



INFORME DEL SECTOR TURÍSTICO RESUMEN EJECUTIVO

FEDERACIÓN EMPRESARIA HOTELERA GASTRONÓMICA DE LA REPÚBLICA ARGENTINA

JULIO 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
18 DE JULIO
de 2021 - 21.00 hs.

DOLAR BLUE DESDE 10 DE ABRIL DEL 2020 - AL 18 DE JULIO DE 2021, 21.00HS



Cómo sacarle un rendimiento al dinero líquido durante el fin de semana

La caución bursátil permitirá obtener un pequeño rendimiento cuando el mercado está cerrado durante el fin de semana.

Por fortuna o por desgracia, **el mercado de capitales en Argentina solo está abierto de lunes a viernes de 11:00 a 17:00**, por lo que **no es posible operar los fines de semana**. O sea, es importante conocer cómo sacarle un pequeño rendimiento al dinero líquido aprovechando estos dos días de descanso (o más si hay feriados). Se trata de la caución bursatil.

Ésta, llamada **"el plazo fijo de la bolsa"**, consiste en un **préstamo entre privados en el que intermedia "el mercado"**. Los dos principales participantes son el tomador y el colocador.

Mientras que **el tomador solicita dinero a cambio de pagar una tasa de interés, el colocador es el inversor que lo presta para cobrar tal ganancia**. Lo interesante es que las contrapartes no se conocen entre sí ya que el intermediario es, como dijimos anteriormente, el mercado, tal como sucede cuando operamos otros instrumentos de inversión.

La principal ventaja de la caución es su seguridad, ya que **el tomador no puede adquirir más dinero del que deja en garantía, incluso el "aforo" le indica que tiene que pedir prestado aún menos**.

Más detalles sobre este instrumento financiero en el link al pie:

<https://www.dolarhoy.com/finanzas-personales/como-sacarle-un-rendimiento-al-dinero-liquido-durante-el-fin-de-semana-202171510410>

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

Dólar, Euro, Real			
Actualizado al 18 de julio de 2021 21.00 hs.			
	MONEDA	COMPRA	VENTA
	dólar oficial prom.	95,62	101,20
	dólar blue	176,00	179,00
	dólar bolsa	165,48	165,64
	dólar solidario	167,06	167,06
	dólar cont. Liqui	166,21	166,44
	euro	113,48	113,58
	euro blue	205,35	211,36
	real	18,59	18,61
	real blue	31,00	36,00



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
12 - feb	146,0	149,0
22 - feb	144,0	147,0
11 - mar	138,0	143,0
18 - mar	141,0	144,0
7 - abril	134,0	139,0
12 - abril	139,0	142,0
19 - abril	140,0	143,0
3 - may	148,0	153,0
18 - may	153,0	156,0
24 - jun	167,0	170,0
1º - jul	166,0	169,0
11 - jul	171,0	174,0
18 - jul	176,0	179,0

7 SENCILLAS FÓRMULAS PARA ANALIZAR EMPRESAS Y TOMAR UNA DECISIÓN DE INVERSIÓN

Utilizando estas herramientas del análisis fundamental, cualquier inversor podrá determinar si conviene invertir en una compañía.

LIQUIDEZ TOTAL: La liquidez total indica la porción del pasivo corriente que está cubierto con activos de rápida realización. Su fórmula es: **Liquidez total = activos corrientes / pasivos corrientes**. Si la situación es mala, el resultado será menor a 1,2; si es normal, estará entre 1,2 y 1,5; si es buena, será superior a 1,5.

ENDEUDAMIENTO: El endeudamiento muestra la proporción de los fondos ofrecidos por los acreedores en relación a aquellos otorgados por los accionistas. **Su fórmula es: Endeudamiento = pasivo total / patrimonio neto**. Si la situación es mala, el resultado será superior a 1; si es normal, estará entre 0,7 y 1; si es buena, estará por debajo de 0,7.

SOLVENCIA: La solvencia hace referencia a la garantía ofrecida por los bienes de la empresa a sus acreedores. **Su fórmula es: Solvencia = activo total / pasivo total**. Si la situación es mala, el resultado será menor a 1,4; si es normal, estará entre 1,4 y 1,5; si es buena, será superior a 1,5.

RENTABILIDAD DEL ACTIVO: La rentabilidad del activo o ROA, por sus siglas en inglés, mide la capacidad efectiva de la empresa para remunerar todos los capitales puestos a su disposición. **Su fórmula es: ROA = (resultado + intereses pagados) x 100 / activo total**. Si la situación es mala, el resultado será menor a 5; si es normal, estará entre 5 y 10; si es buena, será superior a 10.

RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO: La rentabilidad del patrimonio o ROE, por sus siglas en inglés, muestra el porcentaje de remuneración que puede ofrecerse a los capitales propios de la compañía. Muestra las ganancias que los accionistas están obteniendo. **Su fórmula es: ROE = resultado x 100 / (patrimonio neto - resultado)**. Si la situación es mala, el resultado será menor a 3; si es normal, estará entre 3 y 8; si es buena, será mayor a 8.

RENTABILIDAD DE LAS VENTAS: La rentabilidad de las ventas muestra el margen de beneficio que se obtiene por cada dólar vendido. Su fórmula es: **Rentabilidad de las ventas = resultado neto operativo x 100 / ventas del periodo**. Si la situación es mala, el resultado será inferior a 3; si es normal, estará entre 3 y 8; si es buena, la cifra se encontrará por encima de 8.

VALOR LIBRO: El valor libro es un ratio que muestra cuánto valdría la empresa si se liquida todo su patrimonio neto. Su fórmula es: **Valor libro = patrimonio neto / acciones en circulación**. Normalmente, esta fórmula sirve para comparar la cifra con el precio de mercado del activo.

