



# INFORME DEL SECTOR TURÍSTICO RESUMEN EJECUTIVO

FEDERACIÓN EMPRESARIA HOTELERA GASTRONÓMICA DE LA REPÚBLICA ARGENTINA

**NOVIEMBRE 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**  
**16/11/2020**  
**15.00hs**

DIA Y MES	COMPRA	VENTA
10-abr	80,0	85,0
15-may	123,0	133,0
30-junio	119,0	129,0
23-julio	129,0	134,0
3- ago	131,0	136,0
1- sept	130,0	133,0
28-sept	139,0	145,0
1º - oct	141,0	147,0
7- oct	149,0	155,0
9-oct	161,4	167,0
16-oct	172,0	178,0
22- oct	182,0	188,0
24-Oct	177,0	183,0
<b>26 - oct</b>	<b>189,0</b>	<b>195,0</b>
28 - oct	175,0	181,0
30-oct	163,0	169,0
3-nov	166,0	172,0
6-nov	151,0	157,0
10-nov	143,0	149,0
12-nov	151,0	157,0
17-nov	156,0	162,0



Aclaración importante sobre 'Dolar Bolsa': La compra y venta de "Dolar Bolsa" o "Dolar MEP" corresponde a operaciones con títulos valores, no implicando en ningún momento el acceso al mercado de cambios en el marco de las regulaciones establecidas por el Banco Central de la República Argentina.

fuelle elaboración propia sobre dolarhoy.com

Dólar, Euro, Real			
Actualizado al 17 de noviembre 9.45 hs.			
	MONEDA	COMPRA	VENTA
	dólar oficial prom.	<b>78,98</b>	<b>85,97</b>
	dólar blue	<b>156,00</b>	<b>162,00</b>
	dólar bolsa	<b>142,90</b>	<b>142,96</b>
	dólar solidario	<b>140,66</b>	<b>140,66</b>
	dólar cont. Liqui	<b>147,63</b>	<b>147,69</b>
	euro	<b>85,75</b>	<b>91,96</b>
	real	<b>12,53</b>	<b>14,04</b>



# MERCADO CAMBIARIO

16/11/2020  
15.00hs

**26 de octubre - Clarín: Tensión cambiaria - El dólar blue camino a los \$ 200 paraliza la actividad y deja a la economía sin precios:**

[https://www.clarin.com/economia/dolar-blue-camino-200-paraliza-actividad-deja-economia-precios\\_0\\_NDUD4s6ZR.html](https://www.clarin.com/economia/dolar-blue-camino-200-paraliza-actividad-deja-economia-precios_0_NDUD4s6ZR.html)

**28 octubre Clarín:** El valor del dólar blue previo al cepo cambiario: El viernes 25 de octubre fue el último día del mercado sin cepo. Ese día, el dólar oficial terminó a \$60,19 para la compra y a \$65 para la venta. Ese día, las reservas cayeron en 1.755 millones de dólares.

### 17 de noviembre: La Nacion Economía

El dólar blue cotiza hoy, 17 de noviembre, a \$156,00 para la compra y \$162,00 para la venta. Este precio lo posiciona 61,71 por ciento arriba del valor oficial, que ronda los \$79,30 y 85,60, según lo informado por el Banco Nación. Si se lo compara con la última jornada hábil, el dólar blue muestra una baja del 5,99 por ciento, ya se negoció a \$166,00 para la compra y \$172,00 para la venta.

En los últimos cinco días hábiles, el blue mantiene una tendencia alcista, con una suba del 8,36 por ciento en relación con el valor que mostraba al inicio de este período: \$143,00 para la compra y \$149,00 para la venta.

Se puede observar que este año la cotización del dólar blue ha subido un 69,44 por ciento, respecto de los primeros días del año cuando se ofrecía a \$78,50.

Disponible en  
[www.fehgra.org.ar](http://www.fehgra.org.ar)



# AGOSTO 2020 RESPECTO A AGOSTO 2019

## RAMAS DE ACTIVIDAD: COMPORTAMIENTO INTERANUAL

### LO QUE MAS CRECIO Y LO QUE MENOS CRECIO



#### AGOSTO 2020 - CRECIMIENTO INTERANUAL DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA: HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA COMPARADO A LOS RESTANTES RUBROS

##### AGOSTO 2020

Durante agosto, el Estimador mensual de actividad económica (EMAE) registró una contracción de 11,6% interanual. En los primeros ocho meses del año el EMAE acumuló una caída de 12,5% con relación al mismo período de 2019.

En la medición de la serie desestacionalizada, el EMAE de agosto mostró un incremento de 1,1% con relación a julio y continuó recuperando parte de la retracción acumulada en el período marzo-abril.

