

2021



INFORME DEL SECTOR TURÍSTICO RESUMEN EJECUTIVO

FEDERACIÓN EMPRESARIA HOTELERA GASTRONÓMICA DE LA REPÚBLICA ARGENTINA

DICIEMBRE 2021

ÍNDICE:

1. Ocupación Hotelera
2. Turismo Internacional Receptivo
3. Feria Internacional de Turismo 2021
4. FEHGRA participación en Régimen para la actividad turística
5. Notas de Interés para el sector
6. Información Económica
7. Comentarios sobre el mercado financiera

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.



OCUPACION HOTELERA

ENCUESTA DE OCUPACION HOTELERA
INDICADORES SEPTIEMBRE DEL 2021

SEPTIEMBRE 2021

Se presentan los datos de 7 regiones turísticas y 46 localidades. Para septiembre se estimó 2,4 millones de pernoctaciones en establecimientos hoteleros y parahoteleros, lo que significó un aumento interanual de 1.630,4% .

Las pernoctaciones de viajeros residentes crecieron 1.679,4% . Las de no residentes crecieron 243,9% interanual.

El total de viajeros hospedados fue 1,0 millón, con un incremento de 2.159,6% respecto al mismo mes del 2020. La cantidad de viajeros residentes creció 2.255,8% y la de no residentes 165,3% en el cálculo interanual. El 99,5% del total de los viajeros hospedados fueron viajeros residentes.

SEPTIEMBRE 2021: Se registraron 3,1 millones de habitaciones o unidades disponibles, 291,3% más que en septiembre de 2020. Hubo 1,1 millón de habitaciones ocupadas con un incremento de 1.137,2% respecto al mismo período de 2020. **La tasa de ocupación de habitaciones (TOH) fue 36,6% .** Las plazas disponibles a nivel nacional sumaron 8,2 millones, 328,3% más que en septiembre de 2020; las plazas ocupadas totalizaron 2,4 millones (crecieron 1.630,4% interanual). La tasa de Ocupación por Plaza (TOP) fue de 29,6% en el mes de septiembre.

SEPTIEMBRE 2021- Por Regiones Turísticas:

Pernoctaciones, Tasa de Ocupación por Habitación, Estadía promedio.

NOA: 355,7mil; 38,1%; 1,9noches - **Centro:** 325,2mil; 37,0%; 2,4 noches - **Cuyo:** 274,4mil; 37,6%; 2,3 noches - **NEA:** 258,1mil; 32,5%; 1,9 noches - **CABA:** 215,5mil; 23,60%; 2,2 noches - **P.Buenos Aires:** 221,1 mil 27,0%; 2,6 noches - **Patagonia:** 765,9miles; 558%; 2,8 noches.



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



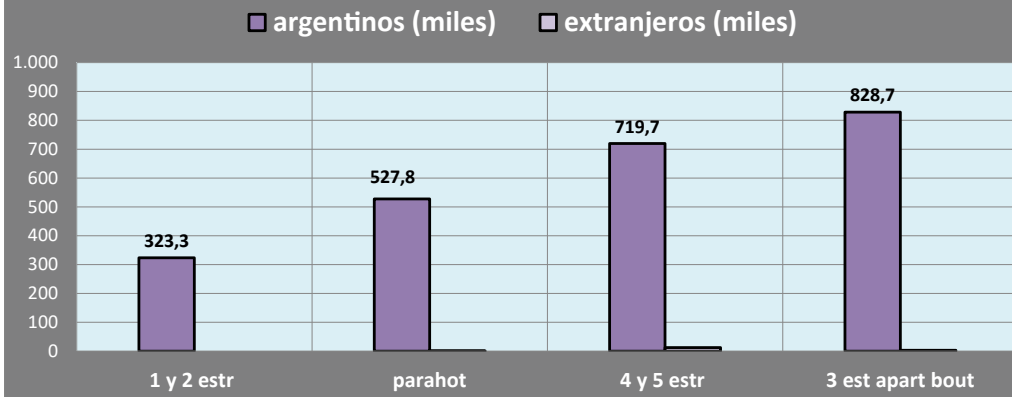
CATEGORIA	LUGAR DE RESIDENCIA	
	argentinos	extranjeros
	(miles)	(miles)
1 y 2 estr	323,3	///
parahot	527,8	0,7
4 y 5 estr	719,7	12,5
3 est apart bout	828,7	3,1
TOTAL	2.399,4	16,4