ABRIL DEL 2021 COMPARADO CON ABRIL DEL 2020 - LO QUE MÁS CRECIÓ Y LO QUE MENOS CRECIÓ



ABRIL 2021 - CRECIMIENTO INTERANUAL DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA: 28,3%

HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA COMPARADO A LOS RESTANTES RUBROS: 207,7%

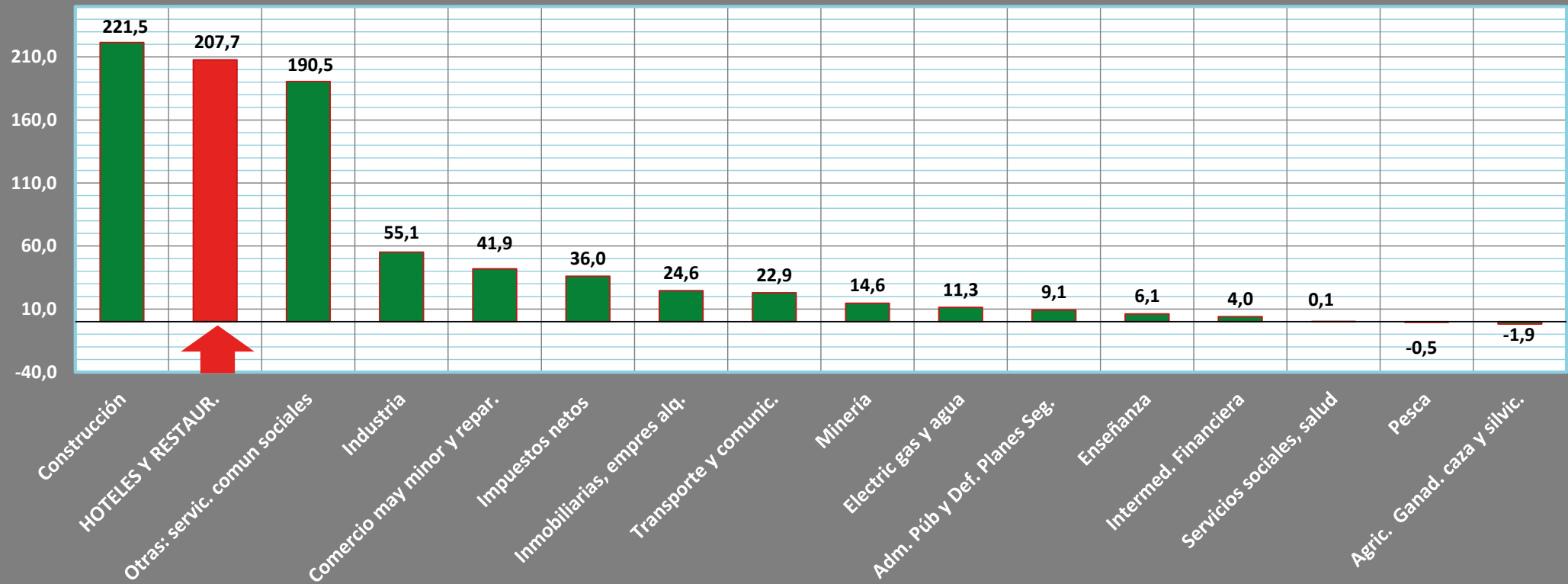
ESTIMADOR MENSUAL DE ACTIVIDAD ECONÓMICA - ESTIMACIÓN PRELIMINAR DE ABRIL DE 2021

En abril de 2021, el Estimador mensual de actividad económica (EMAE) registró una caída de 1,2% con relación a marzo en la medición desestacionalizada y un aumento de 28,3% en la comparación interanual. En el primer cuatrimestre del año el EMAE acumuló un alza de 8,2% interanual. Con relación a igual mes de 2020, trece de los sectores que conforman el EMAE subieron, destacándose la Construcción (+221,5%) y Hoteles y restaurantes (207,7%). Industria manufacturera (+55,1%) fue el sector de mayor incidencia positiva en el nivel general, seguido por Comercio mayorista, minorista y reparaciones (+41,9%). Los dos sectores que cayeron en la comparación interanual fueron Agricultura, ganadería, caza y silvicultura (-1,9%) y Pesca (-0,5%). En conjunto, estos dos sectores incidieron negativamente en 0,3 % en el nivel general.



ACTIVIDAD	% incremento Abril 2021/ Abril 2020
Construcción	221,5
HOTELES Y RESTAUR.	207,7
Otras: servic. comun sociales	190,5
Industria	55,1
Comercio may minor y repar.	41,9
Impuestos netos	36,0
Inmobiliarias, empres alq.	24,6
Transporte y comunic.	22,9
Minería	14,6
Electric gas y agua	11,3
Adm. Púb y Def. Planes Seg.	9,1
Enseñanza	6,1
Intermed. Financiera	4,0
Servicios sociales, salud	0,1
Pesca	-0,5
Agric. Ganad. caza y silvic.	-1,9

CRECIMIENTO INTERANUAL EN % ABRIL 2021 COMPARADO CON ABRIL 2020





TURISMO INTERNACIONAL RECEPTIVO - MAYO 2021

MAYO 2021:

Durante mayo (decreto 274/20 y modificatorias), continuó la prohibición del ingreso al país a extranjeros no residentes en Argentina, salvo los transportistas o tripulantes de cualquier nacionalidad en actividad; los ciudadanos argentinos y residentes en Argentina; extranjeros autorizados por Migraciones (DNM) para actividades laborales o comerciales, misión diplomática, participación en eventos deportivos sujetos a protocolos, motivos de salud, humanitarios, reunificación familiar con argentinos residentes que requirieran visado, o extranjeros parientes de argentinos e ingresaran transitoriamente por razones de necesidad y no requirieran visado; y extranjeros declarados en tránsito hacia otros países con una permanencia en aeropuerto menor a 24 horas. Los ingresos se hicieron sólo por Ezeiza, Aeroparque, Aeropuerto Internacional de San Fernando, Puerto de Buenos Aires y los pasos fronterizos internacionales San Sebastián e Integración Austral, ambos en Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. Las fronteras terrestres permanecieron cerradas, salvo para el comercio internacional y para casos excepcionales bajo los requisitos migratorios y sanitarios vigentes.