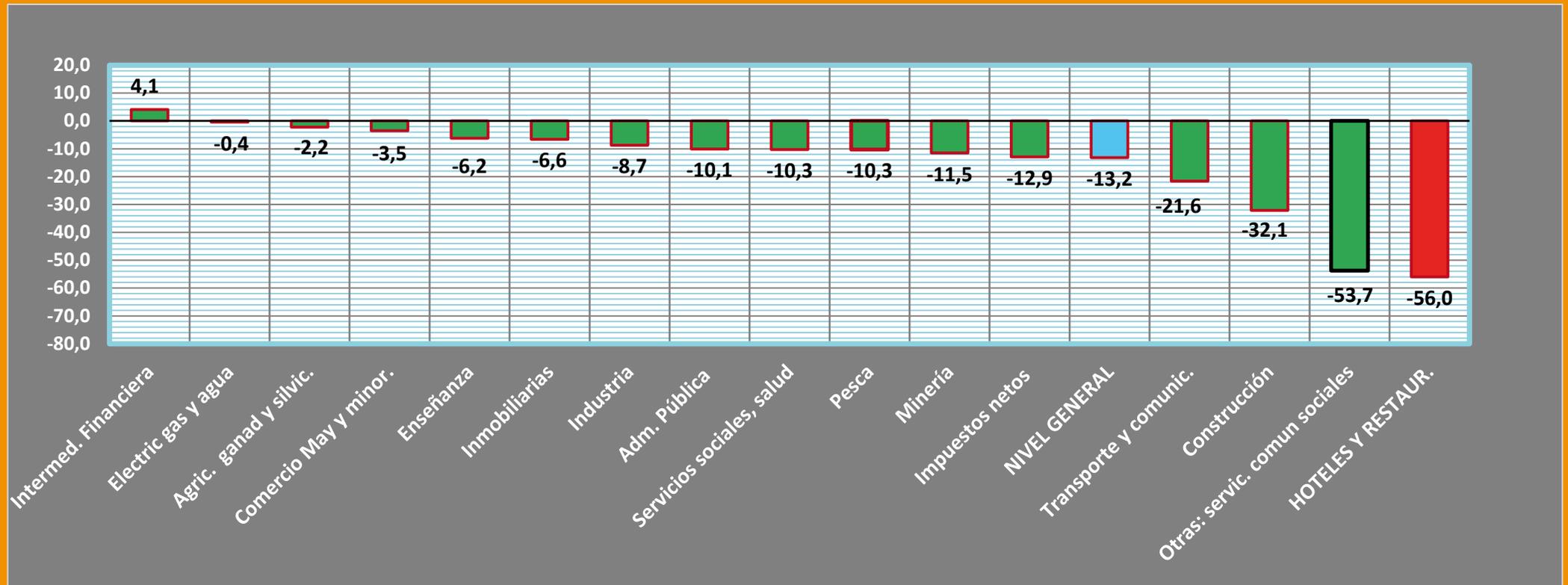
Salvo Intermediación financiera (4,1%), el resto de los sectores registró caídas en agosto con respecto al mismo mes de 2019. **Hoteles y restaurantes (-56%) y Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales (-53,7%) fueron los de mayor caída interanual.**

Las restricciones a la circulación de las personas para mitigar la pandemia COVID-19 afectan a un conjunto significativo de actividades económicas en el mundo. La persistencia de este fenómeno y las habilitaciones para retomar la actividad en algunos sectores, comienzan a reflejarse en el comportamiento de las series e incorporarse en el proceso de desestacionalización.



ACTIVIDAD	% V.I. Julio 2020/2019
Intermed. Financiera	4,1
Electric gas y agua	-0,4
Agric. ganad y silvic.	-2,2
Comercio May y minor.	-3,5
Enseñanza	-6,2
Inmobiliarias	-6,6
Industria	-8,7
Adm. Pública	-10,1
Servicios sociales, salud	-10,3
Pesca	-10,3
Minería	-11,5
Impuestos netos	-12,9
<b>NIVEL GENERAL</b>	<b>-13,2</b>
Transporte y comunic.	-21,6
Construcción	-32,1
Otras: servic. comun sociales	-53,7
<b>HOTELES Y RESTAUR.</b>	<b>-56,0</b>

