRIL DEL 2020 - AL 18 DE MAYO DE 2021, 17.00HS

DOLAR BLUE DESDE 10 Abril del 2020 - 18 de Mayo 2021- 17.00 HS.



18 de Mayo: El oficial se acerca a \$100. Mientras que el dólar Blue se mantiene estable en \$153, el tipo de cambio oficial ronda los \$99,07, creando una brecha del 54%.

Dólar divisa: usdo en el mercado internacional de divisas, está a **\$94,16**. Con respecto al último cierre, el precio baja un 0,23%.

Dólar oficial: aumenta centavos por día y se encuentra en **\$99,07** promedio.

Dólar solidario: (oficial + 30% + 35% de retención ganancias) vale **\$163,76**.

Dólar Blue: Arranca el día vendedor a \$153 y comprador a **\$150**.

Dólar MEP: ó Mercado Electrónico de Pagos se consigue por **\$154,70**, + las comisiones del agente, convirtiéndose en el dólar libre más barato del mercado.

Dólar CCL: El Contado con Liquidación que surge de comprar un activo en pesos y venderlo en dólares en el exterior está a **\$159,70** + las comisiones de las sociedades de Bolsa.

Brecha cambiaria: entre el blue y el oficial, rondaría el **54,43%**.

fuelle: Elaboración propia en base a dolarhoy/euroblue.com.ar/Clarín-Economía.

Dólar, Euro, Real			
Actualizado al 18 de mayo 2021. 17.00 hs			
	MONEDA	COMPRA	VENTA
	dólar oficial prom.	93,50	99,12
	dólar blue	153,00	156,00
	dólar bolsa	155,32	155,39
	dólar solidario	163,76	163,76
	dólar cont. Liqui	160,08	160,20
	euro	115,12	115,17
	euro blue	182,00	187,00
	real	17,95	17,95
	real blue	22,00	25,00



DÓLAR BLUE		
DIA Y MES	COMPRA	VENTA
10-abr	80,0	85,0
15-may	123,0	133,0
30-junio	119,0	129,0
3- ago	131,0	136,0
1- sept	130,0	133,0
1º - oct	141,0	147,0
22- oct	182,0	188,0
26 - oct	189,0	195,0
30-oct	163,0	169,0
3-nov	166,0	172,0
17- nov	156,0	162,0
21 - dic	144,0	150,0
31 - dic	160,0	166,0
14 - ene	153,0	159,0
27 - ene	153,0	156,0
12 - feb	146,0	149,0
22 - feb	144,0	147,0
1 - mar	142,0	147,0
11 - mar	138,0	143,0
18 - mar	141,0	144,0
25 - mar	140,0	143,0
7 - abril	134,0	139,0
12 - abril	139,0	142,0
19 - abril	140,0	143,0
3 - may	148,0	153,0
10 - may	147,0	152,0
18 - may	153,0	156,0

CÓMO VENDER DÓLARES AL MEJOR PRECIO

POR FERNANDO VILLAR

Asesor Financiero Wealth Management

En momentos donde es común que tanto empresas como individuos requieran de pesos para pagar su gasto corriente, es habitual que tengan ahorros en dólares y necesiten venderlos.

La primera opción consiste en vender a tipo de cambio oficial en el banco, lo que es totalmente inviable debido a su bajo precio. La segunda opción es vender en el mercado paralelo con los riesgos que esto conlleva y su precio poco transparente.

El mejor método legal, totalmente registrado y con excelente precio, es vender a través de la Bolsa. El inversor deberá transferir los dólares a un broker (Bull Market, Bell Investments, Balanz, Currency y otros) y luego comprar un bono en dólares para luego, inmediatamente, venderlo en pesos.

Las alternativas para vender son múltiples, ya que se puede vender dólares sin parking (sin espera) con muchos bonos. La primera opción, por liquidez, es hacerlo mediante el AL30, pero a veces sucede que a través del GD30 u otros bonos como AL35, AL38, GD35 o GD38 se obtengan mejores resultados.

Otra opción también es vender a través de ONs (Obligaciones Negociables) de buena liquidez, e incluso con cedears, donde el inversor debe calcular el precio en la marcha. Muchas veces el tipo de cambio explicitado en las páginas web es el del AL30-AL30D. Una vez realizada la operación, los pesos se pueden transferir a la caja de ahorros del cliente de manera inmediata.

Nota completa:

<https://www.dolarhoy.com/finanzas-personales/como-vender-dolares-al-mejor-precio-202151810460>



TURISMO INTERNACIONAL RECEPTIVO MARZO DE 2021 Y 1^{ER} TRIMESTRE DEL 2021

En marzo de 2021, se estimaron 13,2 mil llegadas de turistas no residentes, lo que significó una baja interanual de 88%.

En el primer trimestre, se alcanzaron 45,4 miles de llegadas de turistas no residentes y se registró una disminución de 93,2% respecto del mismo período del año anterior.

Ezeiza y Aeroparque concentraron el 99,8% de los arribos, con una baja interanual de 92,4%

El saldo de turistas internacionales resultó negativo en 39,7 mil para toda la vía aérea internacional.

Por su parte, el saldo de turistas en el período enero-marzo fue negativo en 124,5 mil

QUIENES VINIERON A LA ARGENTINA, ¿POR DÓNDE ENTRARON? (TOTAL AEROPUERTOS)

Marzo 2021 en miles y % - Variación Interanual - 1^o trimestre 2021

AEROPUERTOS	arribos marzo	V.I. mes %	1er trim. 2020	V.I. trimestre %
TOTAL	13,2	-88,0	45,4	-93,2
Ezeiza y Aerop	13,1	-86,5	45,3	-92,4
Otros	0,0	-99,6	0,1	-99,9

En marzo de 2021, se estimaron 13,2 mil llegadas de turistas no residentes a la Argentina, con una baja interanual de 88%.



Por Ezeiza y Aeroparque: entraron 13,1 mil (el 86,5% del total). Por resto de aeropuertos 0,0, con una baja interanual de 99,9%



El saldo de turistas internacionales para el mes de marzo de 2021 fue negativo en 27,5 mil llegadas para toda la vía aérea internacional.

En el primer trimestre hubo 45,4 mil llegadas de no residentes, lo que implicó un descenso interanual de 93,2%.