En mayo se observó que, los viajes con motivos de vacaciones y ocio, el movimiento receptivo fue nulo. Sin embargo, en la Encuesta de Turismo Internacional entran en la definición de turistas quienes viajan, además de vacaciones y ocio, por trabajo, salud, visitas a familiares y amigos, etc..

En mayo 2021, se estimaron 6,8 mil llegadas de turistas no residentes a la Argentina.



En los primeros 5 meses de 2021 se alcanzaron 62,1 mil llegadas de turistas, 90,6% menos que el mismo período de 2020. El saldo fue negativo en 166,2 miles en los cinco meses (entrados menos salidos)



El saldo de turistas internacionales, (entrados menos salidos) resultó en mayo negativo en 23,3 miles para toda la vía aérea internacional.

La llegada de turistas internacionales enero - mayo por vía aérea fue en un 99,6% por Ezeiza y Aeroparque



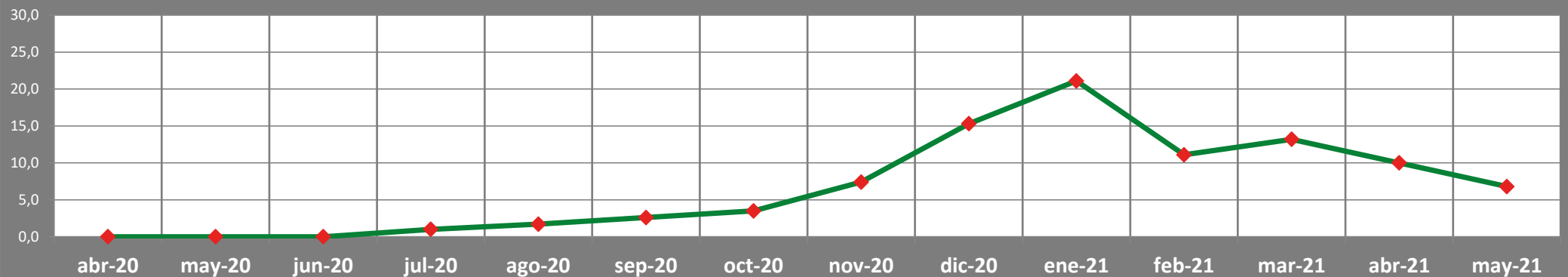
Llegaron en mayo, en miles: de Bolivia, Chile y Paraguay: 0,3 c/u; de Brasil: 0,7; de USA y Canadá: 1,0; de Resto América: 1,4; de Europa: 2,6; del Resto del mundo: 0,2.

Uruguay se encuentra comprendido en el grupo Resto de América en esta publicación, anteriormente se encontraba desagregado.

LLEGADA DE TURISTAS NO RESIDENTES ABRIL 2020 - MAYO 2021 (EZEIZA Y AEROPARQUE).

MES	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	ene-21	feb-21	mar-21	abr-21	may-21
MILES	0,0	0,0	0,0	1,0	1,7	2,6	3,5	7,4	15,3	21,1	11,1	13,2	10,0	6,8

MILES DE TURISTAS POR MES - ULTIMOS 13 MESES



El 30 de abril de 2021, se prorrogó el plazo establecido en el artículo 1 de la decisión administrativa n° 2.252/204, hasta el 21 de mayo inclusive. El 21 de mayo, dicho plazo se prorrogó hasta el 11 de junio. Así, regían: la suspensión de la prueba piloto de ingreso de turistas extranjeros de países limítrofes; la suspensión de autorizaciones y permisos de operaciones de transporte aéreo de pasajeros en vuelos directos con origen o destino el Reino Unido, y como origen Brasil, Chile, México e India; los requisitos para el ingreso al país de quienes tengan la ciudadanía argentina en las mismas condiciones de la antedicha decisión administrativa; la coordinación de las acciones necesarias para determinar los cronogramas de vuelos y la cantidad de pasajeros y pasajeras que ingresarán en forma paulatina y diaria al país, con un tope de 2.000 plazas diarias de ingreso y egreso en vuelos aerocomerciales internacionales de pasajeros y pasajeras. (Nota autor: En julio hubo nuevos cambios, de 2000 a 600 y luego cupos semanales)

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

ENERO A MAYO 2021 TURISMO RECEPTIVO - PERNOCTACIONES Y ESTADIA PROMEDIO

Período	Pernoctes (miles)	Variación interan.	Estadía Promedio	Variación interan.
ene-21	859,3	-78,5	40,8	190,2
feb-21	515,17	-83,2	46,5	223,5
mar-21	597,3	-60,9	45,5	190,2
abr-21	///	///	///	///
may-21	///	///	///	///



OCUPACION HOTELERA

ENCUESTA DE OCUPACION HOTELERA
INDICADORES ABRIL DEL 2021

ABRIL 2021

Relevamiento en el Marco del COVID 19

El 11 de marzo 2021 (decreto n° 167/21) se prorrogó la emergencia sanitaria hasta el 31 de diciembre de 2021; recomendándose restricciones de viajes desde o hacia las zonas de mayor riesgo. El 13 de marzo de 2021, prorrogaron hasta el 9 de abril y el 10 de abril, mediante la decisión administrativa n° 342/21, se prorrogaron hasta el 30 de abril de 2021 todas las disposiciones de la norma n° 2.252/20.

Paralelamente, hay establecimientos hoteleros que siguen prestando sólo servicios no turísticos asociados a la COVID-19, y no forman parte de las estimaciones de la EOH. Desde el INDEC se ahondaron esfuerzos para recabar información sobre la actividad incluida en la emergencia sanitaria. En abril de 2021 en las 49 localidades de la EOH, se identificó 43 establecimientos que prestaron hospedaje sólo a personas COVID +, sospechosos con síntomas y aislados. **Ellos no se consideran turistas.**

OCUPACION TURÍSTICA - ABRIL 2021 - POR REGION-

Plazas ocupadas, Tasa ocup x Habitación, Estadía Promedio.

