



# INFORME DEL SECTOR TURÍSTICO RESUMEN EJECUTIVO

FEDERACIÓN EMPRESARIA HOTELERA GASTRONÓMICA DE LA REPÚBLICA ARGENTINA

MAYO 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 18/05/2020 11.00hs

DIA Y MES	COMPRA	VENTA
07-abr	80,0	85,0
10-abr	80,0	85,0
13-abr	86,0	89,3
15-abr	92,0	96,0
16-abr	95,0	100,0
17-abr	100,0	105,0
20-abr	96,0	105,0
21-abr	99,0	107,0
22-abr	100,0	110,0
23-abr	105,0	115,0
24-abr	107,0	117,0
27-abr	108,0	118,0
28-abr	110,0	120,0
30 -abr	111,0	121,0
4- may	110,0	120,0
11-may	114,5	124,5
15-may	123,0	133,0

que se realicen en moneda extranjera (y el comprador no los abone con dólares atesorados previamente).

Además, esta cotización sirve como referencia para la adquisición de dólar ahorro, cuya operación está alcanzada por el tributo del 30% definido en la Ley de Solidaridad y reactivación productiva. Esta compra se encuentra limitada a 200 dólares mensuales, si se realiza de forma virtual o a 100 dólares si se opera por ventanilla.

## Corrida cambiaria del Dólar Blue desde la cuarentena

### 18 DE MAYO- CLARÍN ECONOMÍA.

El dólar blue hoy lunes 18 de mayo cotiza a \$128 para la compra y \$138 para la venta. La brecha entre el blue y el dólar oficial superó el 90 por ciento. Durante la semana pasada, el dólar blue registró un fuerte aumento y alcanzó un máximo histórico. Por el momento, se mantiene sin variaciones. El valor del dólar blue se establece de un promedio entre las diferentes casas de cambio mientras que el dólar oficial, que se adquiere en los bancos, tiene una cotización establecida.

### LA NACIÓN

Hoy, 18 de mayo, el dólar turista cotiza en promedio a \$91,08 . En relación a la última cotización, el dólar turista muestra una suba ya que anteriormente se había negociado a \$91,06. El dólar turista es utilizado en las operaciones de compra de pasajes, productos y servicios en el exterior, siempre

## DOLAR BLUE DESDE LA CUARENTENA



### INFOBAE 18 mayo - 3 hs.

El dólar blue hoy lunes 18 de mayo de 2020 abre en máximos históricos, en un contexto en que el Gobierno analizaba la contraoferta que realizaron tres grupos de acreedores privados.

En tanto, la autoridad monetaria continuaba emitiendo pesos para contrarrestar los severos efectos económicos del coronavirus (Covid-19) y tomaba medidas para frenar la sangría de reservas internacionales.

La presión a los dólares paralelos, en un contexto de cepo cambiario, ocurría en medio de una crisis económica mundial por los efectos de la pandemia. La autoridad monetaria vendía divisas en el mercado spot y también intervenía en el de futuros para mantener a raya el dólar oficial, mientras el real brasileño rozaba las 6 unidades por dólar.

Dólar, Euro, Real			
28 de abril 2020 22.00 hs.			
	MONEDA	COMPRA	VENTA
	dólar oficial prom.	65,41	70,49
	dólar blue	128,00	138,00
	dólar bolsa	119,15	119,15
	dólar turista	90,68	90,68
	dólar cont. Liqui	122,56	122,56
	euro	70,58	75,80
	real	12,36	13,86

fuentes elaboración propia sobre dolarhoy.com



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

### FEBRERO DE 2020:

El Estimador Mensual de Actividad Económica (EMAE) mostró en febrero una caída de **2,2%** con relación a febrero de 2019, acumulando una retracción de **2,0%** en el primer bimestre.

En términos desestacionalizados, el EMAE descendió 1,1% con respecto a enero. Los Impuestos netos (-4,6%) son el rubro que incidió más negativamente en la variación del nivel general (-0,8 p.p.). De los 8 sectores con caída interanual Construcción (-20,4%), Intermediación financiera (-7,8%) y Comercio (-1,6%) fueron los de mayor incidencia negativa. De los 7 sectores con aumento interanual, en cuanto a incidencia positiva en el Índice primero fue Explotación de Minas y Canteras (+3,5%), el segundo fue **Hoteles y Restaurantes (+1,6%)** y en tercer lugar Enseñanza (+0,6%).

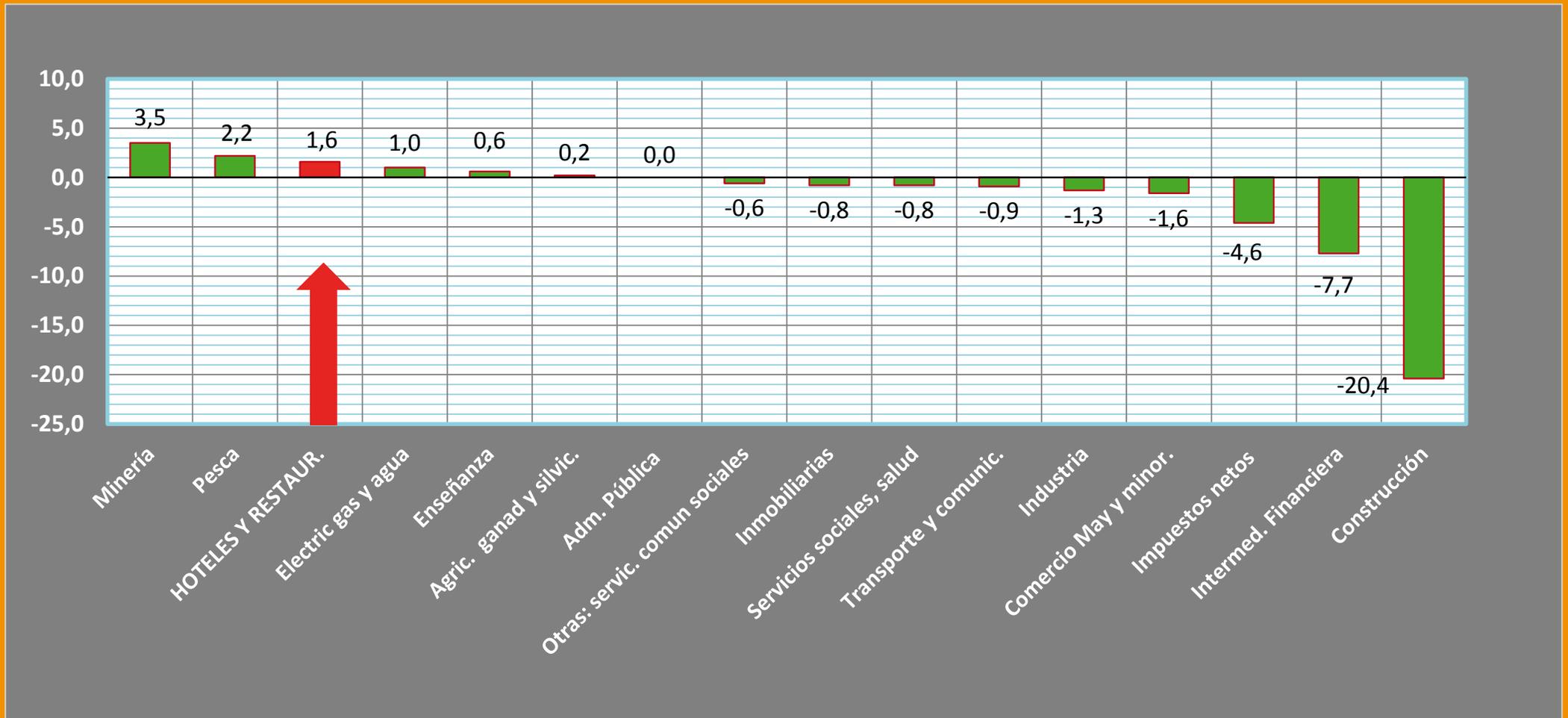
LO QUE MASCRECIO  
Y LO QUE MENOS  
CRECIO