## CRECIMIENTO INTERANUAL EN % (AGOSTO 2020 COMPARADO CON AGOSTO 2019)





# INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR OCTUBRE 2020

INFLACION SEPTIEMBRE 2020 -

Nivel General: 3,8% - Restaurantes y Hoteles: 3,4%

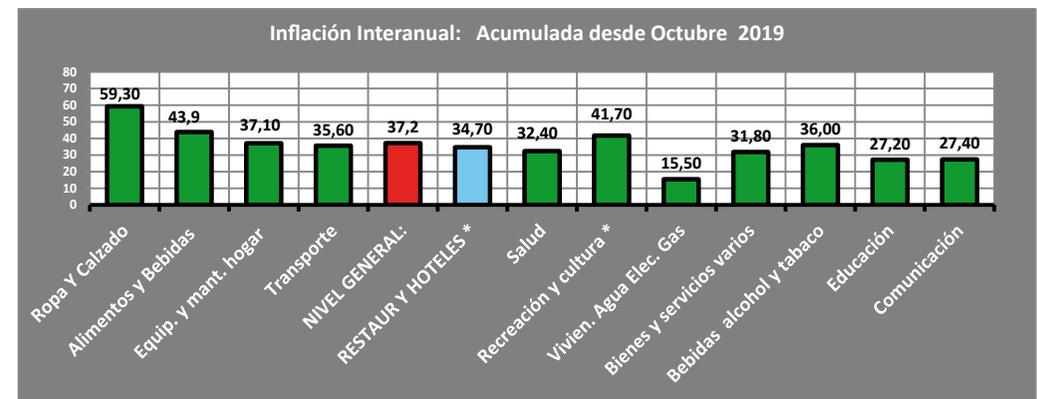
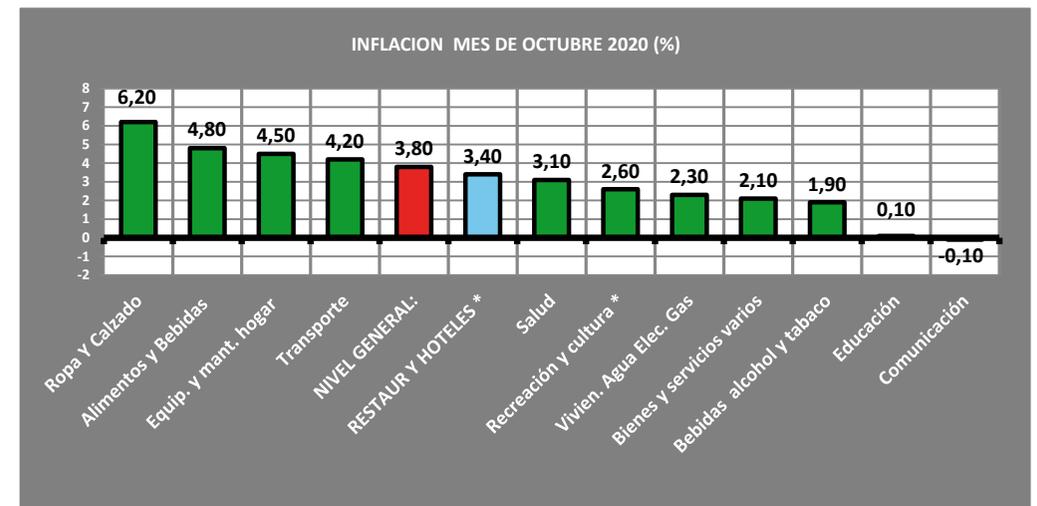
IIPC INDEC OCTUBRE 2020 - LOS QUE + Y - SUBIERON - INFLACIÓN INTERANUAL (OCTUBRE 2019 A OCTUBRE 2020) - ACUMULADA EN 2020

INFLACION TOTAL PAIS	OCTUBRE2020 %	ACUMULA DESDEOCTUBRE 2019 %	ACUMULADA EN 2020 %
Ropa Y Calzado	6,20	59,30	48,90
Alimentos y Bebidas	4,80	43,9	32,5
Equip. y mant. hogar	4,50	37,10	29,40
Transporte	4,20	35,60	23,50
<b>NIVEL GENERAL:</b>	<b>3,80</b>	<b>37,2</b>	<b>26,9</b>
<b>RESTAUR Y HOTELES *</b>	<b>3,40</b>	<b>34,70</b>	<b>26,30</b>
Salud	3,10	32,40	17,90
Recreación y cultura *	2,60	41,70	33,90
Vivien. Agua Elec. Gas	2,30	15,50	11,40
Bienes y servicios varios	2,10	31,80	21,30
Bebidas alcohol y tabaco	1,90	36,00	25,00
Educación	0,10	27,20	19,50
Comunicación	-0,10	27,40	8,30

\* no alcohólicas

A fin de facilitar el análisis de la evolución del IPC, se presenta una división de sus bienes y servicios en tres categorías diferentes:

- Bienes y servicios cuyos precios están sujetos a regulación o de alto componente impositivo: combustibles de la vivienda, agua, servicios anitarios, correo, teléfono, educación formal y cigarrillos y accesorios.
- Bienes y servicios con comportamiento estacional: frutas, verduras ropa exterior, transporte por turismo y alojamiento y excursiones.
- IPC núcleo: resto de los grupos del IPC.