NOA: 171.415, 23,9%, 1,9. **Centro:** 278.630, 29,4%, 2,6. **Cuyo** 159.918, 22,9%, 2,4. **NEA** 170,466, 21,4%, 1,9. **CABA** 134.751, 16,3%, 2,4. **Pcia. Buenos Aires** 167.920, 15,4%, 2,6. **Patagonia** 352.716, 33,2%, 2,7.

Tasa de ocupación x Hab y Pza en todo el país - Mes de Abril

3,0 millones habitaciones/unidades disponibles; 0,69 millones habitaciones/unidades ocupadas. **Tasa por habitación (TOH) 23% . Fines de semana (TOHFS): 26,4%**

También Abril: 8,1 millones de plazas disponibles, 1,4 millones de plazas ocupadas. **Tasa x plazas (TOP) fue 17,8%. Fines de semana (TOPFS): 21,8%**



Total Pernoctaciones: 1,43 millones



601.256 Viajeros



Argentinos: 592.552 (98,55%)

Extranjeros: 8.704 (1,45%)

Tasa de Ocupacion de Abril 2021- total país



Por Habitación (TOH) = 23,0%



Por Plaza (TOP) = 17,8%

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



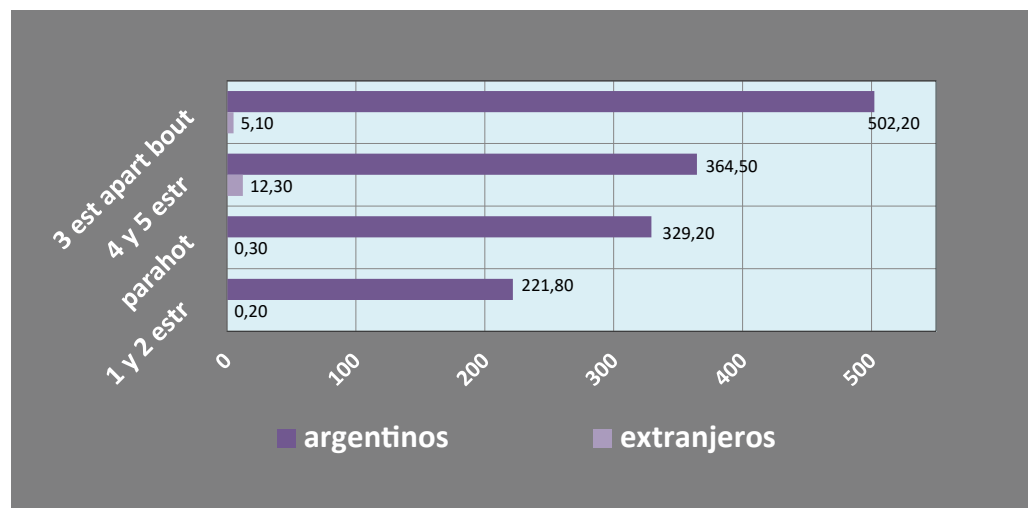
CATEGORIA	LUGAR DE RESIDENCIA	
	argentinos	extranjeros
3 est apart bout	502,2	5,1
4 y 5 estr	364,5	12,3
parahot	329,2	0,3
1 y 2 estr	221,8	0,2

VIAJEROS HOSPEDADOS EN ABRIL DE 2021 S/CATEGORÍA

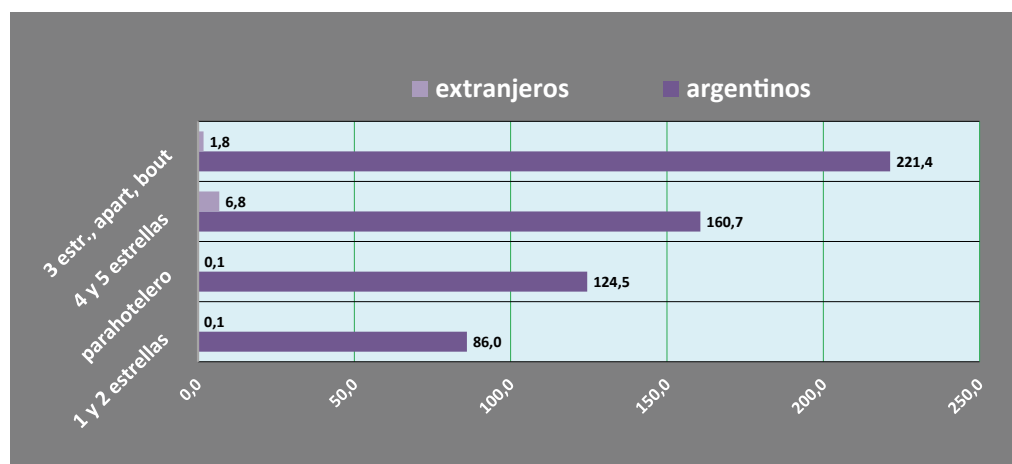


CATEGORIA	LUGAR DE RESIDENCIA	
	argentinos	extranjeros
	<i>en miles</i>	
1 y 2 estrellas	86,0	0,1
parahotelero	124,5	0,1
4 y 5 estrellas	160,7	6,8
3 estr., apart, bout	221,4	1,8
TOTAL	592,5	8,7

PERNOCTES POR CATEGORÍA - ABRIL 2021 (MILES)