A través de Ezeiza y Aeroparque llegaron 45,3% de viajeros; el resto de aeropuertos recibió el 0,1% (baja i.a. de 99,9%)



El saldo de turistas en marzo 2021 fue 39,7 mil. Para el 1° trimestre, el saldo para toda la vía aérea fue negativo en 124,5 mil turistas.

LOS EXTRANJEROS/NO RESIDENTES LLEGADOS EN MARZO 2021 ¿DE DÓNDE VINIERON? - (AÉREO)

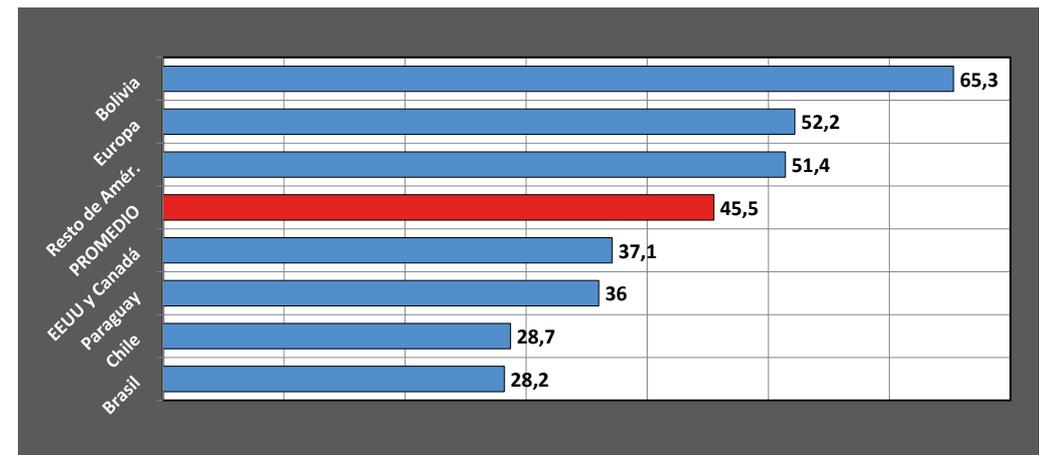
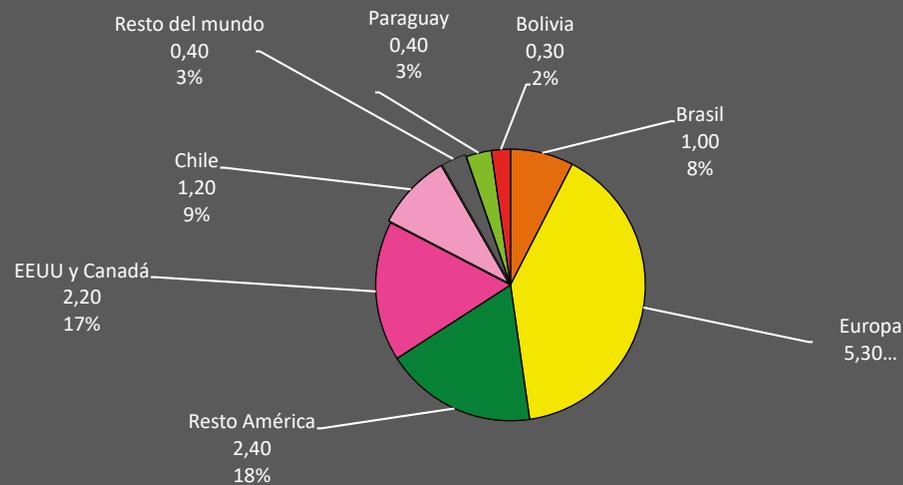
Marzo 2021 en miles, en % y V. I.

AEROPUERTOS INTERNACIONAL DE EZEIZA Y JORGE NEWBERY			
País de origen	(miles)	%	var. Int.en %
Brasil	1,00	7,58	-95,60
Europa	5,30	40,15	-78,50
Resto América	2,40	18,18	-90,60
EEUU y Canadá	2,20	16,67	-82,30
Chile	1,20	9,09	-89,10
Resto del mundo	0,40	3,03	-75,00
Paraguay	0,40	3,03	-52,00
Bolivia	0,30	2,27	-92,90
TOTAL	13,20	100,00	-88,00

CUÁNTAS NOCHES SE QUEDARON LOS NO RESIDENTES EN ARGENTINA - MARZO DE 2021
Llegados por Aeroparque y Ezeiza.

Quienes vinieron de...	Cantidad noches
Brasil	28,2
Chile	28,7
Paraguay	36
EEUU y Canadá	37,1
PROMEDIO	45,5
Resto de Amér.	51,4
Europa	52,2
Bolivia	65,3

Miles de Turistas y % s/ procedencia - Marzo 2021



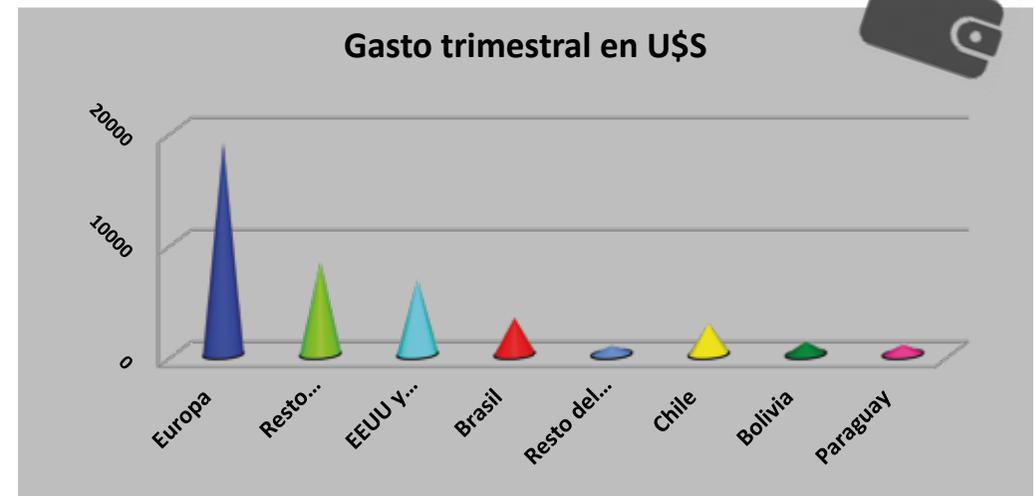
Llegaron 5,3 mil turistas procedentes de Europa, cifra que representó una disminución interanual de 78,5%. En el resto de los aeropuertos, sin tener en cuenta Ezeiza y Aeroparque, la afluencia del turismo receptivo registró una disminución de 99,6%.