La cantidad de precios relevados en octubre fue similar a la de septiembre, nada) debió imputarse por el Nivel general. No obstante, los rubro relacionados con el turismo (paquetes, vuelos, ómnibus de larga distancia y hoteles) se imputaron en el período, pues mayoría de los prestadores no trabajaron. Aunque la división Ropa y calzado fue la de mayor incremento en el mes (6,2%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (4,8%) tuvo la mayor incidencia. Se destacaron en este último caso subas en Verduras, tubérculos y legumbres; Frutas; y Aceites, grasas y manteca. Las divisiones Equipamiento y mantenimiento del hogar y Transporte tuvieron alzas de 4,5% y 4,2% respectivamente. Incidieron las subas en electrodomésticos, y bienes y servicios para la conservación del hogar y se destacaron las alzas en la adquisición de vehículos y combustibles. Las divisiones Educación (0,1%) y Comunicación (-0,1%) fueron las que registraron menores variaciones de precios con respecto a septiembre, en particular por el comportamiento estable de los servicios educativos y los de telefonía e internet, respectivamente. Por los factores mencionados, los Bienes (4,6%) mostraron un alza superior a la del Nivel general en octubre, mientras que el incremento en los Servicios (1,9%) se ubicó por debajo. Estos factores también incidieron en la dinámica diferencial observada en la categoría Estacionales (9,6%), que mostró una variación superior a las registradas en las categorías IPC Núcleo (3,5%) y Regulados (1,5%).



# Relevamiento del IPC de OCTUBRE de 2020 en contexto de la COVID-19

Dadas las restricciones de circulación de las personas establecidas mediante el decreto n° 297/2020, luego ratificado y extendido por normas posteriores, INDEC incorporó modalidades no presenciales de relevamiento, en línea con lo sugerido por los organismos internacionales en la materia y las oficinas de estadística de otros países (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Fondo Monetario Internacional, Eurostat, entre otros).

La flexibilización parcial de las restricciones para la circulación de las personas en algunas localidades del país ya la vez, las decisiones jurisdiccionales de retrotraer a fases de emergencia sanitaria más restrictivas durante octubre implicaron que el **relevamiento presencial de precios alcance el 9,9% para el total nacional en este período, al igual que en septiembre.**

**La metodología de cálculo del índice sigue estrictamente lo establecido en la Metodología n° 32**, en todos sus aspectos. En este sentido, la incorporación de la información proveniente de relevamientos no presenciales se obtuvo de la siguiente forma:

- **En los negocios que permanecieron abiertos al público y que disponen de medios alternativos al presencial:** los precios fueron relevados a través de métodos no presenciales (consulta telefónica, por correo electrónico, online, etc.).
- **En los negocios que permanecieron cerrados al público pero que ofertaron sus productos por canales digitales:** los precios fueron relevados en forma online o telefónica.
- **En los negocios que permanecieron cerrados al público y que no ofertaron sus productos por canales digitales:** no se relevaron sus precios y, cuando correspondió, se imputaron o desparticiparon por la variación de los pares o del grupo inmediatamente superior al que pertenecen, según lo detalla la Metodología n° 32.
- **Para el caso de las tarifas y otros ítems regulados por el Estado:** se consideraron normalmente desde su vigencia, según las resoluciones que lo establezcan.



# TURISMO INTERNACIONAL RECEPTIVO SEPTIEMBRE 2020

## Comentario sobre el presente informe:

Aclaremos que mientras el operativo de campo de la ETI está suspendido, se hicieron cambios temporales en la presentación habitual del informe técnico Estadísticas de Turismo Internacional. Solo daremos datos de la cantidad de turistas para septiembre y el tercer trimestre de 2020, pero no las estimaciones de pernoctaciones, estadía promedio, motivo del viaje, tipo de alojamiento, gasto total y gasto diario promedio.

Es importante destacar que debido a la imposibilidad de una caracterización y cuantificación acertadas por la ausencia del operativo de campo, las cifras pueden incluir una proporción de viajeros que se trasladan por motivos distintos a los turísticos, o que por su condición de residencia no deberían estar incluidos.

El 1 de agosto de 2020 se produjo el cierre temporal del Aeroparque Jorge Newbery, por obras de repavimentación, extensión y ensanchado de la pista. Por lo tanto, a partir de agosto, los cuadros contienen solo valores que corresponden a los datos de Ezeiza.\*

En septiembre de 2020, se estimaron 2,6 mil llegadas de turistas no residentes a la Argentina (disminución interanual de 98,9%) Desde que empezó el año, llegaron 668,2 miles turistas no residentes (descenso interanual de 70,5%). Ezeiza y Aeroparque concentraron el 89,7% de los arribos (baja interanual de 70,1%).

Las salidas al exterior en septiembre alcanzaron un total de 9,0 mil turistas residentes (baja interanual de 97,2%) En el año salieron 808,9 miles turistas residentes (baja de 74,1%). Ezeiza y el Aeroparque concentraron 80,9% de las salidas de turistas residentes.