## FEBRERO 2020 RESPECTO A FEBRERO 2019

ACTIVIDAD	% incremento Febrero 2020 / Febrero 2019
Minería	3,5
Pesca	2,2
<b>HOTELES Y RESTAUR.</b>	<b>1,6</b>
Electric gas y agua	1,0
Enseñanza	0,6
Agric. ganad y silvic.	0,2
Adm. Pública	0,0
Otras: servic. comun sociales	-0,6
Inmobiliarias	-0,8
Servicios sociales, salud	-0,8
Transporte y comunic.	-0,9
Industria	-1,3
Comercio May y minor.	-1,6
Impuestos netos	-4,6
Intermed. Financiera	-7,7
Construcción	-20,4

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





# TURISMO INTERNACIONAL RECEPTIVO MARZO DE 2020 Y 1<sup>ER</sup> TRIMESTRE DEL 2020

En el presente informe se muestran los datos del movimiento mensual y acumulado referidos al turismo receptivo de la totalidad de los aeropuertos internacionales del país por vía aérea internacional además de las estimaciones provenientes de la Encuesta de Turismo Internacional (Indec) sobre cantidad de turistas y pernoctaciones de marzo de 2020 para el Aeropuerto Internacional de Ezeiza y el Aeroparque Jorge Newbery.

Para el primer trimestre se agregan los datos referidos al gasto total y al gasto diario promedio para el Aeropuerto Internacional de Ezeiza y el Aeroparque Jorge Newbery, los otros aeropuertos internacionales.

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

Marzo 2020 en miles y % - Variación Interanual - 1º trimestre 2020

AEROPUERTOS	arribos marzo	V.I. mes %	1er trim. 2020	V.I. trimestre %
<b>TOTAL</b>	<b>110,2</b>	<b>-58,8</b>	<b>663,0</b>	<b>-21,0</b>
Ezeiza y Aerop	97,3	-59,0	594,5	-20,0
Mendoza	4,6	-62,0	23,1	-35,6
El Palomar	3,5	-48,2	17,4	-8,0
Cordoba	2,8	-57,7	16,6	-28,6
Resto Aer.	1,2	-32,1	11,8	-9,4
Rosario	1,0	-65,4	4,5	-50,0
Tucuman	0,3	52,6	0,9	-38,8
Salta	0,2	-75,0	1,1	-65,9

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

**En marzo de 2020, se estimaron 110,2 mil llegadas de turistas no residentes a la Argentina, con una baja interanual de 59%.**



**Por Ezeiza y Aeroparque: entraron 97,3 mil (el 89,7% del total). Por Mendoza: 4,6 miles, por Córdoba: 2,8 miles, Rosario: 1 mil, Salta 0,2; Tucumán: 0,3 y El Palomar 3,5 mil**



**El saldo de turistas internacionales para el mes de marzo de 2020 fue negativo en 27,5 mil llegadas para toda la vía aérea internacional.**

**En el primer trimestre hubo 663 mil llegadas de no residentes, lo cual implicó un descenso interanual de 21%.**



**A través de los aeropuertos de Ezeiza y Aeroparque llegaron 89,7% de viajeros; el resto de aeropuertos recibió el 10,3%**



**Para el primer trimestre de 2020, el saldo de turistas internacionales por toda la vía aérea fue negativo en 109,8 mil llegadas.**

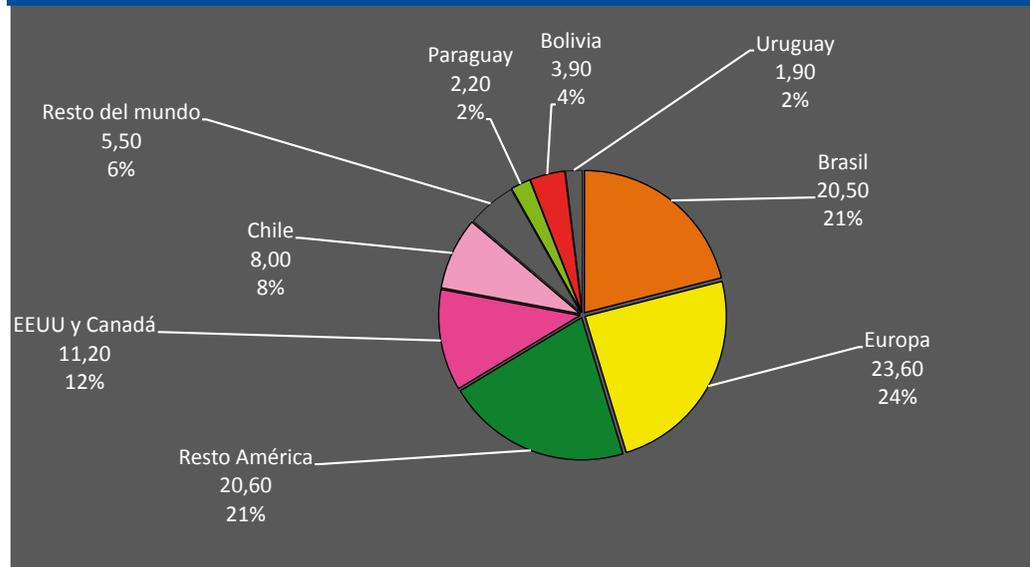
## LOS QUE LLEGARON ¿DE DÓNDE VINIERON? (Ezeiza y Aeroparque)

### MARZO 2020 (en miles) y V. Interanual

AEROPUERTOS INTERNACIONAL DE EZEIZA Y JORGE NEWBERY			
País de origen	(miles)	%	var. Int.en %
Brasil	20,50	21,07	-63,50
Europa	23,60	24,25	-62,30
Resto América	20,60	21,17	-32,30
EEUU y Canadá	11,20	11,51	-68,50
Chile	8,00	8,22	-2,80
Resto del mundo	5,50	5,65	-71,20
Paraguay	2,20	2,26	-52,00
Bolivia	3,90	4,01	-24,80
Uruguay	1,90	1,95	-59,10
<b>TOTAL</b>	<b>97,30</b>	<b>100,10</b>	<b>-59,00</b>

Llegaron 24,8 mil turistas procedentes de Europa (una disminución interanual de 62,5%). Le sigue el grupo "Resto de América", de donde llegaron 23,9 mil turistas, con una caída de 33,6% interanual; y en tercer lugar 23,5 mil brasileños (con un descenso de 62,1% interanual). En el resto de los aeropuertos, sacando Ezeiza y Aeroparque, el turismo receptivo registró una baja de 57,8%, respecto del mismo mes del año anterior. Los principales emisores fueron: el bloque de países que conforman "Resto de América", Brasil y Chile.