La estadía promedio de los turistas no residentes fue 45,5 noches. La mayor estadía promedio se observó para los turistas residentes en Bolivia, con 65,3 noches; seguida por los residentes en Europa, con 52,2 noches; y el bloque "Resto de América", con 51,4 noches. Se registraron 597,3 miles de pernoctaciones de turistas no residentes, 60,9% menos que en marzo de 2020.

¿CUÁNTO GASTARON, SEGÚN DE DÓNDE VINIERON? (EZEIZA Y AEROPARQUE)

VARIACIÓN INTERANUAL Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL EN EL GASTO - 1ER TRIMESTRE
EN MILES DE DÓLARES

AEROPUERO EZEIZA Y AEROPARQUE JORGE NEWBERY			
País de origen	Gasto miles U\$S	V.I. %	%
Europa	18954,00	-91,80	44,50
Resto América	8258,90	-92,00	19,40
EEUU y Canadá	6659,00	-93,00	15,70
Brasil	3265,60	-96,40	7,70
Resto del mundo	753,00	-99,00	1,80
Chile	2715,40	-89,60	6,40
Bolivia	1136,10	-88,50	2,70
Paraguay	858,10	-86,80	2,00
TOTAL	42600,10	-92,14	100,20



NUEVAS RESTRICCIONES AL INGRESO DE PASAJEROS: MARZO 2021

Mediante la decisión administrativa n° 268/21 del Gabinete de Ministros, a partir del 27 de marzo se extendió la prohibición de vuelos con origen en Brasil, Chile y México, y se fijó un máximo de 2.000 plazas diarias de ingreso y egreso en vuelos de pasajeros, que fueron decreciendo en forma gradual. Con el mismo criterio el transporte marítimo y fluvial internacional de pasajeros fue bajando hasta llegar a un buque semanal.

Además se ampliaron los requisitos de ingreso al país sumando una prueba SARS-CoV-2 al arribo, y otra al séptimo día, como condición de finalización del aislamiento obligatorio, con costo a cargo del viajero. A los que dieron positivos, debieron realizar una secuencia genómica, con aislamiento obligatorio de 10 días desde la prueba realizada en el exterior, o 7 días desde la prueba realizada al momento del arribo. El control del aislamiento y seguimiento de los viajeros estuvo a cargo de cada provincia y la Ciudad de Buenos Aires, según corresponda.

Por último, a partir del 28 de marzo (disposición 763/21 de la DNM) se suspendió transitoriamente el ingreso, por pasos fronterizos terrestres, de quienes salieron del territorio nacional por pasos terrestres entre el 1° de abril y 25 de diciembre de 2020, (art. 2°, disposición de la DNM n° 40, del 8/01/ 2021), permitiendo ese movimiento migratorio a través de los Aeropuertos Internacional de Ezeiza, San Fernando, Aeroparque Jorge Newbery y/o el Puerto de Buenos Aires.

fuerce: INDEC - Dirección Nacional de Migraciones- Mayo 13 2021



OCUPACION HOTELERA

ENCUESTA DE OCUPACION HOTELERA
INDICADORES FEBRERO DEL 2021



FEBRERO 2021

Para febrero de 2021, se estimaron 2,8 millones de pernoctaciones en establecimientos hoteleros y parahoteleros, que implica una disminución de 50,2% respecto del mismo mes del año anterior. Las pernoctaciones de viajeros residentes cayeron 39,6% y las de no residentes cayeron también 97,8% .

El total de viajeros hospedados fue 987.381 (51,6% menos que febrero de 2020). La cantidad de argentinos (residentes) bajó 38,3%; la de no residentes bajó 97,6%. El 98,9% del total de los viajeros hospedados fueron viajeros residentes.

Se registraron 3,1 millones de habitaciones/idades disponibles, (31,5% menos interanual). Hubo 1,2 millones de habitaciones ocupadas (baja de 51,6% interanual). **La tasa de ocupación de habitaciones (TOH) fue 38,4%.**

Las plazas disponibles totales fueron 8,4 millones (baja de 32,1% interanual) . Las plazas ocupadas fueron 2,8 millones (bajaron 50,2%). **La tasa de ocupación de plazas (TOP) fue 33,6%.**

Como es de público conocimiento, a partir del 20 de marzo de 2020 se establecieron restricciones a la circulación de las personas en todo el país con el objetivo de reducir la exposición al contagio de la COVID-19 en el marco de la emergencia sanitaria.

Hemos ido informando a lo largo de la pandemia las novedades. Las últimas son: El 8 de enero de 2021 por decisión administrativa nº 2/21 se prorrogó el plazo establecido en artículo 1º de la decisión administrativa nº 2.252/20, hasta el 31 de enero de 2021 inclusive, manteniéndose las disposiciones de los 2º, 3º, 4º y 5º artículos.

Total de Pernoctaciones: 2,8 millones
(50,2% menos que febrero de 2020. De argentinos: bajaron 39,6%.
De extranjeros: bajaron 97,8%



Se hospedaron 987,4 miles de viajeros.
(51,6% menos que febrero de 2020)



Argentinos: 976,2 miles (98,9% del total). Baja interanual 38,3 %

Extranjeros: 11,1 miles (1,1 % del total). Baja interanual 97,6 %

Tasa de Ocupacion de Febrero 2021 - total país

Tasa de Ocupación Febrero por Habitación (TOH) = 38,4 %



Tasa de Ocupación Febrero por Plaza (TOP) = 33,6 %

Mediante la decisión de Gabinete de Ministros se prorrogaron hasta el 28 de febrero de 2021 todas las disposiciones de la resolución administrativa nº 2.252/20. Para más detalle puede linkarse al informe técnico de INDEC: https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/eoh_04_21BF686BE42