**El saldo de turistas internacionales en septiembre resultó negativo en 6,3 mil para toda la vía aérea internacional. Por su parte, el saldo de turistas en el período enero-septiembre fue negativo en 140,7 mil.**

Fuente : ETI - Encuesta de Turismo Internacional - INDEC Dirección de Estadísticas Básicas de la Balanza de Pagos. Publicado 11 de Noviembre 2020

**En septiembre (al igual que desde abril del 2020), no se estiman las pernoctaciones ni la estadía promedio.**



**Al país llegaron en septiembre 2,6 mil extranjeros (baja interanual 98,9%). Salieron del país 9 mil turistas argentinos (Baja interanual 97,2%).**



**En el acumulado enero-septiembre llegaron 668,2 mil turistas (baja interanual 70,5%). En ese período salieron 808,9 mil residentes (baja interanual de -74,1%). Ezeiza y Aeroparque concentraron el 89,7%\*.**

**Restantes aeropuertos: en Septiembre no se registraron llegadas. Hubo 200 turistas residentes que salieron de ellos.**



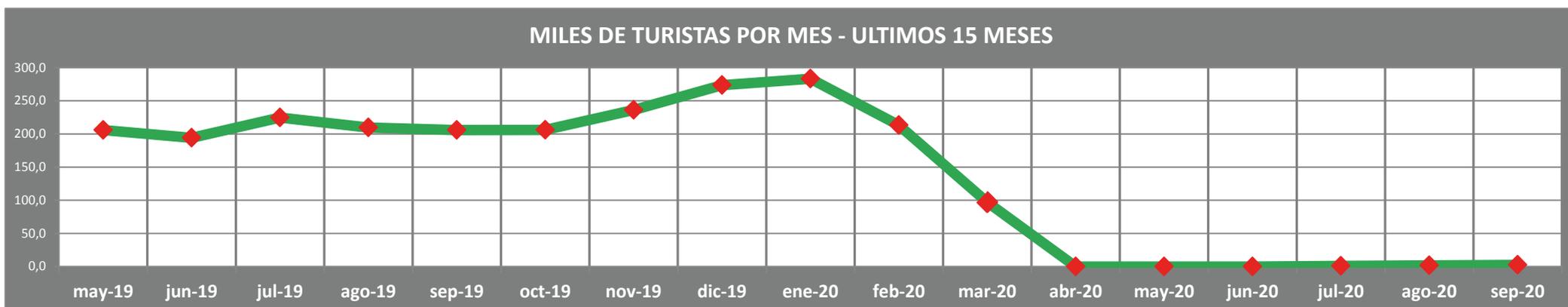
**El saldo (turistas llegados - salidos) fue en Septiembre negativo en 6,3 mil para toda la vía aérea internacional**



**El saldo de turistas (llegados - salidos) en el período Enero - Septiembre fue negativo en 140,7 miles.**

## LLEGADA DE TURISTAS NO RESIDENTES DESDE MAYO DE 2019 A SEPTIEMBRE 2020 (EZEIZA Y AEROPARQUE)

MES	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20
MILES	205,8	194,2	224,6	209,8	205,8	206,1	236,1	273,5	283,3	213,3	97,3	0,0	0,0	0,0	1,0	1,7	2,6



### Nota informativa:

La estimación del turismo receptivo y emisor por la vía aérea utiliza como fuentes principales de información la ETI y los registros migratorios provistos por la Dirección Nacional de Migraciones (DNM). Las estimaciones mensuales del turismo internacional comprenden únicamente a los turistas residentes y no residentes, excluyendo a los tripulantes y al tránsito vecinal fronterizo (TVF).

A partir de enero de 2019, las personas cuyo motivo principal de visita es ser empleado por una unidad residente del país visitado son incorporadas a las estimaciones del turismo por vía aérea internacional. Si bien estas personas no se deberían considerar según la definición internacional, quedarán incluidas en las estimaciones mensuales debido a la dificultad de su exclusión. En 2018, se estimó aproximadamente 0,1% de visitantes que ingresan o egresan por este motivo en cada mes.



# OCUPACION HOTELERA

ENCUESTA DE OCUPACION HOTELERA  
INDICADORES AGOSTO DEL 2020



De las 49 localidades que integran la EOH, 38 de ellas presentaron establecimientos abiertos en agosto mientras que en las 11 restantes los establecimientos permanecieron cerrados temporalmente o afectados al alojamiento de personas con aislamiento obligatorio. En las localidades donde hubo apertura de establecimientos, hay 12 cuyos datos no se publican, al no haber información suficiente que garantice criterios de significancia estadística o para no violar la confidencialidad.

El presente informe contiene modificaciones temporales con relación a su presentación habitual. Se muestran únicamente los datos a nivel nacional y para ciertas localidades –sin incluir apertura por categoría de establecimiento

Para agosto de 2020 se estimaron 97.501 pernoctaciones en establecimientos hoteleros y parahoteleros. Esto implica una disminución de 97,4% respecto del mismo mes del año anterior.

Las pernoctaciones de viajeros residentes registraron una caída de 96,9% y las de no residentes disminuyeron 99,7% .

El total de viajeros hospedados fue 30.650, tuvo una variación negativa de 98,1% respecto al mismo mes del año anterior.