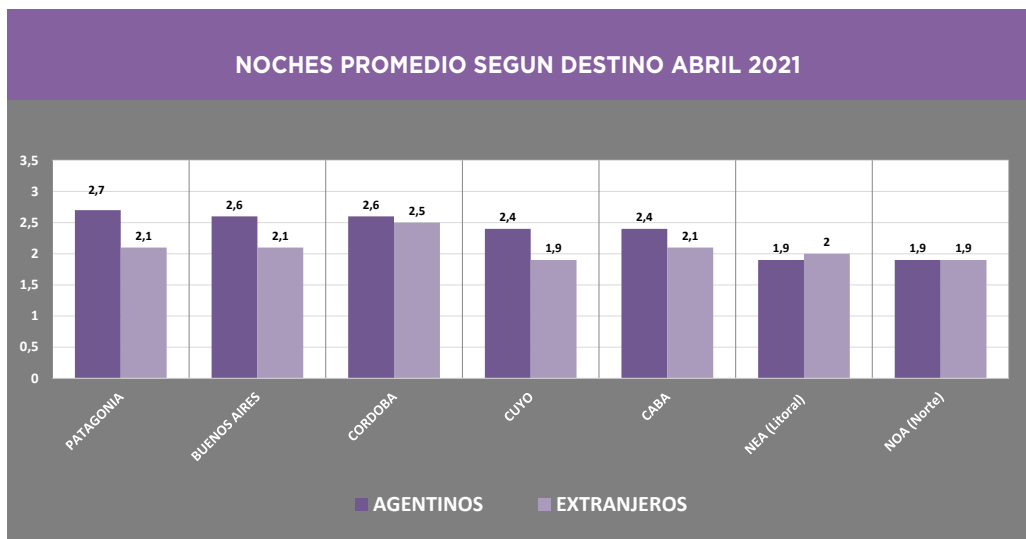
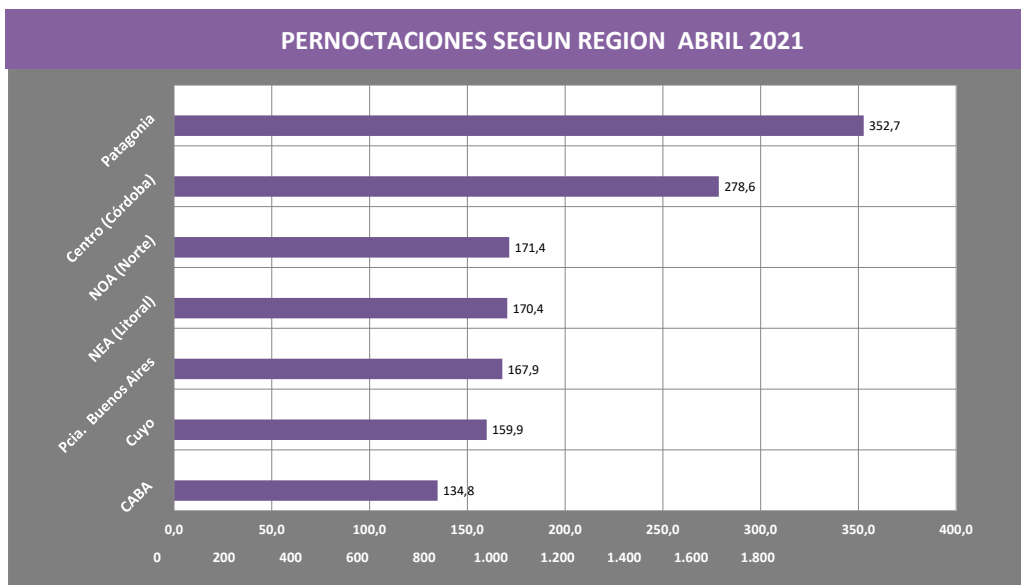


VIAJEROS POR CATEGORIA HOSPEDAJE - (MILES) ABRIL 2021



REGION	abr-21 (miles)
CABA	134,8
Cuyo	159,9
Pcia. Buenos Aires	167,9
NEA (Litoral)	170,4
NOA (Norte)	171,4
Centro (Córdoba)	278,6
Patagonia	352,7

CUÁNTO PERNOCTARON EN PROMEDIO EN ABRIL DE 2021, SEGÚN DESTINO ELEGIDO Estadía promedio según dónde se hospedaron	duración estadía promedio	
	AGENTINOS	EXTRANJEROS
PATAGONIA	2,7	2,1
BUENOS AIRES	2,6	2,1
CORDOBA	2,6	2,5
CUYO	2,4	1,9
CABA	2,4	2,1
NEA (Litoral)	1,9	2
NOA (Norte)	1,9	1,9
GENERAL	2,36	2,09



Destinos elegidos en Abril 2021 - Pernoctes y Viajeros - Estadía Promedio.

Las regiones Patagonia y Córdoba concentraron los mayores porcentajes de las pernoctaciones de los turistas en el mes, 24,6% y 19,4%, respectivamente. Las regiones que hospedaron el mayor número de viajeros fueron Patagonia, 128.490; y Córdoba, 106.865 .

La estadía promedio de los viajeros fue 2,4 noches y la región que presentó la mayor estadía promedio fue Patagonia, 2,7 noches; seguida por las regiones Córdoba y Buenos Aires, con 2,6 noches, en ambos casos

Estadía promedio en Abril de 2021

La estadía promedio de los viajeros fue 2,4 noches, siendo la que presentó mayor estadía promedio la región Patagonia, con 2,7 noches; seguida por las regiones Córdoba y Buenos Aires, con 2,6 noches, en ambos casos .

¿COMO SE DISTRIBUYERON LOS PERNOCTES POR REGION? ABRIL DEL 2021

¿Qué destinos prefirieron los argentinos?