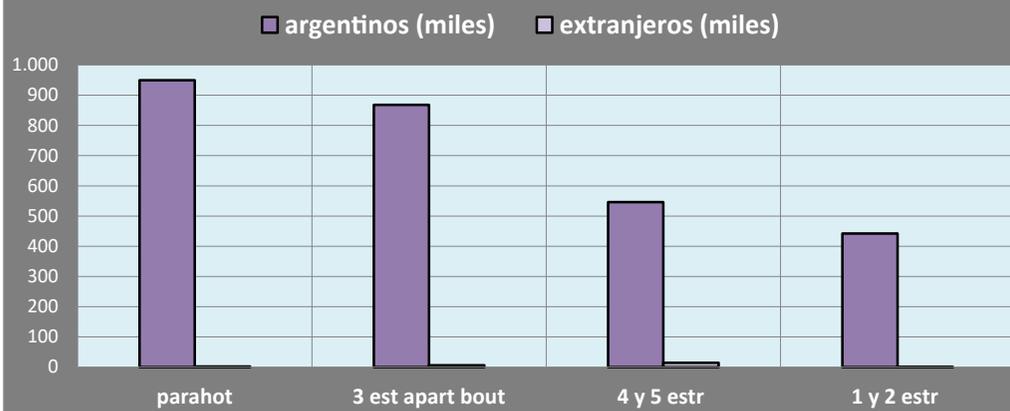
5.pdf pags. 4 y 5



¿QUÉ TIPO DE ESTABLECIMIENTO ELIGIERON?
Pernoctes en febrero de 2021 S/ Categoría

CATEGORIA	LUGAR DE RESIDENCIA	
	argentinos	extranjeros
	(miles)	(miles)
parahot	949,4	1,9
3 est apart bout	868,2	6,1
4 y 5 estr	546,3	14,0
1 y 2 estr	442,0	0,3
TOTAL	2.805,9	22,3

DÓNDE DURMIERON (PERNOCTES) EN FEBRERO DE 2021



VIAJEROS HOSPEDADOS EN ENERO DE 2021 S/CATEGORÍA
De los 970,1 mil viajeros en enero:



CATEGORIA	LUGAR DE RESIDENCIA	
	argentinos	extranjeros
	<i>en miles</i>	
1 y 2 estrellas	150,9	0,1
4 y 5 estrellas	229,5	7,4
parahotelero	261,1	0,5
3 estr., apart, bout	334,8	3,1
TOTAL	976,3	11,1

VIAJEROS POR CATEGORIA HOSPEDAJE - FEBRERO 2021



DÓNDE PERNOCTARON EN FEBRERO DE 2021, COMPARADO CON FEBRERO DE 2020

REGION	(miles) feb-21	(miles) feb-20	var. Interan. %
Centro (Córdoba)	660,3	936,4	-29,5
Pcia. Buenos Aires	659,0	1.482,0	-55,5
Patagonia	588,3	1.065,4	-44,8
Cuyo	282,7	443,6	-36,3
NEA (Litoral)	252,7	547,4	-53,8
NOA (Norte)	238,2	385,8	-38,3
CABA	147,0	819,0	-82,1

PERNOCTACIONES SEGUN REGION FEBRERO 2021 vs. FEBRERO 2020


FEBRERO 2021: La mayor ocupación x habitación se logró en Córdoba, 56,7%; seguida por Patagonia, 45,8%. También en finas de semana la tuvieron Córdoba (69,6%) y Patagonia (47,0%). Según la categoría del hospedaje, la mayor Tasa de ocupación mensual correspondió a parahoteleros: 44,9%; luego los de 3 estrellas, apart hotel y boutique: 39,4%. Las categorías con mayor tasa por habitación los fines de semana fueron parahotelero (49,9%) y hoteles de 3 estrellas, apart hotel y boutique (43,5%)

CUÁNTO PERNOCTARON EN PROMEDIO EN FEBRERO DE 2021, SEGÚN DESTINO ELEGIDO
 Estadía promedio según dónde se hospedaron

REGION	duración estadía promedio	
	AGENTINOS	EXTRANJEROS
BUENOS AIRES	3,9	2,9
CORDOBA	3,4	2,6
PATAGONIA	2,8	3,5
CUYO	2,7	2,3
CABA	2,6	2,0
NEA (Litoral)	2,1	1,4
NOA (Norte)	1,8	2,9
GENERAL	2,9	2,0

NOCHES PROMEDIO SEGUN DESTINO FEBRERO 2021

Estadía promedio en febrero de 2021

La estadía promedio de los viajeros fue 2,9 noches, 2,9% mayor que febrero del 2020. La región con la mayor estadía promedio fue Buenos Aires, 3,9 noches; seguida por la región Córdoba, con 3,4 noches.