La cantidad de viajeros residentes bajó 97,7% y la de no residentes disminuyó 99,8%

**Se registraron 687.509 habitaciones disponibles, 84,0% menos que en agosto de 2019.**

**Las habitaciones ocupadas sumaron 55.514, 97,0% menos que el mismo mes de 2019. La tasa de ocupación de habitaciones (TOH) fue 8,1% .**

**Las plazas disponibles a nivel nacional sumaron 1,7 millones, 85,1% menos que en agosto de 2019.**

**Las plazas ocupadas alcanzaron 97.501, 97,4% menos interanual. de manera interanual. La tasa de ocupación de plazas (TOP) fue 5,7%.**

**Los datos recolectados en agosto de 2020 reflejan una situación atípica, con una gran cantidad de establecimientos cerrados o sin movimiento, lo que afecta la precisión de las estimaciones. Estas deben ser analizadas con cautela, ya que podrían generar conclusiones poco acertadas.**

**97,5 mil pernoctaciones (97,4% menos interanual)**

**30.143 viajeros residentes (98,1% menos interanual)**

**516 viajeros no residentes (99,8% menos interanual)**

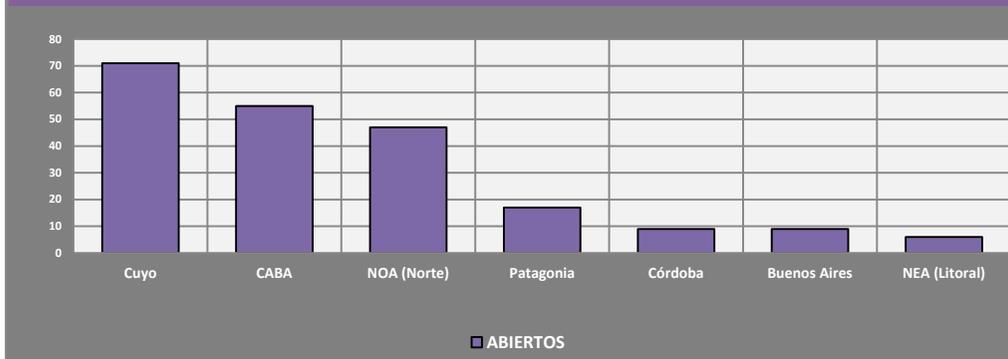
## ¿EN QUE REGION ABRIERON ? -

### AGOSTO 2020 - TOTAL DE HOTELES ABIERTOS

REGION	ABIERTOS	% del total país
Cuyo	71	7,90
CABA	55	25,70
NOA (Norte)	47	22,00
Patagonia	17	2,80
Córdoba	9	4,20
Buenos Aires	9	33,20
NEA (Litoral)	6	4,20



### REGIÓN DONDE FUERON ALOJADOS



Como es de público conocimiento, desde el 20 de marzo se restringió la circulación de personas en todo el país a fin de reducir la exposición al contagio de COVID-19 en el marco de la emergencia sanitaria.

En ese marco el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación resolvió - Resolución 131/20- limitar la actividad de los establecimientos hoteleros. En un primer momento, pudieron brindar alojamiento sólo a los extranjeros varados en Argentina por el cierre de fronteras y a quienes estaban en aislamiento obligatorio.

.Posteriormente se modificaron las restricciones. La provincia de Jujuy fue la primera que permitió la apertura de la actividad turística interna los últimos días de mayo.

A partir de junio, mediante el Decreto de necesidad y urgencia 520/20 y sus prórrogas, el Estado dispuso un nuevo marco normativo para las zonas libres de circulación comunitaria de SARS-CoV-2, en las que rige el distanciamiento social, preventivo y obligatorio sujetos a parámetros epidemiológicos y sanitarios, y a que el sistema de salud pueda dar respuesta suficiente y adecuada a la demanda sanitaria.

En este contexto, algunas provincias autorizaron la apertura de establecimientos para turismo interno con fines recreativos (sujeta a las condiciones de los protocolos sanitarios vinculados al sector turístico). Esta habilitación se limitó principalmente a los turistas residentes de la localidad, corredor o provincia y a localidades cercanas respetando las disposiciones y recomendaciones. A raíz del incremento de casos, varias provincias volvieron a deshabilitar el turismo interno.

**Durante agosto, Catamarca, Chubut, Corrientes, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, San Luis, Tierra del Fuego y Tucumán permitieron el turismo interno.**

En el resto de las provincias se abrieron establecimientos para alojar viajeros por motivos laborales, de fuerza mayor u hospedaje por tratamientos de salud -no COVID-19- fuera de su residencia habitual.