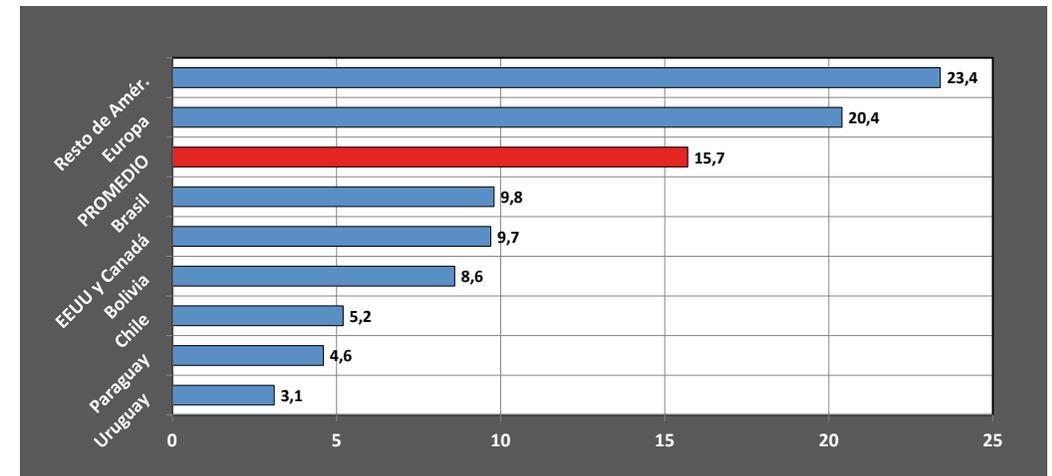
### MILES DE TURISTAS S/PROCEDENCIA - MARZO 2020



## CUÁNTAS NOCHES SE QUEDARON - MARZO 2020 Llegados a Aeroparque y Ezeiza.

los que vinieron de...	noches
Uruguay	3,1
Paraguay	4,6
Chile	5,2
Bolivia	8,6
EEUU y Canadá	9,7
Brasil	9,8
<b>PROMEDIO</b>	<b>15,7</b>
Europa	20,4
Resto de Amér.	23,4

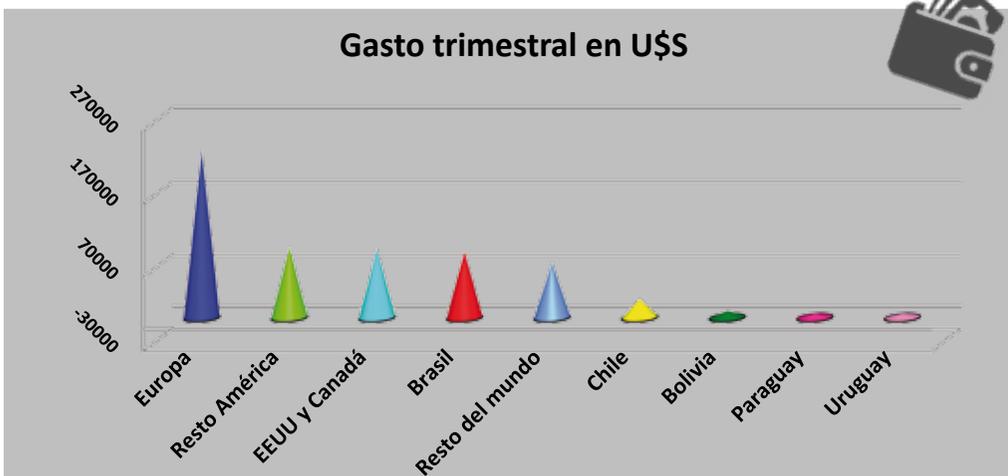
Marzo 2020: La estadía promedio de los turistas extranjeros fue 15,7 noches. La mayor se observó en los provenientes de los países que componen el bloque "Resto de América", con 23,4 noches; luego le siguió Europa, con 20,4 noches. Se registraron 1.526,1 miles de pernoctaciones de turistas no residentes, 51,3% menos con respecto a marzo de 2019.



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

## CUÁNTO GASTARON SEGÚN DE DÓNDE VINIERON (EZEIZA Y AEROPARQUE) - 1º TRIMESTRE DE 2020. EN QUÉ GASTARON LO QUE TRAJERON (TOTAL PASOS) 2019 - 2020 VARIACIÓN INTERANUAL

AEROPUERO EZEIZA Y AEROPARQUE JORGE NEWBERY			
País de origen	tur.(miles)	%	Gasto miles U\$S
Europa	156,20	26,27	229763,00
Resto América	91,30	15,36	97266,00
EEUU y Canadá	88,30	14,85	95795,00
Brasil	130,30	21,92	90990,00
Resto del mundo	42,20	7,10	76591,00
Chile	47,50	7,99	26184,00
Bolivia	17,50	2,94	9864,00
Paraguay	11,80	1,98	6518,00
Uruguay	9,30	1,56	6204,00
<b>TOTAL</b>	<b>594,50</b>	<b>99,98</b>	<b>639175,00</b>



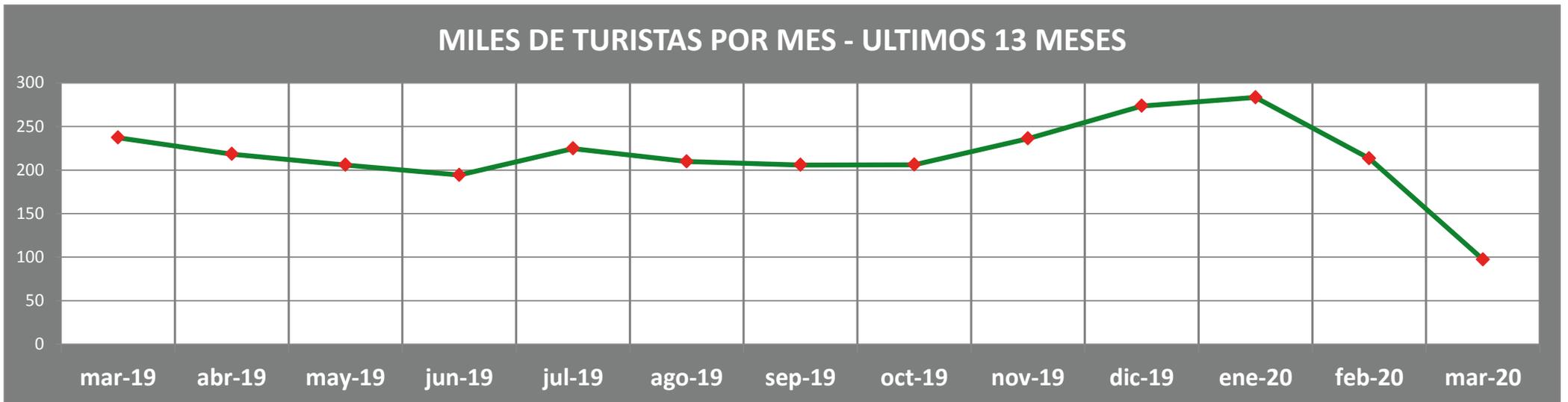
Fuente : ETI - Datos estimados a través de la Encuesta de Turismo Internacional - INDEC Dirección de Estadísticas Básicas de la Balanza de Pagos.

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



## LLEGADA DE TURISTAS NO RESIDENTES DESDE MARZO DE 2019 (EZEIZA Y AEROPARQUE) EXPLICACION CAMBIOS METODOLOGICOS CAUSADOS POR LA CUARENTENA

MES	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	ene-20	feb-20	mar-20
MILES	237,1	218,3	205,8	194,2	224,6	209,8	205,8	206,1	236,1	273,5	283,3	213,3	97,3



### Nota aclaratoria: El impacto de la COVID-19 en el operativo Estadísticas de Turismo Internacional

Como es de público conocimiento, a partir del 20 de marzo 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.

Por decreto n° 260/2020, desde el jueves 12 de marzo quedaron suspendidas las llegadas de los vuelos internacionales de pasajeros que unen la Argentina con destinos considerados de riesgo. Sólo Aerolíneas Argentinas fue exceptuada y continuó operando con un plan de contingencia para la repatriación de connacionales a partir del 17 de marzo, con posteriores modificaciones y ampliaciones a la restricción para el ingreso y egreso de pasajeros por todos los pasos fronterizos.

En cuanto al operativo de campo de la Encuesta de Turismo Internacional (ETI), desde los primeros días de marzo se suspendió la encuesta presencial en arribos del Aeropuerto de Ezeiza, a fin de proteger al personal afectado. El 15 de marzo, Ministerio de Salud mediante, fue suspendido en los restantes pasos fronterizo.

Recordemos que por recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo receptivo se estima al momento de su salida y el turismo emisor al momento de su regreso al país. En ambos casos, la información es brindada por la Dirección Nacional de Migraciones.