REGION	%
CABA	8,6
Patagonia	24,8
Córdoba	19,6
NEA (Litoral)	11,8
Buenos Aires	11,8
NOA (Norte)	12,0
Cuyo	11,3

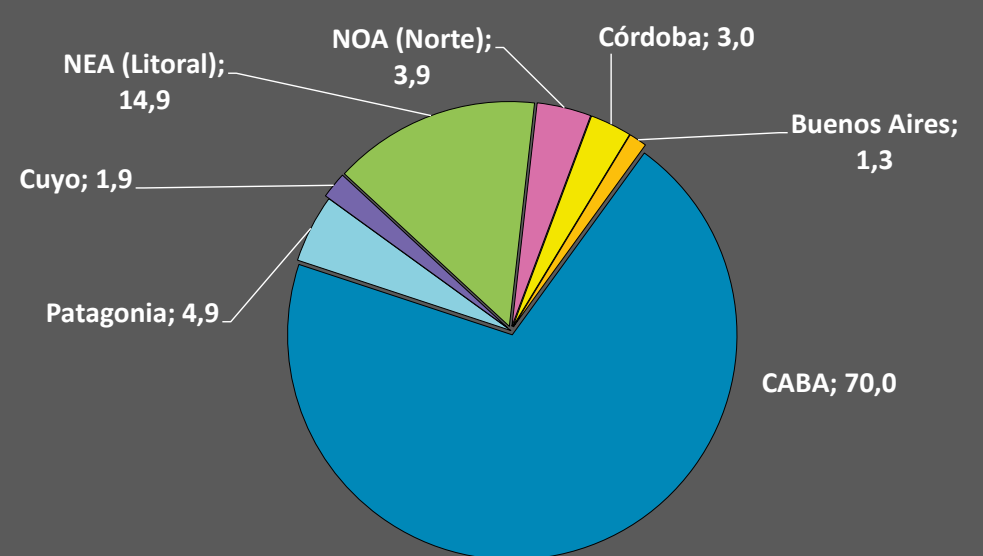
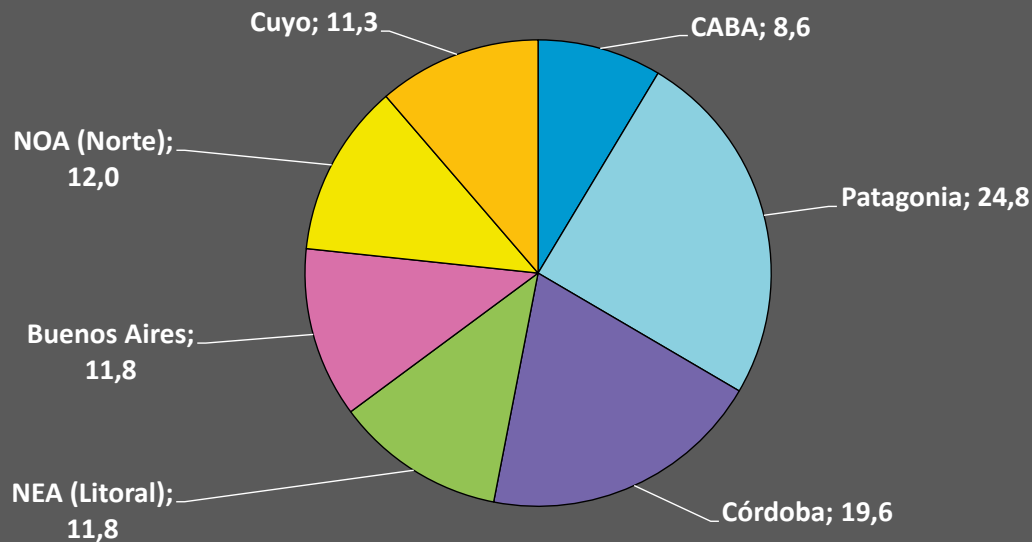
¿Qué destinos prefirieron los extranjeros?

REGION	%
CABA	70,0
Patagonia	4,9
Cuyo	1,9
NEA (Litoral)	14,9
NOA (Norte)	3,9
Córdoba	3,0
Buenos Aires	1,3

ABRIL DEL 2021:

Las pernoctaciones de los viajeros residentes se distribuyeron principalmente entre las regiones Patagonia, 24,8%; y Córdoba, 19,6%.

La región CABA fue preferida por los viajeros no residentes, concentró el 70,0% del total de pernoctaciones; seguida por Litoral, con el 14,9%





INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR JUNIO 2021

INFLACION JUNIO 2021 -

Nivel General: **3,2%** - Restaurantes y Hoteles: **3,1%** .

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

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

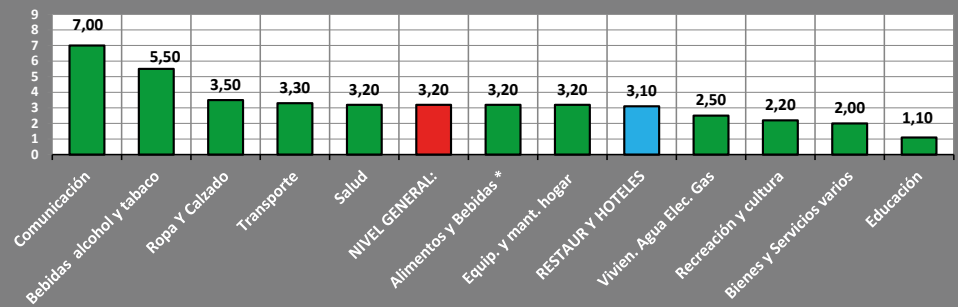
INFLACION TOTAL PAIS	JUNIO 2021 %	ACUMULADA 12 MESES JUNIO	ACUMULA DESDE DICIEMBRE 2020
Comunicación	7,00	28,00	27,50
Bebidas alcohol y tabaco	5,50	48,60	27,90
Ropa Y Calzado	3,50	65,00	29,30
Transporte	3,30	62,2	32,0
Salud	3,20	52,00	24,80
NIVEL GENERAL:	3,20	50,1	25,30
Alimentos y Bebidas *	3,20	53,20	26,40
Equip. y mant. hogar	3,20	50,10	22,40
RESTAUR Y HOTELES	3,10	48,80	27,30
Vivien. Agua Elec. Gas	2,50	28,20	13,10
Recreación y cultura	2,20	49,00	20,80
Bienes y Servicios varios	2,00	34,40	17,10
Educación	1,10	39,60	37,20