VIAJEROS HOSPEDADOS EN SEPTIEMBRE DE 2021 S/CATEGORÍA

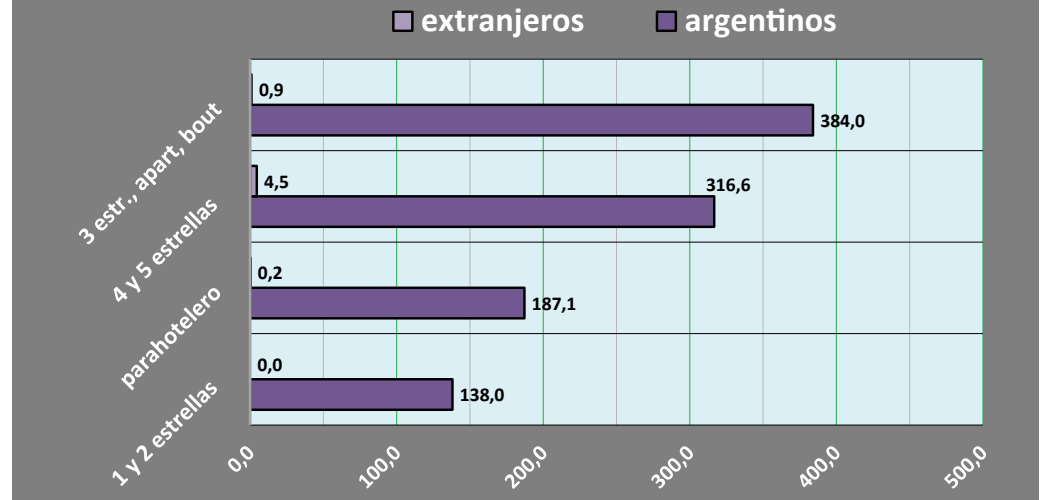


CATEGORIA	LUGAR DE RESIDENCIA	
	argentinos	extranjeros
	<i>en miles</i>	
1 y 2 estrellas	138,0	///
parahotelero	187,1	0,2
4 y 5 estrellas	316,6	4,5
3 estr., apart, bout	384,0	0,9
TOTAL	1.025,7	5,6

DÓNDE DURMIERON (PERNOCTES) EN SEPTIEMBRE DE 2021



VIAJEROS POR CATEGORIA HOSPEDAJE - (MILES) SEPTIEMBRE 2021



EN QUÉ REGIÓN FUERON LAS 2.192 MILES DE PERNOCTACIONES EN SEPTIEMBRE DE 2021

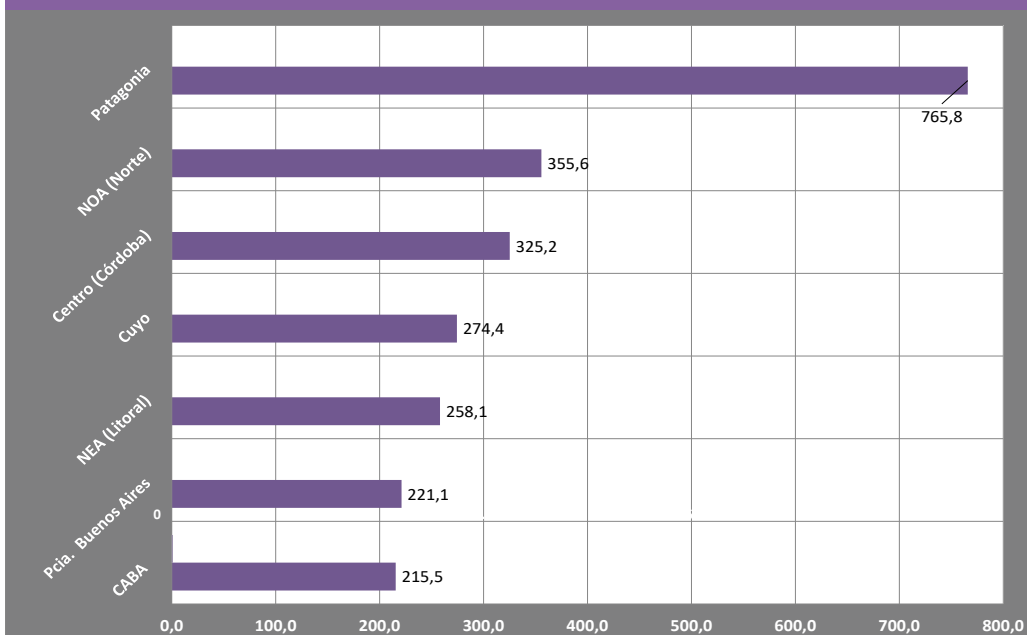
REGION	(miles)
	sep-21
CABA	215,5
Pcia. Buenos Aires	221,1
NEA (Litoral)	258,1
Cuyo	274,4
Centro (Córdoba)	325,2
NOA (Norte)	355,6
Patagonia	765,8