Por lo tanto, con el objetivo de no discontinuar la serie estadística y ofrecer puntualmente a los usuarios información relevante y oportuna, el equipo técnico realizó una modificación temporal de la metodología de estimación vigente para reflejar el comportamiento del turismo en el marco de la COVID-19. Se utilizaron las salidas de residentes argentinos para estimar el turismo emisor y las entradas de no residentes para estimar el turismo receptivo, a partir de lo cual se realizaron las estimaciones del gasto y de las pernoctaciones.

Para mayor información se puede consultar la Metodología INDEC n° 29, disponible en: [https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/eti\\_aspectos\\_metodologicos\\_2018.pdf](https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/eti_aspectos_metodologicos_2018.pdf)



# OCUPACION HOTELERA

INDICADORES FEBRERO 2020

## FEBRERO 2020

Para febrero de 2020 se estimaron 5,6 millones de pernoctaciones en establecimientos hoteleros y parahoteleros, representando una suba interanual de 7,9%. Las pernoctaciones de viajeros residentes registraron una suba de 9,7% y las de no residentes disminuyeron 0,3%.

El total de viajeros hospedados fue 2,0 millones, igual cifra que el mismo mes del año anterior. La cantidad de viajeros residentes subió 0,5% y la de no residentes bajó 1,8%. El 79% del total de hospedados fueron residentes en Argentina.

En términos desestacionalizados, las pernoctaciones totales disminuyeron 1,7% en febrero con respecto al mes anterior; y la tendencia-ciclo presentó una variación negativa de 0,3% .

## FEBRERO 2020

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

**NOA:** 37,2%; 9%; 1,9; **Centro:** 63,0%; 5,0; 3,3; **Cuyo** 43,8%; 7,3%; 2,6; **NEA** 45,6%; 3,9%; 2,2; **CABA** 51,1%; -3,0%; 2,3 **Pcia. Buenos Aires** 61,8%; 18,7; 4,5; **Patagonia** 59,9%; 7,5%; 2,5.

## FEBRERO 2020: Total país - Ocupación x Plaza y Habitación

**TOH 53,4%**, v. interanual **1,5%**. Hab. disponibles: 4,5 millones; (3,5% más que febrero 2019). Hab. ocupadas 2,4 millones (4,1% de suba interanual). Fines de semana (**TOHFS**) **56,0%** (-1,1% v.i.)

**TOP 45,1%**, v. interanual **1,6%**. Plazas disponibles 12,4 millones (+ 5,3% interanual); Plazas ocupadas 5,6 millones (+ 7,9% interanual). Fines de semana (**TOPFS**) **47,9%** (-0,2% v.i.)



**Total de Pernoctaciones: 5,59 millones** (7,9% más que febrero 2019). De argentinos: subieron 9,7%. De extranjeros: bajaron 0,3%



**Se hospedaron 1.988 miles de viajeros.**  
(igual cantidad que en febrero de 2019)



**Argentinos: 1.571 miles (79,0% del total). Aumento interanual 0,5%**

**Extranjeros: 417,5 miles (21,0% del total). Baja interanual 1,8%**

## Tasa de Ocupacion de Febrero - total país

**Tasa de Ocupación Febrero por Habitación (TOH) = 53,4 %**



**Tasa de Ocupación Febrero por Plaza (TOP) = 45,1%**

**Acumulado Bimestre Enero - Febrero 2020 11.868.764 pernoctaciones -**



**Acumulado Bimestre Enero Febrero 2020 4.189 mil viajeros -**

## ¿QUÉ TIPO DE ESTABLECIMIENTO ELIGIERON?



### PERNOCTES FEBRERO 2020 S/ CATEGORÍA DE LAS 5597 MILES DE PERNOCTACIONES:

CATEGORIA	LUGAR DE RESIDENCIA	
	argentinos	extranjeros
	miles	miles
4 y 5 estr	783,0	470,9
1 y 2 estr	969,9	62,9
3 est apart bout	1.382,1	269,1
parahot	1.508,7	151,1

PERNOCTES POR CATEGORIA - FEBRERO 2020 (MILES)

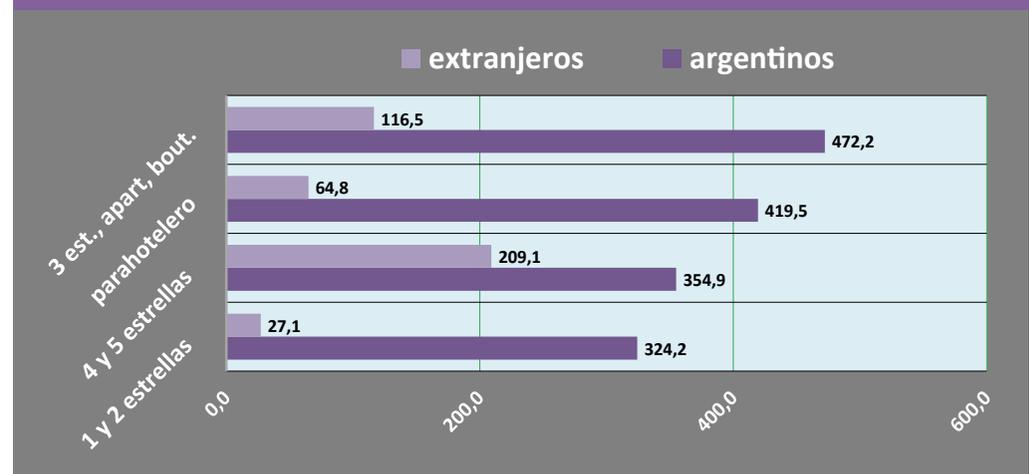


### VIAJEROS HOSPEDADOS S/CATEGORÍA

De los 1988,4 miles de viajeros en febrero:

CATEGORIA	LUGAR DE RESIDENCIA	
	argentinos	extranjeros
	en miles	
1 y 2 estrellas	324,2	27,1
4 y 5 estrellas	354,9	209,1
parahotelero	419,5	64,8
3 est., apart, bout.	472,2	116,5

VIAJEROS POR CATEGORIA HOSPEDAJE - (MILES) FEBRERO 2020



## CANTIDAD DE PERNOCTES POR REGIÓN. FEBRERO 2020, COMPARADO CON FEBRERO 2019

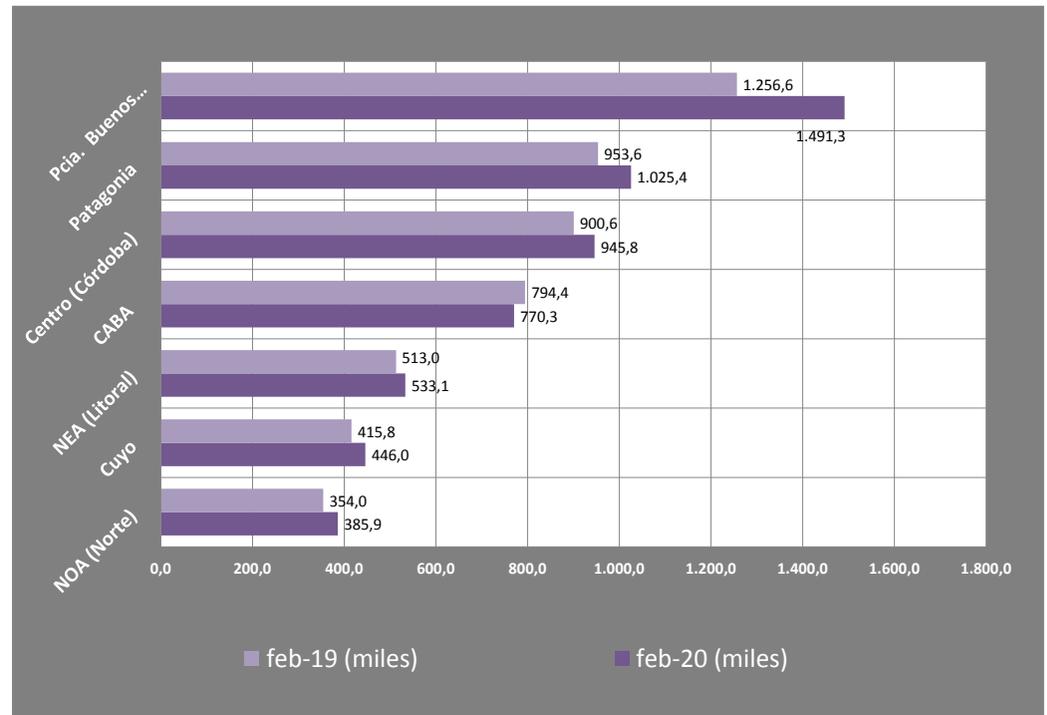
REGION	feb-20	feb-19	var. Interan.
	(miles)	(miles)	%
NOA (Norte)	385,9	354,0	9,0
Cuyo	446,0	415,8	7,3
NEA (Litoral)	533,1	513,0	3,9
CABA	770,3	794,4	-3,0
Centro (Córdoba)	945,8	900,6	5,0
Patagonia	1.025,4	953,6	7,5
Pcia. Buenos Aires	1.491,3	1.256,6	18,7