**En agosto de 2020, se presentan estimaciones a nivel país y localidades. Paralelamente, hay establecimientos que continúan prestando exclusivamente servicios no turísticos (no forman parte de las estimaciones de la EOH, y sí del operativo especial Encuesta de Ocupación Hotelera en el Marco de la COVID-19 (EOHMC)).**



***La Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA) informa que se celebró la IV Reunión del Foro Global Reform BnB, con la asistencia de 58 participantes de 22 países. El Foro tiene como misión seguir analizando la informalidad en la industria de la hospitalidad, buscando priorizar la equidad de exigencias para el sector privado.***

La reunión, que se llevó a cabo el 4 de noviembre en modalidad virtual, fue iniciada por los integrantes del Comité Coordinador del Foro Global: Vijay Dandapani, de la Asociación de Hoteles de Nueva York; Didac García y Manel Casals, del Gremi de Hoteles de Barcelona; Bruno Bentley, de Athop, una de las tres asociaciones nacionales de Francia; y Jordi Busquets, representando a FEHGRA.

Hubo tres exposiciones magistrales dictadas por Tom Payne, lobista de ADNBNB, consultora especializada en el mercado de alquiler turístico, quien analizó el comportamiento del negocio del alquiler turístico temporario en algunas zonas del mundo y su posible evolución; Murray Cox, fundador y CEO de Inside AirBnB, un verdadero defensor de la oferta turística formal; y Kelsey Fenety, de la consultora STR, quien expuso acerca del comportamiento de la ocupación y algunos segmentos de negocio en la hotelería tradicional desde el inicio de la cuarentena, la apertura en Europa y su posible evolución finalizado el verano. Las intervenciones hicieron un importante aporte sobre el desempeño del negocio, los cambios en el consumidor en materia de destinos y tiempos en la estadía.

A su vez, se desarrolló un Panel integrado por Marie Audreu, directora de HOTREC, entidad que agrupa a las asociaciones hoteleras europeas; Manolis Psarros, consultor especializado; Julio Facal, por la Asociación de Hoteles y Restaurantes del Uruguay (AHRU); y Mauro Magnani, empresario hotelero, ex vice presidente de Federación de Empresas de Turismo de Chile. Abordaron la situación en cada uno de sus mercados, y se generó un interesante intercambio sobre el ordenamiento a la intermediación del alquiler turístico, denominador común del encuentro y que, a la fecha, no obtuvo casi logros en ninguna parte del mundo.

El encuentro fue moderado por Bruno Bentley.

Por último, Jordi Busquets presentó los avances del Proyecto que, producto de un Convenio entre la Organización Mundial de Turismo (OMT) y el Foro Global ReformBnB, está destinado a crear un Manual de Buenas Prácticas, con casos de éxito que ayuden a los Gobiernos a ordenar la oferta e intermediación del alquiler turístico temporario.

#### Sobre FEHGRA

Desde 1941, la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina representa a toda la actividad del país. Su objetivo es defender los intereses del sector y colaborar en el desarrollo de la hotelería, la gastronomía y el turismo. La entidad agrupa a más de 50.000 establecimientos, nucleado en sus Filiales. La actividad genera 650.000 puestos de trabajo. Su sitio Web es: [www.fehgra.org.ar](http://www.fehgra.org.ar)

*Silvia Montenegro*

*[smontenegro@fehgra.org.ar](mailto:smontenegro@fehgra.org.ar)*

*<http://www.fehgra.org.ar/archivos/9771>*

## FEHGRA: DESAFÍOS SOBRE LA OFERTA ALQUILER TURÍSTICO TEMPORAL A NIVEL MUNDIAL



# CUSTOMER JOURNEY, ELEMENTO CLAVE PARA AFRONTAR EL FUTURO

4 noviembre 2020 -  
Tecnohotelnews -  
Julia González, Only You Hotels

Recuperar la hotelería de los componentes emocionales negativos que trajo el virus no será cosa simple. Miedo, inseguridad, incertidumbre; nuevas normas de seguridad e higiene, distanciamiento social, presupuestos muy ajustados y cambio de la sonrisa por un barbijo. Cierre y baja ocupación.

En crisis como esta, permanecer, intentando ver el lado positivo, revisar los procedimientos y preguntarse si es posible hacer mejor las cosas.

## Manteniendo cliente y al empleado en el centro de la misión y visión de nuestro negocio.

La nota se centra en el **Customer Journey**. Eso es que la estancia de un cliente en el hotel se mide en **momentos clave**, momentos que hay que conocer para saber conquistarlo y garantizar su satisfacción. Son:

**INSPIRACIÓN:** Primera etapa en la que el potencial cliente decide viajar.

**BÚSQUEDA Y COMPARATIVA:** Etapa en la que el cliente decide dónde ir.

**RESERVA:** En este momento el cliente se decide por un destino y, por lo tanto, un hotel.

**VIAJE:** Esta etapa implica el traslado del cliente de su origen al destino elegido.

**EXPERIMENTACIÓN:** Esta es la etapa principal, desde el check in hasta el check out, con todas las interacciones que esto implica.

**COMPARTIR:** Etapa en la que nuestros huéspedes compartirán, ya sea mediante el boca a boca, redes sociales, etc. su experiencia con sus círculos, herramienta de marketing muy importante y gratuita.

El Customer Journey nos permite revisar las necesidades de los clientes en este nuevo contexto y entorno configurado por la COVID-19. Necesidades basadas en la seguridad, confianza, apoyo y orientación.