Variación % mensual por categorías

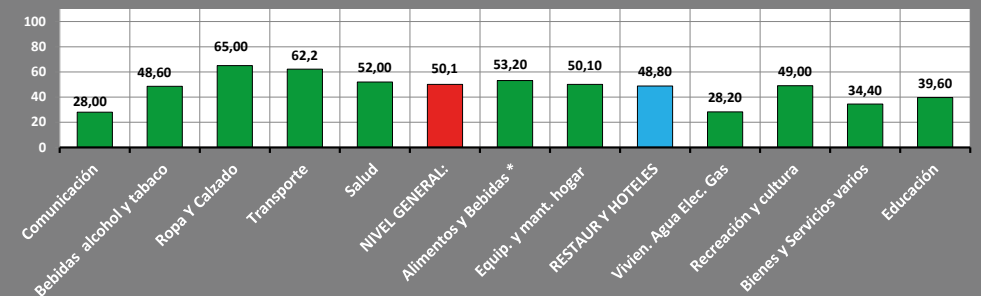
Bienes	3,40
Servicios	2,70
Estacionales	0,50
IPC Núcleo	3,60
Regulados	3,20

* no alcohólicas

INFLACION MES DE JUNIO 2021 (en %)



Inflación Acumulada desde JUNIO 2020 a JUNIO 2021



JUNIO 2021.

El Nivel general del Índice de precios al consumidor (IPC) aumentó en junio de 2021 3,2% y en los primeros seis meses del año 25,3%. La división de mayor incremento en el mes fue la de Comunicación (0,7%) , impulsada principalmente por el aumento en telefonía móvil y, en menor medida, el servicio de conexión a internet. Bebidas alcohólicas y tabaco (5,5%) fue la segunda división de mayor aumento mensual, donde el alza de cigarrillos tuvo la mayor incidencia.

La suba en Alimentos y bebidas (3,2%) fue la de mayor incidencia, explicada sobretodo por los aumentos en Carnes y derivados; Leche, productos lácteos y huevos; Pan y cereales; Aceites, grasas y manteca; y Café, té, yerba y cacao. Estas alzas se compensaron por bajas en Frutas, y en Verduras, tubérculos y legumbres. Las dos divisiones de menor aumento en el mes fueron Educación (1,1%) y Bienes y Servicios Varios (2,0%).

La categoría **ESTACIONALES** (0,5%) fue la de menor suba del mes. El alza en cigarrillos y servicios de telefonía e internet impactaron en los **REGULADOS** (3,2%). El aumento del Gas explicó el alza de Vivienda, agua, electricidad y gas (2,5%)-. **EL IPC NÚCLEO** fue la categoría que más subió en el mes (3,6%).

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



FEHGRA

PARTICIPA EN LA REUNIÓN REGIONAL TRIPARTITA PARA LA RECUPERACIÓN SOSTENIBLE DEL TURISMO, ORGANIZADA POR LA OIT - POR TURISMO530 -JUNIO 30, 2021

Este miércoles, 30 de junio, Graciela Fresno, presidente de FEHGRA, integra el panel en representación del sector Empleador. Participan del encuentro alrededor de 200 delegados de los Gobiernos, Empleadores y Trabajadores de América Latina y el Caribe.

Del 30 de junio al 2 de julio, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) lleva a cabo la “Reunión Regional Tripartita sobre el Futuro del Trabajo y la Recuperación Sostenible de la COVID-19 en el sector del Turismo”, convocando a casi 200 delegados de los países de la región.

Organizada en formato virtual, el encuentro está presidido por Argentina, representada por el ministro de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, Claudio Moroni. Cuenta con la participación de representantes de la OIT, la Organización Mundial de Turismo (OMT), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y, conforme a las disposiciones de diálogo tripartito en la OIT, con delegados de los Gobiernos, los Empleadores y los Trabajadores de todos los países de América Latina y el Caribe.

Hoy, 30 de junio, la presidente de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA), Graciela Fresno, integra el Panel de Alto Nivel en representación del sector Empleador, junto a la ministra de Comercio Exterior y Turismo del Perú, Claudia Cornejo; y al ministro de Trabajo de República Dominicana, Miguel Camps. El Panel, presidido por Claudio Moroni, tiene como objetivo explorar los retos y oportunidades para promover una recuperación sostenible de la pandemia de la COVID-19 y conocer las respuestas de las política nacionales.

En el encuentro, en representación de FEHGRA, también está presente el asesor Jordi Busquets.

El eje central de la Reunión es la identificación de los principales retos para las políticas existentes o futuras para avanzar en el Trabajo Decente y el Turismo Sostenible. Analizarán cuatro temas prioritarios: la digitalización del sector turístico, gestión de los recursos humanos y desarrollo de competencias; la transformación productiva, transición ambiental justa y turismo rural comunitario; la seguridad y salud en el trabajo para una recuperación segura; y los mecanismos de coordinación pública privada para un sector turístico sostenible.

Participan representantes de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, entre otros países.

<https://www.turismo530.com/2021/06/fehgra-participa-en-la-reunion-regional-tripartita-para-la-recuperacion-sostenible-del-turismo-organizada-por-la-oit/>



¿TODO PREPARADO PARA RECIBIR A LOS TURISTAS? 12 JULIO 2021 - POR: MARCO TABOAS

No sé las veces que he escuchado esto en boca de empresas turísticas, políticos y periodistas: ¿Estamos de verdad preparados para recibir de nuevo a los turistas?, ¿qué turistas van a venir?, ¿lo sabemos?, ¿nos hemos parado a pensar qué quieren?, ¿en qué tenemos que ayudarles?, ¿qué vamos a ofrecerles para diferenciarnos? Me temo que la respuesta a todas estas preguntas es no. Las empresas del sector, siguen, salvo honrosas excepciones, haciendo más de lo mismo: limitarse a abrir sus puertas y esperar a que lleguen los clientes por sí mismos, sin hacer un esfuerzo de captación o evolución.