**¿COMO SE DISTRIBUYERON
LOS PERNOCTES POR
REGION?
FEBRERO DEL 2021**

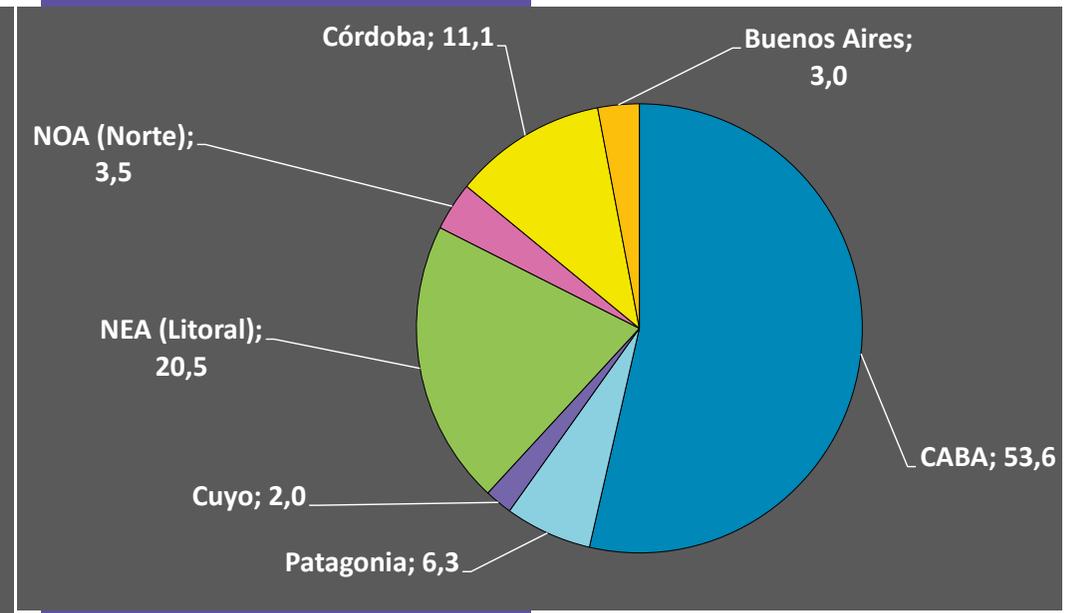
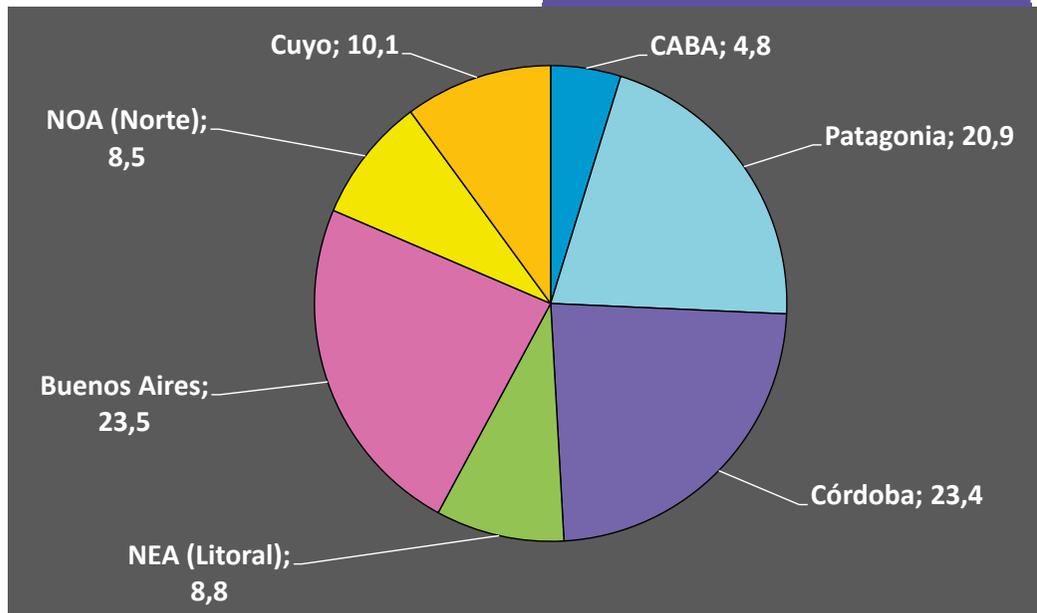
¿Qué destinos prefirieron los argentinos?	
REGION	%
CABA	4,8
Patagonia	20,9
Córdoba	23,4
NEA (Litoral)	8,8
Buenos Aires	23,5
NOA (Norte)	8,5
Cuyo	10,1

¿Qué destinos prefirieron los extranjeros?	
REGION	%
CABA	53,6
Patagonia	6,3
Cuyo	2,0
NEA (Litoral)	20,5
NOA (Norte)	3,5
Córdoba	11,1
Buenos Aires	3,0

FEBRERO DEL 2021:

Las pernoctaciones de los viajeros residentes se distribuyeron principalmente entre las regiones Buenos Aires, 23,5%; Córdoba, 23,4%; y Patagonia, 20,9%. El mayor número de pernoctaciones de ellos provino de la región CABA y partidos del Gran Buenos Aires, 36,4% .

CABA fue la preferida por los no residentes, concentrando el 53,6% de las pernoctaciones la siguió Litoral, con el 20,5%. Por su origen, entre los no residentes, la mayoría de pernoctaciones fue realizada por provenientes del bloque de países "Resto de América", con 36,5%; Europa, con 29,4%; y Mercosur, con 25,1% .





INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR ABRIL 2021

INFLACION ABRIL 2021 -

Nivel General: **4,1%** - Restaurantes y Hoteles: **3,9%**.

IPC INDEC ABRIL 2021: NIVEL NACIONAL, LOS QUE + Y - SUBIERON.

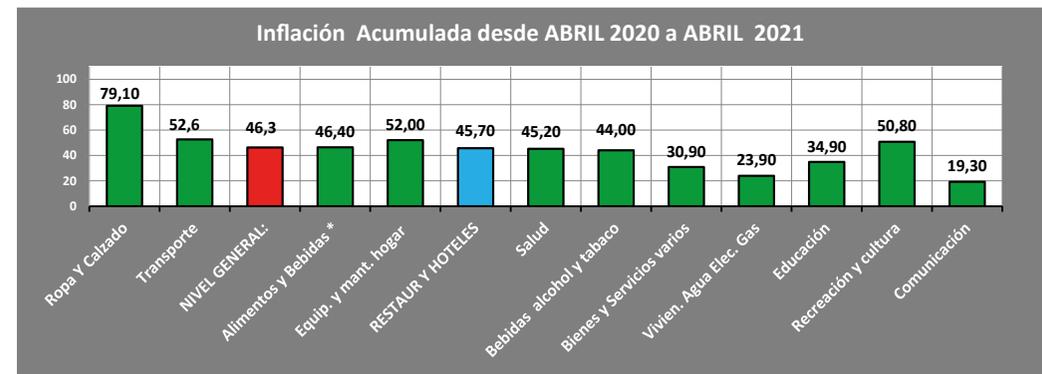
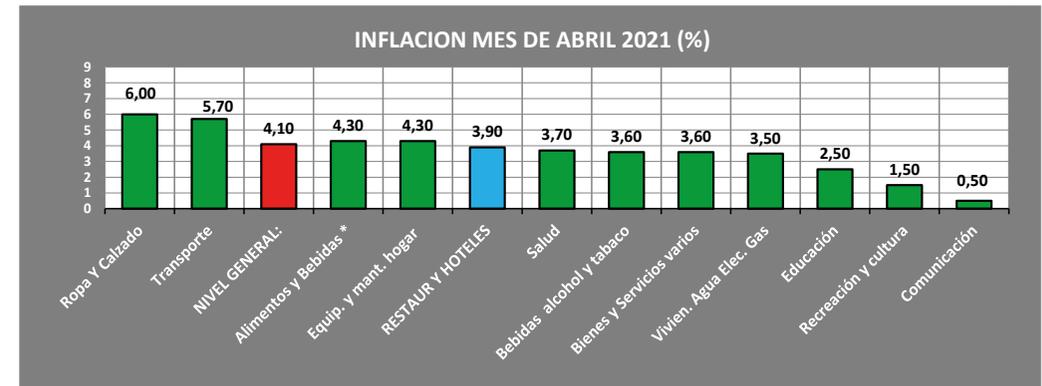
INFLACIÓN ACUMULADA: ABRIL 2020 A ABRIL 2021 Y DESDE DICIEMBRE 2020