### FEBRERO 2020:

Las regiones Buenos Aires y Patagonia concentraron el mayor porcentaje del total de las pernoctaciones que realizaron los turistas en el mes: 26,6% y 18,3%, respectivamente.

Las regiones que tuvieron un mayor crecimiento interanual en sus pernoctaciones fueron Buenos Aires, 18,7%; y NOA, 9,0% .

### PERNOCTACIONES SEGUN REGION ELEGIDA - FEBRERO 2019 - FEBRERO 2020



Fuente: INDEC. Dirección de Estadísticas básicas de la Balanza de Pagos. Informe mensual Encuesta de Ocupación Hotelera Abril 23 2020

**PERNOCTACIONES: DONDE VAN SEGÚN DONDE RESIDEN  
FEBRERO 2020**

		¿DE DÓNDE VIENEN?	¿A DÓNDE FUERON? - FEBRERO 2020 - EN MILES							
		REGIÓN	TOTAL	BS. AIRES	SCABA	CENTRO	CUYO	NEA (Litoral)	NOA (Norte)	PATAGONIA
<b>TOTAL ARGENTINOS</b>	4643,7 (miles)	BUENOS AIRES (sin GBA)	...	212,0	...	58,0	31,0	28,8	18,0	56,4
		CABA Y GBA	...	643,1	...	197,8	138,1	135,8	67,1	207,9
		CENTRO (CORDOBA)	...	72,4	...	130,9	25,7	18,0	24,9	23,5
		CUYO	...	65,3	...	40,4	61,8	7,0	8,7	18,0
		NEA (LITORAL)	...	111,2	...	144,2	27,2	99,3	27,2	33,0
		NOA (NORTE)	...	89,0	...	42,1	14,7	12,1	106,1	13,0
		PATAGONIA	...	14,4	...	12,8	14,1	7,9	6,1	151,0
		NO DECLARA	...	277,5	...	303,5	71,3	140,8	75,8	227,4
<b>TOTAL EXTRANJEROS</b>	954,1 (miles)	MERCOSUR	...	1,2	...	5,1	9,8	18,3	8,4	22,5
		RESTO DE AMERICA	...	2,0	...	2,7	27,4	6,5	13,2	85,8
		EUROPA	...	1,3	...	1,7	8,5	4,0	18,4	40,3
		RESTO DEL MUNDO	...	0,5	...	0,2	1,4	2,5	3,0	22,2
		NO DECLARA	...	1,4	...	6,2	15,1	52,1	8,9	124,3

Fuente: INDEC. Dirección de Estadísticas básicas de la Balanza de Pagos. Informe mensual Encuesta de Ocupación Hotelera Abril 23 2020

**DISTRIBUCION EN % DE PERNOCTACIONES POR REGION DE DESTINO FEBRERO 2020**

¿Qué destinos prefirieron los argentinos?	
REGION	%
Patagonia	15,7
CABA	7,1
NOA (Norte)	7,2
NEA (Litoral)	9,7
Córdoba	20,0
Cuyo	8,3
Buenos Aires	32,0

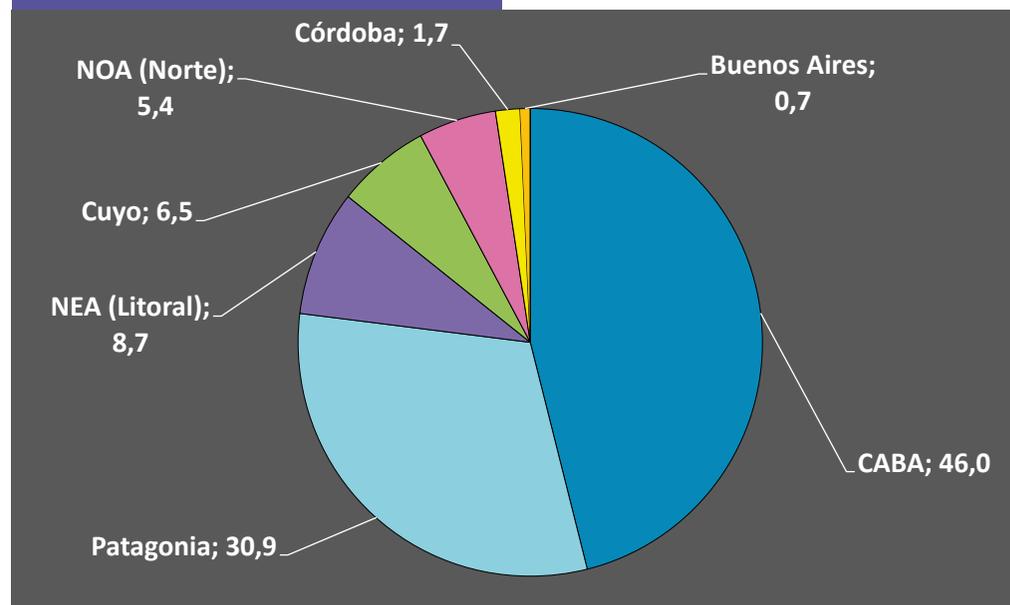
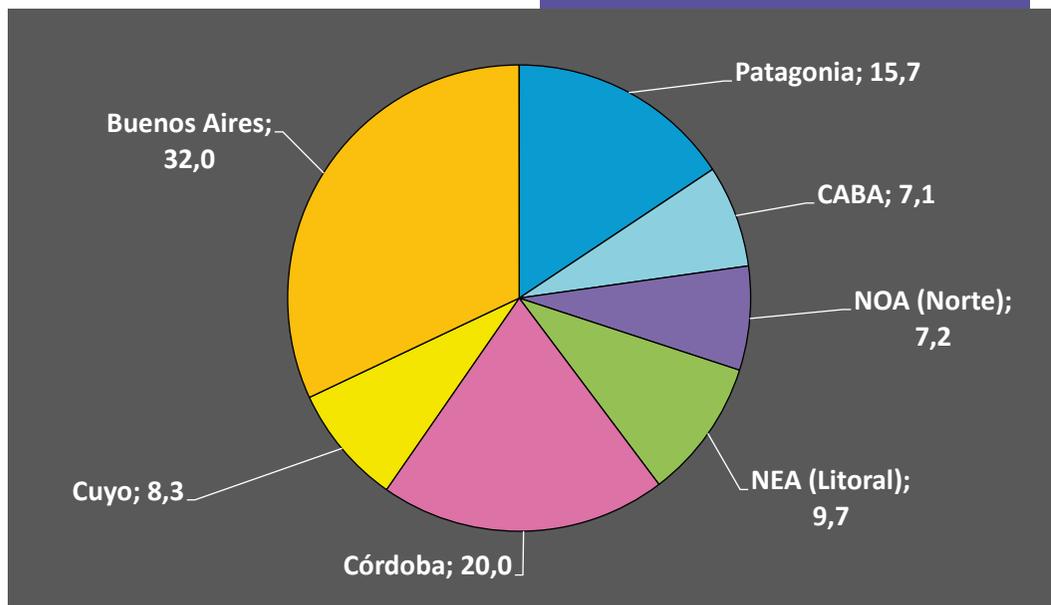
¿Qué destinos prefirieron los extranjeros?	
REGION	%
CABA	46,0
Patagonia	30,9
NEA (Litoral)	8,7
Cuyo	6,5
NOA (Norte)	5,4
Córdoba	1,7
Buenos Aires	0,7

**FEBRERO DEL 2020:**

Las pernoctaciones de los viajeros residentes se distribuyeron principalmente entre las regiones Buenos Aires con el 32%; Córdoba, el 20,0%; y Patagonia, el 15,7% .