La nota completa (link al pie) enfatiza y desarrolla esos momentos clave!.

[https://tecnohotelnews.com/2020/11/04/customer-journey-futuro-hoteles/?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=thnews20201106&key\\_user=a9accbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879](https://tecnohotelnews.com/2020/11/04/customer-journey-futuro-hoteles/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=thnews20201106&key_user=a9accbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879)







# ¿QUÉ ES EL LEAN MANAGEMENT PARA HOTELES?

*Por: César Sancho,  
fundador de Nadiria  
12 noviembre 2020*

El **Lean Management para hoteles**, metodología enfocada en la mejora continua en el largo plazo. Propone realizar pequeños cambios escalonados en todos los procesos sumando eficiencia y reduciendo considerablemente los costos.

Está basado en la identificación de la muda o desperdicio, o sea todo aquello que no aporta valor al cliente, y eliminarlo. En esta identificación de valor, no solo tenemos en cuenta al cliente externo, sino también al cliente interno.

Esperas que afecten a los huéspedes, averías constantes, defectos en la calidad, desplazamientos de personas y materiales, almacenes llenos de materiales y productos perecederos o sobreproducciones se consideran desperdicios y son el objetivo a erradicar al trabajar con Lean Management.

Todo ello nos lleva a conseguir la calidad total: aumento del **GRI** (Global Review Index, (que mide la reputación del hotel o restaurante) y del **NPS** (Net Promer Score (que mide la lealtad y fidelización del cliente).

Lean Management es la cultura que adoptaron las empresas japonesas, nacida en el grupo Toyota, aplicada por primera vez en esta empresa por Sakichi Toyoda su fundador y expandida a empresas japonesas después de la segunda guerra. Consiguieron mejorar los resultados tanto en los puestos de trabajo como en las líneas de fabricación, buscando optimizar la producción y la rentabilidad de las empresas.

## En el hotel significará:

### Beneficios comunes en todos los departamentos:

- Producir más y mejor con menos costos.
- Reducción considerable de los re-trabajos.
- Eliminación de la variabilidad en la entrega de los servicios y productos.
- Reducción en las esperas hacia el cliente.
- Reducción de stock en los almacenes.
- Mejora del equilibrio en las cargas de trabajo.
- Conocer con exactitud los tiempos de elaboración de cada proceso cada proceso.
- Aplicar el Just in Time en la entrega de productos o servicios.
- Reducción considerable del Layout. (espacio destinado a realizar una tarea), o cambios en el mismo para hacerlo más polivalente.
- Los resultados ya no dependen de quién realice las tareas porque están estandarizadas. Algo muy importante dada la alta rotación de profesionales que hay en el sector.

### Beneficios en Restaurantes a la carta o Buffet:

- Reducción de los costos de alimentación al producir sobre demanda a través de un cambio de producción de Push a uno de Pull, que nos lleva a una reducción considerable del Over Production.
- Reducción de las esperas de los equipos y clientes.
- Mejora considerable en las auditorias de calidad.
- Reducción de averías.

### Beneficios en housekeeping:

- Reducción en el tiempo de entrega de las habitaciones a los huéspedes en el proceso de Check-in y repaso. Just in Time.
- Aumento considerable en la estandarización de los procesos de limpieza.
- Reducción de accidentes laborales.



Interesantísima nota completa se puede leer en:  
[https://tecnohotelnews.com/2020/11/12/lean-management-hotels/?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=thnews20201115&key\\_user=a9accbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879](https://tecnohotelnews.com/2020/11/12/lean-management-hotels/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=thnews20201115&key_user=a9accbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879)

- Disminución de la rotación de los equipos.
- Mejora en la productividad del departamento.
- Disminución de los costos de lavandería, y productos de limpieza entre otros.

#### **Beneficios en Recepción:**

- Estandarización en los procesos de Check-in y Check-out.
- Reducción de tiempos de espera de clientes en los procesos anteriormente mencionados.
- Mejora en la polivalencia de los equipos.
- Mejora en el control de cargos, anulaciones...
- Reducción de errores que derivan en problemas contables.

#### **Beneficios en servicio técnico:**

- Mejora sustancial de los mantenimientos preventivos.
- Reparaciones en general más efectivas y duraderas.
- Reducción general de los costos de Materiales y recursos varios.
- Aumento de la polivalencia en los equipos.
- Mejora en el control de almacenes y materiales.
- Capacidad para anticiparse a los problemas.

#### **Beneficios en Compras:**

- Mejora en el control de los pedidos, llegadas y salidas.
- Reducción considerable de productos en los almacenes y de los inventarios.
- Optimización general de los recursos necesarios.
- Mejora sustancial en la negociación de las compras.

#### **Beneficios en RR.HH:**

- Reducción del tiempo de contratación y salida de los equipos.
- Mejora considerable de los procesos internos.
- Reducción en las incidencias generales ocasionadas con otros departamentos