INFLACION TOTAL PAIS	ABRIL 2021 %	ACUMULA DESDE ABRIL 2020 %	ACUMULA DESDE DICIEMBRE 2020
Ropa Y Calzado	6,00	79,10	22,40
Transporte	5,70	52,6	20,7
NIVEL GENERAL:	4,10	46,3	17,60
Alimentos y Bebidas *	4,30	46,40	18,70
Equip. y mant. hogar	4,30	52,00	15,80
RESTAUR Y HOTELES	3,90	45,70	19,00
Salud	3,70	45,20	15,40
Bebidas alcohol y tabaco	3,60	44,00	19,30
Bienes y Servicios varios	3,60	30,90	11,60
Vivien. Agua Elec. Gas	3,50	23,90	8,20
Educación	2,50	34,90	32,60
Recreación y cultura	1,50	50,80	14,60
Comunicación	0,50	19,30	17,90

* no alcohólicas

Variación % mensual por categorías

Bienes	4,70
Servicios	2,50
Estacionales	2,20
IPC Núcleo	4,60
Regulados	3,50



El Nivel general del IPC subió en abril de 2021 un 4,1%, y acumuló en el primer cuatrimestre del año una variación de 17,6%. Las divisiones de mayor incremento en el mes fueron Ropa y Calzados (6,0%) y Transporte (5,7%). En esta última influyó la suba en compra de vehículos, combustibles y taxi, moderados asimismo por bajas en precios de aéreos.

En Alimentos y bebidas no alcohólicas (4,3%) pujaron hacia arriba la suba de Lácteos y huevos; Aceites, grasas y manteca; Café, té, yerba y cacao; Pan y cereales; y Carnes y derivados. Por otra parte, se dieron alzas más moderadas y bajas en Frutas y Verduras, tubérculos y legumbres.

El incremento paritario del servicio doméstico incidió en Equipamiento y mantenimiento del hogar (4,3%), mientras que la de encargados de edicios lo hizo en Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles (3,5%). Los aumentos en Productos medicinales, artefactos y equipos para la salud y Gastos de prepagas explicaron la mayor parte del aumento en Salud (3,7%). Las divisiones Educación (2,5%), Recreación y cultura (1,5%) y Comunicación (0,5%) fueron las de menor variación en abril, a nivel nacional y en la mayoría de las regiones.

Restaurantes y Hoteles registra un incremento a nivel nacional de 3,9%.



COMUNICADO DE UTHGRA, FEHGRA Y AHRCC

16 DE ABRIL 2021

Sindicato, cámaras, empresarios y trabajadores de la gastronomía y la hotelería, juntos en reclamo: “la solución nunca puede ser la prohibición de la actividad, ese es el tiro de gracia final para todo el sector”.

En un hecho histórico, la UTHGRA (Sindicato de Trabajadores de Turismo, Hotelería y Gastronomía), la FEHGRA (Federación Empresaria Hotelero Gastronómica de la República Argentina), las cámaras de la AHRCC (Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confeiterías y Cafés) y los trabajadores de la gastronomía se unen en reclamo de poder continuar ejerciendo su derecho al trabajo:

La pandemia mundial del COVID-19 que azota al país es una tragedia que nos preocupa y ocupa en la labor diaria. La salud de nuestras familias y, en especial de los más vulnerables de nuestra sociedad, es sin dudas el tema principal de nuestra realidad diaria y a la que nos encontramos abocados con todos los estamentos de la sociedad.

Sin embargo, la manera de luchar contra este enemigo invisible no es cercenando o prohibiendo actividades económicas y de sustento de los trabajadores sino con la responsabilidad individual y colectiva de todos los habitantes y la dirección férrea y seria por parte de nuestros gobernantes.

Nuestro deber es defender a nuestros trabajadores y sus derechos. Es nuestra intención acercar posiciones con las autoridades y continuar con el funcionamiento de los

locales con protocolos aprobados, que incluye el aforo del 30% tanto en el interior del establecimiento como al aire libre.

Somos un espacio seguro para trabajar. No somos foco de contagio, sino una fuente enorme de empleo.

Ya cerraron más de 10 mil locales y se perdieron más de 150 mil puestos de trabajo. Están en riesgo otros 200 mil, gran parte de ellos jóvenes de entre 18 y 24 años, que hacen su primera experiencia en el mundo laboral dentro del sector hotelero gastronómico.

La UTHGRA, la FEHGRA, la AHRCC y las empresas del sector trabajaron denodadamente para colaborar con las autoridades de los distintos estamentos gubernamentales y elaborar los protocolos para prevenir la propagación del virus, capacitando a nuestros trabajadores para esta nueva realidad. Se han fijado aforos de concurrencia, reforzado tareas de higiene y ventilación de los establecimientos, y demostrado claramente que no existe evidencia alguna que la actividad hotelera y gastronómica sea el principal foco de difusión de la enfermedad ni promueva la ola de contagios que estamos sufriendo.

Queremos ser parte de la solución, como lo hemos sido durante todos estos meses. Estamos a disposición para trabajar en conjunto. Rogamos a las autoridades nacionales, provinciales y municipales que las medidas a tomarse en la lucha contra el aumento de contagios sean racionales y coherentes en un todo con las necesidades de la actividad hotelero gastronómica, que permita sostener los ingresos de nuestros trabajadores y por sobre todo las fuentes de trabajo de la cual dependen.



¿CÓMO SERÁN LOS DESTINOS DESPUÉS DEL COVID-19? CINCO TENDENCIAS EN AUGE.

Tecno Hotel - mayo 2021

La pandemia de COVID-19 ha reabierto el debate de cómo deben ser los destinos del futuro. Si ya en el siglo XIX las epidemias medievales de peste y cólera propiciaron el ensanchamiento de calles, la crisis sanitaria actual, según los expertos, supondrá una apuesta decidida por la sostenibilidad, el medio ambiente y la peatonalización. **Una serie de tendencias que los hoteles deben abrazar para no descolgarse de esta nueva forma de entender los destinos y el turismo.**

Desde CEAC, Centro de Formación Profesional y Técnica a Distancia, afirman que estamos a las puertas de una nueva revolución en la vida urbana. Hoy apuntan cinco tendencias clave de los destinos del futuro:

Humanos y saludables

La ciudad antropocéntrica, humana o caminable se instaló por la pandemia, demostrando que es esencial que ciudadanos y turistas tengan su espacio. Una ciudad caminable y verde mejora la salud de quien circula: promueve el ejercicio físico y evita el sedentarismo, bajando la contaminación al reducir espacio al automóvil.