La región CABA centralizó las preferencias de los viajeros no residentes con el 46,0% del total de pernoctaciones; luego le siguió Patagonia, con el 30,9%.

En cuanto a Tasa de Ocupación regional, la mayor de febrero se registró en la región Córdoba, 63,0%; seguida por Provincia de Buenos Aires, 61,8%. La mayor ocupación de habitaciones durante los fines de semana correspondió a Córdoba, 71,0%; y en segundo lugar Buenos Aires, 68,2% .





# INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR MARZO 2020

INFLACION ABRIL 2020 - Nivel General: 1,5% -

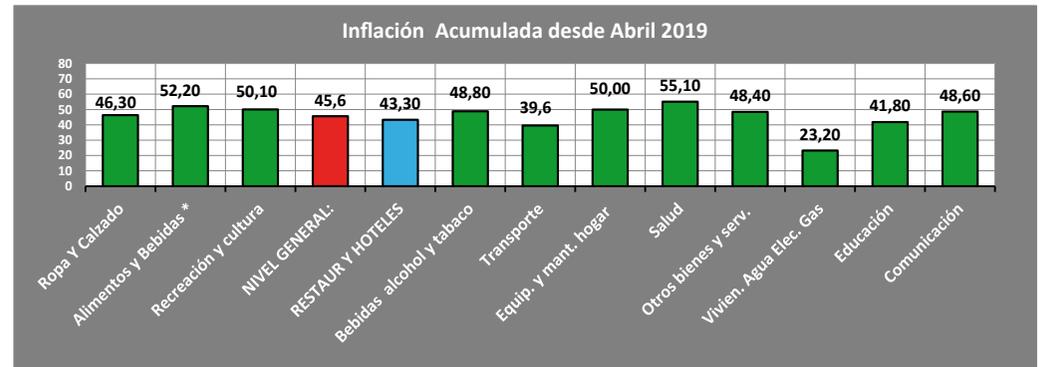
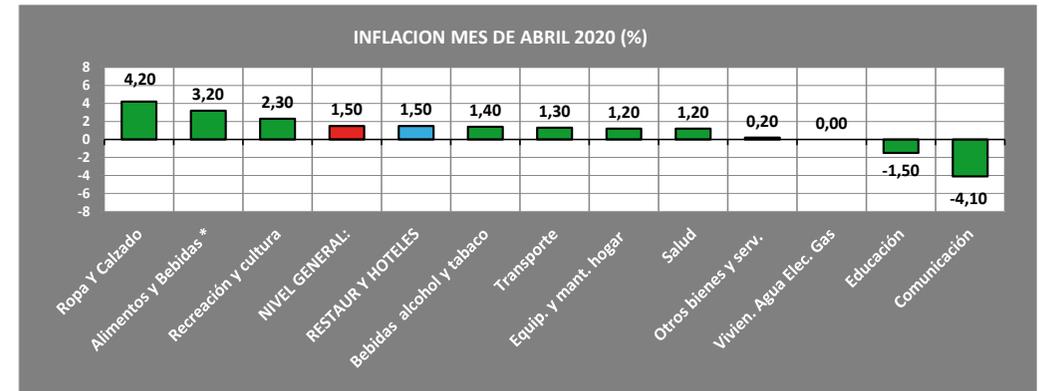
Restaurantes y Hoteles: 1,5%.

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

INFLACION TOTAL PAIS	ABRIL 2020 %	ACUMULA DESDE ABRIL 2019 %	ACUMULA DESDE DICIEM. 2019 %
Ropa Y Calzado	4,20	46,30	9,40
Alimentos y Bebidas *	3,20	52,20	15,20
Recreación y cultura	2,30	50,10	12,50
<b>NIVEL GENERAL:</b>	<b>1,50</b>	<b>45,6</b>	<b>9,4</b>
<b>RESTAUR Y HOTELES</b>	<b>1,50</b>	<b>43,30</b>	<b>11,30</b>
Bebidas alcohol y tabaco	1,40	48,80	10,30
Transporte	1,30	39,6	6,2
Equip. y mant. hogar	1,20	50,00	5,00
Salud	1,20	55,10	2,20
Otros bienes y serv.	0,20	48,40	7,90
Vivien. Agua Elec. Gas	0,00	23,20	2,60
Educación	-1,50	41,80	18,00
Comunicación	-4,10	48,60	6,40

\* no alcohólicas

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



Debido a la pandemia global de COVID-19, se alteró el desarrollo de relevamientos presenciales en todo el mundo. En la nota explicativa a continuación se detalla la aplicación de la metodología del IPC vigente.

**Alimentos y bebidas (3,2%) fue la de mayor variación e incidencia en el mes.** Los principales aumentos: rubros estacionales como Frutas y Verduras, tubérculos y legumbres. También en Carnes y derivados; Azúcar, dulces, chocolate, golosinas, etc. **La división Educación registró una baja en abril** por la reducción en cuotas de distintos niveles educativos, aunque es la división que más aumento acumulado tuvo en el año.

**Comunicación mostró una baja en abril**, por la retracción en los precios de planes de telefonía celular y fija en el mes de marzo. Fue la división de mayor incidencia negativa en el mes y la principal causa de la baja en Servicios (-0,2%) y Regulados (-0,7%).

**Ropa y calzado y Restaurantes y hoteles** en su mayoría permanecieron cerrados, por lo que se usó la metodología explicada a continuación



# Metodología usada en el IPC de abril de 2020 en contexto de COVID-19

Dadas las restricciones por ahora hasta el 24 de mayo inclusive, INDEC incorporó modalidades no presenciales de relevamiento en común acuerdo con organismos internacionales y oficinas de estadística de otros países (CEPAL, FMI, Eurostat, entre otros).

Se procedió de la siguiente forma:

- En negocios que permanecieron abiertos al público se relevó los precios mediante consulta telefónica, por correo electrónico, online, etc.
- En negocios que permanecieron cerrados al público pero que ofrecieron productos por canales digitales los precios fueron relevados online o telefónicamente.
- En negocios que permanecieron cerrados al público y no ofrecieron productos a través de canales digitales: no se relevaron precios (\*)
- Para tarifas y otros ítems regulados por el Estado: se consideraron según las resoluciones que lo establezcan.

**Estas distintas formas de relevamiento permitieron cubrir un 77,6% de los informantes abiertos de la muestra en todo el país (aproximadamente un 61% de la muestra original de informantes).**

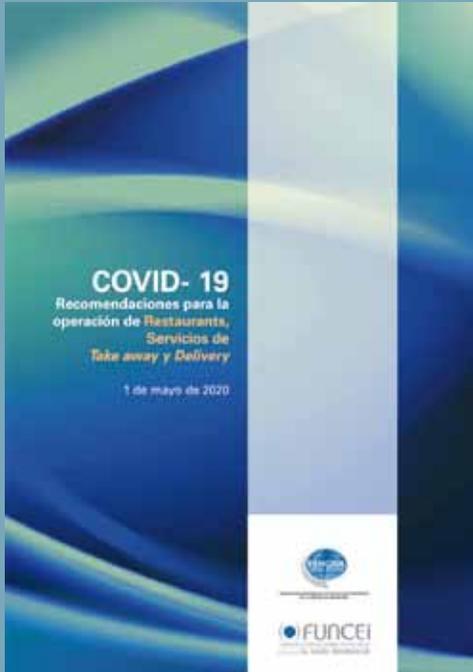
**Los rubros afectados por las distintas medidas de restricción de actividades fueron:**

**Indumentaria (ropa y calzado), Bienes para el hogar no durables, Servicios de transporte automotor de larga distancia, Servicios de transporte aéreo, Servicios culturales, Paquetes turísticos, Restaurantes, bares y casas de comidas, Servicios de alojamiento en hoteles.**

Estos rubros representan el 23,6% de la ponderación total del IPC-Nacional y **fueron desparticipados**, según la metodología N°32 y las recomendaciones internacionales en la materia, con los niveles superiores.