TRANSFORMAR EL TURISMO PARA EVOLUCIONAR EL MODELO

Si hay algo que tengo claro después de años trabajando en proyectos de digitalización o transformación empresarial, es que estos planes no funcionan (nunca) si no se piensa bien la idea que se va a llevar a cabo. Y esto que parece tan evidente, no suele hacerse en casi ningún caso. Se planifica y se trabaja muy duro para poner en marcha algo espectacular en nuestra cabeza, pero en muy pocas ocasiones nos paramos a pensar o poner en duda el modelo de negocio que tenemos en mente.

El viajero de hoy es completamente diferente al de hace 40 años y, sin embargo, seguimos trabajando con ese mismo modelo, que evidentemente, cada vez más, nos distancia del turista y nos deja sin el control sobre el producto que ofrecemos.

EVOLUCIÓN + ESTRATEGIA

Las compañías están en constante evolución y esto significa que debemos transformarnos, entendiendo los nuevos ecosistemas, las plataformas de venta y los cambios que se producen en los consumidores, incluida en esta ocasión, la llegada del COVID.

Me pregunto si recientemente alguien del sector ha probado a meterse en el pellejo de un viajero y ha pasado por la misión imposible de encontrar datos claros que le permitan entender si para disfrutar sus vacaciones en uno u otro destino necesita enseñar una prueba PCR o de antígenos al llegar al aeropuerto, hacer cuarentena a la llegada o a la salida del destino, ir vacunado con la pauta completa, con una dosis, o si antes debe reunir las mismísimas cinco gemas del infinito y el guantelete de Thanos. Porque ni siquiera los interlocutores que trabajan de cara al cliente lo tienen claro. A mí se me quitarían las ganas de viajar, honestamente.

¿Cuántos se han parado a estudiar y reescribir su propuesta de valor? Algo que es básico en cualquier empresa y que parece que en el ecosistema del turismo no se plantea mucha gente.

¿SABEMOS QUÉ DESEA EL TURISTA?

(sigue)

Para ver la nota completa hacer click en el link:

https://tecnohotelnews.com/?p=65299?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=thnews20210710&key_user=a9accbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879





¿CÓMO GESTIONAR LAS REDES SOCIALES DE TU HOTEL? 10 ASPECTOS CLAVE

ÇTecnohotel Marketing
2 de julio 2021

El COVID-19 ha disparado el número de nuevos usuarios en redes sociales con un crecimiento del 13% en 2020, según datos del informe Digital 2021 elaborado por Hootsuite y We are social.

El confinamiento domiciliario, las restricciones en movilidad y los toques de queda han transformado los comportamientos de los usuarios en redes sociales. Estos cambios abren una puerta a las marcas para que adapten sus contenidos y entren de lleno en los dispositivos de los consumidores.

En este contexto y, aprovechando la celebración del Día Mundial de las Redes Sociales, la agencia 3AW ha preparado un decálogo de buenas prácticas con el fin de potenciar la imagen de nuestra marca o empresa en canales como Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram o Tik Tok y difundir contenido de forma eficaz y exitosa. Así se llaman, y en el link la nota completa.

1. Planificar, sí, pero también flexibilizar
2. Engánchate a la conversación del día
3. Reinventarse o morir
4. ¿Empleados influencers?
5. Lo poco gusta, lo mucho cansa
6. En redes sociales, menos es más
7. “Si no puedes con el enemigo, únete a él”
8. Sincronízate con el equipo creativo
9. Sé una voz, no un bot
10. Construye una identidad visual corporativa

Nota completa en el link:

https://tecnohotelnews.com/?p=65097?utm_source=newletter&utm_medium=email&utm_campaign=thnews20210701&key_user=a9accbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879





DEBATIENDO SOBRE LA RECETA UNA ALIMENTACIÓN EQUILIBRADA

El 14 de julio, Expoagro Digital YPF Agro organizará un nuevo webinar sobre los “Nuevos escenarios de Alimentación”. Los organizadores destacan que, si bien Argentina es uno de los mayores productores de alimentos de la región, la alimentación de su población es desequilibrada, y subrayan sobre las grandes oportunidades de reformulación.

Hace tiempo se presentan tendencias de reconfiguración de los sistemas alimentarios y de la nutrición, más aún con el COVID-19 y la influencia de las redes sociales. Los consumidores están cada vez más atentos al cuidado de la salud, la belleza y el ambiente. En este sentido, se han vuelto cada vez más exigentes al momento de elegir un producto para alimentarse. Frente a este escenario, las respuestas son infinidad de productos alternativos, como por ejemplo: las proteínas vegetales que reemplazan parcial o totalmente a la de origen animal.

El director del Programa de Bioeconomía de la UBA, Fernando Vilella, señaló: “Estamos en un contexto donde la nutrición humana en Argentina está muy desbalanceada”, y detalló: “Lamentablemente, hay desnutrición en una porción de nuestros compatriotas, dónde lo más llamativo son los excesos de peso y obesidad que atraviesan desde niños hasta adultos. Hay nuevas opciones y también industrias tradicionales como la de la carne vacuna que en Argentina tiene liderazgo y que constituye en el país una fuente de trabajo para varios cientos de miles de trabajadores a nivel de la cadena”.



Si bien es un país muy rico en cuanto a recursos naturales, y uno de los mayores productores de alimentos de la región, la alimentación es desequilibrada, pero con muchas oportunidades de reformulación.

Sobre todos estos puntos, conversarán expertos de primer nivel en el próximo webinar de Expoagro Digital YPF Agro, denominado: “Nuevos escenarios de alimentación”. En esta ocasión, el ingeniero agrónomo Fernando Vilella hablará con Agustín Belloso, cofundador y CEO en Tomorrow Foods; Sergio Britos, licenciado y profesor UBA en Nutrición; y José Lizzi, líder en Ganadería de CREA.

La cita será el miércoles 14 de julio a las 10, un evento de acceso libre y gratuito que será transmitido a través de la plataforma Expoagro Digital YPF Agro.