Compactas y conectadas

El modelo caminable es uno de los ejes de la ciudad compacta, de proximidad, que quiere reducir la necesidad del ciudadano o del visitante de utilizar vehículos privados. La ciudad de cercanía se contrapone al modelo tradicional de ciudad dispersa, donde la población debe cubrir largas distancias en sus trayectos cotidianos.

Una ciudad compacta y de proximidad coloca al ciudadano en el centro, y todas sus necesidades deben estar a un paso: colegio, trabajo, hospital y tiendas. Esto también ayuda mucho al viajero, capaz de descubrir el destino por barrios, abriendo la posibilidad a instalar hoteles y alojamientos haciéndolo mucho más cómodo de visitar.

Móviles e inclusivas

Da como ejemplo a Suecia, que propone un proyecto hiperlocal, enfocado en el paisaje urbano inmediato, entendiendo la calle como unidad básica de la ciudad.

Suecia ha desarrollado un kit de mobiliario urbano que los vecinos pueden manipular según sus necesidades: maceteros, asientos, parkings de bicicletas, espacios infantiles o gimnasios al aire libre. Esta ciudad móvil se incluye en la tendencia del urbanismo táctico y participativo.

Smart

La tecnología nos acerca cada vez más a la Smart City, un modelo inteligente que proporciona información constante al ciudadano para hacer su vida más fácil.

Los semáforos, autobuses y tiendas se comunicarán entre sí; las aplicaciones mostrarán entonamientos cercanos y un wifi común en toda la ciudad. Tokio es una Smart City que crea energía renovable para el alumbrado público, y da info de la ciudad a los visitantes en un clic.

Verdes y sostenibles

La pandemia de COVID-19 ha mostrado la importancia de la naturaleza y el aire libre en el bienestar emocional de la población. Creció la demanda de jardines y espacios abiertos; constante en todos los modelos de ciudad de futuro. Los viajeros, desean volver a visitar destinos de todo el mundo, apreciando mucho más estas ciudades verdes desde la irrupción del COVID, por tanto, apostar por este tipo de espacios es un must que atrae también al visitante.



EL FUTURO DE LOS SUSTITUTOS CÁRNICOS DE ORIGEN VEGETAL PARA LOS RESTAURANTES

*Por Redacción Diego
Coquillat 6 mayo, 2021*

Nota completa interesante y novedosa para todo gastronómico en: https://www.diegocoquillat.com/el-futuro-de-los-sustitutos-carnicos-de-origen-vegetal-para-los-restaurantes/?utm_source=Diego+Coquillat&utm_campaign=ea50fcb48f-EMAIL_CAMPAIGN_2021_05_12_11_24&utm_medium=email&utm_term=0_dbd1edf9d6-ea50fcb48f-331443681

Fundada en 2018, Redefine Meat es una start-up israelí que busca desfasar la industria ganadera tal como la conocemos hoy. Su objetivo es crear alternativas veganas a la carne de vacuno de una calidad tal que el consumidor promedio se abalance sobre ellos en los supermercados o restaurantes. Lo que se quiere es desplazar por completo la carne de origen animal en la industria alimentaria, aunque esa es una meta a largo plazo.

Redefine Meat está en el buen camino para lograrlo. En verano de 2020 lanzaban una línea de productos de origen vegetal que causaron furor en el selecto grupo de restaurantes de lujo donde se distribuyeron.

No es de extrañar que una empresa emergente como esta gane tanto renombre en tan poco tiempo. Parte del secreto de su éxito reside en la ubicación de su sede. Israel es uno de los centros tecnológicos donde se innova en el campo de la carne sintética y los sustitutos cárnicos de origen vegetal. Allí están asentadas empresas como Aleph Farms, Future Meat Technologies, Redefine Meat o Super Meat, por nombrar algunas. Solo Silicon Valley (California, EE. UU.) ha demostrado un mayor interés por este campo que los israelíes.



Por todo esto, las recientes declaraciones en medios extranjeros de Daniel Divovsky, director de innovación y tecnología en Redefine Meat, tienen mucho peso y nos permiten atisbar cuál va a ser el futuro de esta industria. Estas empresas emergentes se enfrentan a enormes desafíos para conseguir que las alternativas veganas a la carne de granja se conviertan en un producto habitual en nuestras vidas.

Según Divovsky, el mayor desafío ahora es lograr una fidelidad absoluta de la textura, sabor y aspecto respecto a la carne normal. Es algo que se ha investigado a fondo, con resultados que todavía pueden mejorar.

Tradicionalmente esta es considerada una de las desventajas de los sustitutos cárnicos de origen vegetal frente a la carne sintética o de laboratorio. No obstante, Divovsky ve la luz al final del túnel, y piensa que la revolución de la impresión 3D de alimentos ayudará a conseguir que la estructura y complejidad de piezas completas como chuletas y bistés esté a nuestro alcance en breve. Por el momento es mejor intentar imitar productos más procesados como nuggets, hamburguesas o salchichas; en los que se ha alcanzado ya un resultado más que satisfactorio.





“LA TECNOLOGÍA CONTACTLESS ES COMPATIBLE CON UNA MEJOR EXPERIENCIA DE CLIENTE”

Por: David Val Palao
17 mayo 2021

Ver nota completa:

https://tecnohotelnews.com/?p=64351?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=thnews20210515&key_user=a9accbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879

Francisco Javier García Cuenca, flamante presidente del ITH (Instituto Tecnológico Hotelero) responde a cuestiones significativas de este momento particular, en una Europa con la mayor crisis de la historia. Resumimos lo más saliente, y al pie copiamos el link para ver la nota completa.

— ¿Cuáles cree que son los principales retos que debe afrontar el sector hotelero en el corto-medio plazo?

—El mayor reto, en mi opinión, no es una tecnología en concreto o un proyecto puntual. **Debemos aprender a cooperar e incentivar la cooperación.** Se ha demostrado que ninguno de los actores públicos o privados cuando han actuado por su cuenta ha sido capaz de encontrar el éxito. Las administraciones de diferentes signos políticos deben ser capaces de coordinarse entre ellas. Las empresas deben colaborar compartiendo información de forma anónima y sin alterar la competencia, cooperando para acometer proyectos juntos donde no es eficiente hacerlo de forma separada y, sobre todo, es el momento de que llegue la colaboración público-privada a la promoción turística, a los destinos inteligentes, a la economía circular y, en general, a todos los proyectos relevantes.