**En particular, debido a la falta de transacciones que imposibilitó definir los precios de los bienes y servicios que las componen, las divisiones Prendas de Vestir y Calzado y Restaurantes y Hoteles reflejan en promedio para cada región la variación del resto del índice, ya que el nivel superior corresponde al Nivel General.**

Esta metodología evita la distorsión que generaría, por caso, incluir una variación nula de precios, y permite reflejar de manera robusta la variación de los precios que efectivamente fueron relevados.



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

Ante la actual situación sanitaria, todos tuvimos que rever nuestras prácticas y activar nuevos protocolos para poder cuidarnos entre todos.

En nuestra web [www.fehgra.org.ar](http://www.fehgra.org.ar) podrás ver las recomendaciones para la operación de Restaurantes, Servicios de Take Away y Delivery que elaboramos junto con Funcei Fundación Stambouljian, de acuerdo a los lineamientos del Ministerio de Salud, y enviamos a nuestras filiales para la gestión de los locales gastronómicos.

**Acá te dejamos un breve listado de nuestras principales recomendaciones:**

- . El personal debe ducharse antes de iniciar su jornada laboral y luego de concluirla. Deberá cambiarse en el establecimiento y no concurrir con el uniforme desde el hogar, en la medida de lo posible.
- . Disponer de pequeños envases de alcohol en gel al 70% en las mesas de los comensales, para realizar la higiene de manos.



. Preferentemente reemplazar las cartas tradicionales por elementos descartables, letreros visibles en las paredes, u otras opciones que no generen riesgo de contaminación por el contacto manual frecuente.

. Se aconseja densidad máxima de 4 personas por cada 10 metros cuadrados.

. Los mostradores deben ser de material resistente a los productos de limpieza y desinfección de superficies (no deben ser materiales porosos).

. El personal que manipula los alimentos debe usar gorro descartable, cubre boca nariz mentón y realizar la higiene de manos con alcohol en gel al 70%

. El uso de guantes no está recomendado para la preparación de alimentos pero sí para el emplatado

. Proteger el teléfono de los pedidos con film transparente para facilitar la limpieza.





## LA CRISIS DEL CORONAVIRUS A TRAVÉS DE NUEVE HOTELEROS DE TODO EL MUNDO

La Asociación Española de Directores de Hotel organizó dos webinar con nueve hoteleros de diferentes destinos del mundo contaron su experiencia en cómo afrontan la pandemia del COVID-19.

*Delegados de China, Singapur, Italia, Francia, Rep. Dominicana, USA, Marruecos, México & Saint Martin y España.*

“Sabemos que la **recuperación será muy larga**. Seguiremos luchando y siendo productivos. **El futuro no será igual**. Pero seguimos trabajando en el mundo de la hospitalidad que es lo que nos apasiona” (David Écija, desde **Estados Unidos**). Su hotel está en Florida, en donde afirma, **“Hemos pasado de unos 7.000 procesos de desempleo a 50.000 en las últimas semanas”**.

Destaca que en **Asia**, al igual que **Europa** se está trabajando en promocionar el **turismo interior**, el cual jugará un papel clave para recuperar la economía del sector turístico cuando el coronavirus sea historia (*ver la nota en <https://tecnohotelnews.com/2020/03/18/turismo-interior-presupone-vital-coronavirus/>*)

“El reto está en pensar cómo llevar un hotel a partir de ahora. Es el momento de demostrar que hay que ser líderes, con manos en la masa y preparados para hacer de todo, desde jardinería, limpiar, etc. **Es importante rediseñar posiciones**”, concluía Fernando Gibaja, delegado de AEDH en **Singapur**.

Desde **Emiratos Árabes** la perspectiva turística es distinta. Manuel García, hotelero con 13 años allí relata la intención de reabrir aeropuertos desde principios de junio, “aunque todo está sujeto a cambios”. La idea es fletar vuelos principales a los países de donde es la mayor parte de la población trabajadora de emiratos, como India o Filipinas. Sin embargo, la preocupación son sus mayores mercados receptivos, Rusia y Reino Unido, ya que en ellos las cifras de contagio siguen subiendo”.

**Reapertura para junio-julio:** Todos los participantes en el webinar apuntan a una reapertura de establecimientos a fines de junio o julio dependiendo del país y su situación sanitaria. Apuestan por una **curva de recuperación en “W”**, ya que estiman que cuando la gente tenga oportunidad de salir, viajará, aumentando la posibilidad de contagio.

Francisco Benito, explica que en **México** los hoteleros prevén una reapertura en julio; critican la gestión del gobierno, que fue tardía, **y apuestan por un turismo local nacional**, ya que “el 50 / 60 por ciento del receptivo es de Estados Unidos, país que está haciendo una gran campaña proteccionista”.

Algo similar sucede en destinos como **República Dominicana**, que depende totalmente del turismo internacional y donde ya están trabajando en ofertas llamativas y flexibles que **afectarán al “all inclusive”**. Según Amando Pozo, “el cliente que venga, lo hará con muchas dudas, con miedos”. **El miedo va a estar muy**



**presente. “Vamos a poder viajar, pero... ¿vamos a querer viajar?”**, preguntaba Écija.

A pesar de todo, los hoteleros coinciden en las claves para la recuperación del sector: la reinención, el trato cercano con el cliente, el conocimiento de sus miedos y necesidades, el uso de las tecnologías y la recuperación de la confianza!!

Ver la nota completa en:

[https://tecnohotelnews.com/?p=58709?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=thnews20200506&key\\_user=a9acbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879](https://tecnohotelnews.com/?p=58709?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=thnews20200506&key_user=a9acbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879)





# UN ESTUDIO MUESTRA LA FUERZA DEL APOYO DEL SECTOR TURÍSTICO A LOS TRABAJADORES Y LAS COMUNIDADES - UNWTO

**Madrid (España), 13 de mayo de 2020 - Empleadores del turismo en todo el mundo están a la cabeza en el apoyo a los trabajadores y la ayuda a las comunidades en las que operan, según un estudio llevado a cabo sobre la respuesta del sector a la COVID-19.**

Mientras el sector se enfrenta a un reto sin precedentes, el Comité Mundial de Ética del Turismo (órgano de UNWTO) analizó los pasos que están dando las empresas y asociaciones profesionales para mitigar el impacto de la pandemia. Tras estudiar las medidas adoptadas por los firmantes del Compromiso del sector privado con el Código Ético Mundial para el Turismo en 25 países, el estudio reveló que a pesar de todo, los empleadores del sector están redoblando su apoyo a los trabajadores y las comunidades.

## **El turismo «más allá de sus responsabilidades»**

El Presidente del Comité, Pascal Lamy, contactó a los firmantes del Código para conocer las medidas de mitigación que defendían las empresas y asociaciones del sector. Explicó: «Es evidente que el compromiso del sector va más allá de acciones simbólicas de responsabilidad social corporativa. Los signatarios del Código, aunque duramente golpeados por la crisis, al igual que sus colegas del sector turístico, demostraron que de verdad se preocupan por las sociedades en las que operan a la vez que luchan por mantener sus empresas a flote».

Nota completa en:

<https://www.unwto.org/es/news/un-estudio-muestra-la-fuerza-del-apoyo-del-sector-turistico-a-los-trabajadores-y-las-comunidades>



## DOMÈNEC BIOSCA\*: “VIVIREMOS CAMBIOS DE LOS QUE NO PODREMOS ESCAPAR”

**El experto español reflexionó sobre el sector en una presentación denominada “Una nueva visión para los alojamientos turísticos post COVID-19”. Participaron alrededor de 500 empresarios argentinos. Graciela Fresno dijo: “Esta charla nos ayuda a encontrar herramientas que nos permitan un mejor tránsito por esta etapa tan complicada”.**

En un encuentro virtual que reunió a casi 500 empresarios hoteleros de todo el país, el experto español Domènec Biosca Vidal reflexionó, motivó, compartió su experiencia, analizó los viejos y los nuevos valores y estrategias que podrán impulsar el negocio hotelero post pandemia de COVID-19. Para animar a un empresario que tiene las puertas cerradas de sus establecimientos desde el comienzo de la cuarentena, y que no avizora un final inmediato de esta etapa, usó como punta de lanza ideas innovadoras y otras de éxito probado, presentadas con claridad y en, muchos casos, en forma de acrósticos -composición en la que las letras iniciales, medias o finales de cada palabra u oración son leídas en sentido vertical y forman un vocablo-.

El conjunto de la presentación, con su carisma, su tono sereno, su estilo seguro y la presencia de su compañera Susana Martínez Lustres, quien también demostró su dotes de coach, generó empatía en los participantes, muchas consultas y el compromiso de repetir la experiencia. El encuentro formó parte del Ciclo de Charlas a través de la aplicación Zoom que el Departamento de Capacitación y Formación Profesional,

encabezado por la prosecretaria Ana María Miñones, está llevando a cabo en esta coyuntura, con excelente convocatoria y participación del sector.

Presente en el seminario, la presidente de FEHGRA, Graciela Fresno, dijo que para la entidad argentina es un gran honor tener la posibilidad de escuchar al referente español: “Esta charla nos ayuda a encontrar herramientas que nos permiten un mejor tránsito por esta etapa tan complicada. Sabemos que esta crisis no va a ser eterna, que vamos a poder encaminarnos como tantas veces lo hemos hecho y volver a realizar esta actividad, la hotelería, que es parte de nuestra vida y nuestra pasión. Si la charla ayuda para motivarnos, para hacernos pensar que se puede, que vamos a salir de esta situación más fuertes y renovados, me parece que podemos darnos por satisfechos desde FEHGRA”.

### **El embajador y el anfitrión**

Domènec Biosca relató algunos pasajes de su rica historia en la actividad hotelera. Explicó que desde el inicio comprendió que la felicidad de sus clientes y de sus equipos de trabajo le producían verdadera felicidad a él mismo: “No he trabajado nunca, he sido feliz. Compartir esa felicidad es lo que he hecho, por ejemplo, a través de mis libros”. Licenciado en Ciencias Empresariales, con un master en Dirección de Empresas, el conferencista internacional escribió 30 libros y 2500 artículos en prestigiosos medios de comunicación.



Al hablar del cliente, el huésped, indica que valora especialmente esas conductas que muestran el alma de la persona que lo atiende, y que hoy esta cualidad es muy importante porque el cliente se convirtió en “un reportero a tiempo real”, quien además hace su experiencia viral: “Antes hablábamos de fidelizar al cliente, hoy queremos que se convierta en nuestro embajador”. En esta instancia de la charla apareció un nuevo personaje protagónico, el empleado, el equipo de trabajo: “Hoy el camarero no es un repartidor de platos, es un anfitrión. Nuestro empleado es un vendedor de felicidad, debe estar atento a lo que el cliente quiere y seducirlo. Vender es tentar. Y la felicidad es poder escoger. Entonces, hay que vender felicidad, tentando al cliente para que pueda escoger. Estos son los verdaderos anfitriones. Gente que quiera trabajar para convertir al cliente en embajador”.

También se refirió a la queja del cliente, marcando que hay en ella una oportunidad, si se sigue el camino correcto: “Es importante escuchar el reclamo del cliente, sin interrumpir, con amabilidad, resolviendo el problema, ofreciendo soluciones, un detalle. También es importante que les sorprendamos”. Dijo que cuando hay un valor agregado entre lo que el huésped sueña y la experiencia que le ofrecemos, en ese instante, hemos creado un embajador. Y agregó un condimento en el rol de un buen anfitrión: el equipo de trabajo ideal debe estar formado por “gente sensible”, que reconozca, que recuerde al huésped: “Ya nadie quiere una recepción fría, esto era antes y no puede ser nunca más. La calidad se crea con

miles de detalles. Somos gestores de emociones de la gente. Todo se puede comprar menos el corazón de la gente. Por eso no me interesa el personal que viene a trabajar, me interesa la gente que disfruta trabajando”. Eso es lo que el huésped de hoy agradece.

Agregó: “2025 es ayer. Nuestra misión es ser anfitriones cinco estrellas y capacitar a nuestra gente para convertirlos en anfitriones”.

### **Líder se hace**

Para llevar adelante un equipo así, se necesite un líder acorde. La pregunta que lanzó Domènec Biosca al auditorio fue: ¿qué confianza he sabido crear en el equipo de trabajo? Y presentó su secreto del éxito para conducir equipos hasta un buen puerto: “Debo conocerlos personalmente, saber cuáles son sus hobbies y también cuál es su sufrimiento. Si tiene problemas personales, puedo colaborar para que los resuelva. El jefe es el que está, el que ayuda a todo el equipo. Y cuando son dos o tres los que quieren ayudar, se crea un equipo invencible”.

Dijo que un buen líder es el que está preparado para hacer fácil lo difícil... y nunca convierte en complejo lo fácil. En el contexto de la pandemia por el COVID-19, explicó que seguramente hay tendencias o situaciones que van a cambiar: “Por eso ahora tenemos que cambiar nosotros, y fortalecernos en el equipo. Viviremos cambios de los que no podremos escapar. Pero el líder es una persona que no desfallece, que lucha, ilusiona,



motiva. Y una recomendación: hay que tomar decisiones”. Opinó que algunas personas no sirven para el trabajo que están haciendo, entonces hay que reconvertirlos o se tienen que dedicar a otra cosa. También se refirió a los jefes que “asesinan el talento de otros” o al menos no pueden verlo.

En el escenario post pandemia el hotelero debe trabajar para garantizar la seguridad, porque hoy la felicidad del cliente es encontrar seguridad y rutinas profesionales, entre otros conceptos.

Se preguntó ¿cómo nos sentimos ahora en esta situación tan crítica que afecta a todo el mundo por igual? “Podemos sentir inseguridad, incertidumbre, desconocimiento, dudas, miedo, rabia, pesimismo, ansiedad, frustración. Por eso, en estos momentos, lo mejor es trabajar la serenidad”, y poner en práctica la estrategia de las tres “P”: Positivismo, ser positivos, jamás utilizar palabras negativas o transformarnos en personas tóxicas; Posibilista, es decir, aprovechar las posibilidades existentes para conseguir los objetivos que se pretenden; y ser Proactivo. “Y transmitir confianza, crear equipos. Solos podemos caminar, pero solo juntos llegaremos”, agregó.

Y, en tiempo de Coronavirus, recordó una frase de Darwin: “Quien sobrevive no es ni el más inteligente ni el más fuerte... sino el que mejor se adapta al cambio”.

*\* Domènec Biosca Vidal es presidente de Educadores y Asesores Turísticos S.L. EDUCATUR, y de CEPET. Prestigioso conocedor, su actividad profesional fue desde apertura y organización de hoteles en el Caribe a la Dirección de Planes de Dinamización Turística en España. Hoy se dedica a la creación de cursos, publicación de libros y artículos relacionados con el sector de Hostelería y Turismo actual. Es autor de 26 libros de gestión de destinos, ganó numerosos premios.*