La humanidad ha demostrado que cuando está al borde del precipicio es capaz de afrontar y hacer cosas que antes eran impensables y estamos en un momento histórico donde vamos a tener que cooperar como no lo habíamos hecho antes si queremos salir más fuertes de esta tragedia.

—En este número hablamos de cómo liderar la recuperación. ¿Qué debe tener todo hotel en mente en cuanto a estrategias y herramientas tecnológicas para no quedarse rezagado?

—La experiencia del cliente y la eficiencia deben ser, en mi opinión, el foco de la estrategia y del esfuerzo en modernización tecnológica. Los responsables de los hoteles debemos de estar continuamente preguntándonos cuáles son los deseos, las aspiraciones, las motivaciones que nuestro target quiere y cómo podemos solucionarlas de una forma atractiva y diferenciada que sea capaz de constituir una ventaja competitiva sostenible.

Cualquier modernización tecnológica debe de ayudar a conseguir este propósito, bien porque es capaz de liberar tiempo o recursos usados en tareas de bajo valor añadido que nos distraen del foco, o bien porque son claves en el trabajo de alcanzar nuestra meta.

Herramientas de gestión como Design Thinking, Lean Canvas o Agile deben estar en el día a día de nuestras organizaciones. Hoy en día es más fácil que nunca conocer las aspiraciones y los deseos del cliente. Ese tesoro que resultaba escondido, hoy tiene un mapa para encontrarlo en las redes sociales donde medir con likes, engagement... qué tipo de experiencias están buscando los consumidores.

—La pandemia ha impulsado sobre todo las tecnologías contactless en un sector donde prima la atención al cliente. ¿Es compatible el uso de tecnologías disruptivas con una buena experiencia de cliente?

—Las tecnologías contactless permiten eliminar muchos procesos burocráticos que no añaden valor y también ayudan a mejorar la seguridad frente al Covid para el cliente. La relación con ellos debe concentrarse en los momentos de la verdad donde realmente el cliente puede obtener una experiencia de calidad.

No tiene sentido hacer que el huésped pase tiempo en el mostrador de recepción haciendo trámites administrativos para su check-in o check-out y sí que lo tiene una interacción en la que un empleado bien formado del establecimiento pueda explicar las alternativas de cocktails especiales con sus respectivos story-telling. Por lo que, las tecnologías contactless son perfectamente compatibles con una mejor experiencia del cliente. Lo que necesitamos es un buen proceso de diseño de experiencias realmente atractivas y de calidad.

Ramón Estalella junto al presidente García Cuenca

—¿Cuál de estas tecnologías cree que sobrevivirá y a cuál le augura un futuro incierto cuando volvamos a la ‘normalidad’?

—Personalmente, creo que la mayoría de esta tecnología ha venido para quedarse. Ahora bien, esto es solo la punta del iceberg. Vamos a vivir el proceso de disrupción más importante de la historia. La confluencia de los desarrollos en los campos de la inteligencia artificial, la robótica, el big data, IoT o blockchain van a provocar transformaciones y oportunidades inéditas en nuestro sector y en general para toda la sociedad.

Desde el ITH estaremos muy atentos para aprovecharlas en favor del sector del alojamiento turístico de España y esperamos seguir siendo una pieza clave en su difusión y adopción en las empresas turísticas.

—Por último, parece que en las próximas semanas se va a imponer el pasaporte sanitario para viajar con seguridad, sin embargo, hay voces que lo catalogan como discriminatorio al no haber todavía un libre acceso a la vacuna. ¿Qué opina al respecto?

—El pasaporte sanitario es la única vía para recuperar nuestra libertad en el corto plazo mientras la vacuna llega a toda la sociedad. Personalmente, no entiendo este debate y no entiendo qué discriminación existe. La discriminación,

¿es envidia porque alguien ha podido salir de vacaciones y tú no? Ninguna persona ni sociedad que se ha dejado llevar por esta emoción ha llegado a ningún sitio bueno.

Las repercusiones por no implantar este pasaporte en términos humanos, al evitar los contagios y permitir la libertad de movimientos de las personas de una forma controlada; y económicos, al poder recuperar las empresas y a los trabajadores de los ERTes, son tan grandes e importantes que no ponerlo en marcha sería una grave negligencia por parte de los organismos públicos. Sí que hemos notado, en general en Europa, una baja adopción de la tecnología para luchar contra la pandemia, especialmente en el rastreo de contactos, que ha hecho que nuestras cifras sean mucho peores que las de Asia y Oceanía con el consiguiente drama humano y económico. No volvamos a repetir el mismo error con el pasaporte sanitario.





**LAS EMPRESAS
GASTRONÓMICAS
Y HOTELERAS
QUEDAN
EXIMIDAS
DE ABONAR
LAS
CARGAS
PATRONALES
HASTA FIN DE AÑO**



Se publicó en el Boletín Oficial la medida creada para mitigar el impacto de las nuevas restricciones por la segunda ola de COVID-19, vigentes hasta el 21 de mayo, en diversas actividades económicas. La gastronomía, la hotelería y el turismo se consideran entre los sectores más «vulnerables» desde el inicio de la crisis sanitaria en la Argentina.

El Decreto 323/2021, publicado hoy en el Boletín Oficial, exime a establecimientos hoteleros y gastronómicos de pagar las contribuciones patronales que se destinen al Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA) hasta el 31 de diciembre de 2021. Alcanza a «aquellas empresas de sectores críticos» que sean aprobadas en la nueva edición del Programa de Recuperación Productiva, REPRO II, cuya inscripción cerró el pasado 3 de mayo. El beneficio es mensual y aplica para el período mensual inmediato posterior al período de devengamiento de los salarios.

El Departamento de Fiscalidad y Tributación de FEHGRA informa que el decreto entra en vigencia a partir del 1° de mayo de 2021 para los beneficios otorgados por el “Programa REPRO II” correspondientes a los salarios devengados del mes de abril de 2021. En virtud de ello se interpreta que quienes accedan al REPRO II de abril 2021 podrán gozar de la reducción en el 931 correspondiente a mayo 2021. Dicho criterio fue confirmado con funcionarios del Ministerio de Trabajo.

*<http://www.fehgra.org.ar/archivos/10300>
newsletter Fehgra 2236 -
Silvia Montenegro*