CUÁNTO PERNOCTARON EN PROMEDIO EN SEPTIEMBRE DE 2021, SEGÚN DESTINO ELEGIDO

Estadía promedio según dónde se hospedaron

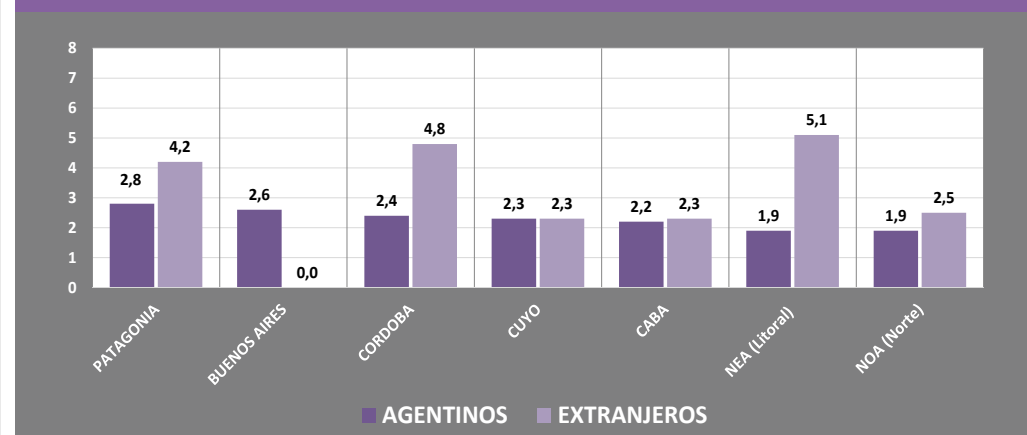
REGION	duración estadía promedio	
	AGENTINOS	EXTRANJEROS
PATAGONIA	2,8	4,2
BUENOS AIRES	2,6	///
CORDOBA	2,4	4,8
CUYO	2,3	2,3
CABA	2,2	2,3
NEA (Litoral)	1,9	5,1
NOA (Norte)	1,9	2,5
GENERAL	2,3	2,9

PERNOCTACIONES SEGUN REGION AGOSTO 2021



Del total de pernoctes del país la región Patagonia concentró el mayor porcentaje del mes: 31,7%. Le siguieron Norte, con 14,7%; y Córdoba, con 13,5%. Las regiones que tuvieron menos pernoctaciones en Septiembre fueron CABA con 8,9% y PBA con 9,1% .

NOCHES PROMEDIO SEGUN DESTINO SEPTIEMBRE 2021



Estadía Promedio

La estadía promedio fue 2,3 noches, 23,4% menor que septiembre del 2020. La región con mayor estadía promedio fue Patagonia, con 2,8 noches; luego Buenos Aires, con 2,6 noches; y Córdoba, con 2,4 noches.

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

**¿Qué destinos prefirieron
los argentinos?**

REGION	%
CABA	8,6
Patagonia	31,8
Córdoba	13,5
NEA (Litoral)	10,6
Buenos Aires	9,2
NOA (Norte)	14,8
Cuyo	11,4

**¿Qué destinos prefirieron
los extranjeros?**

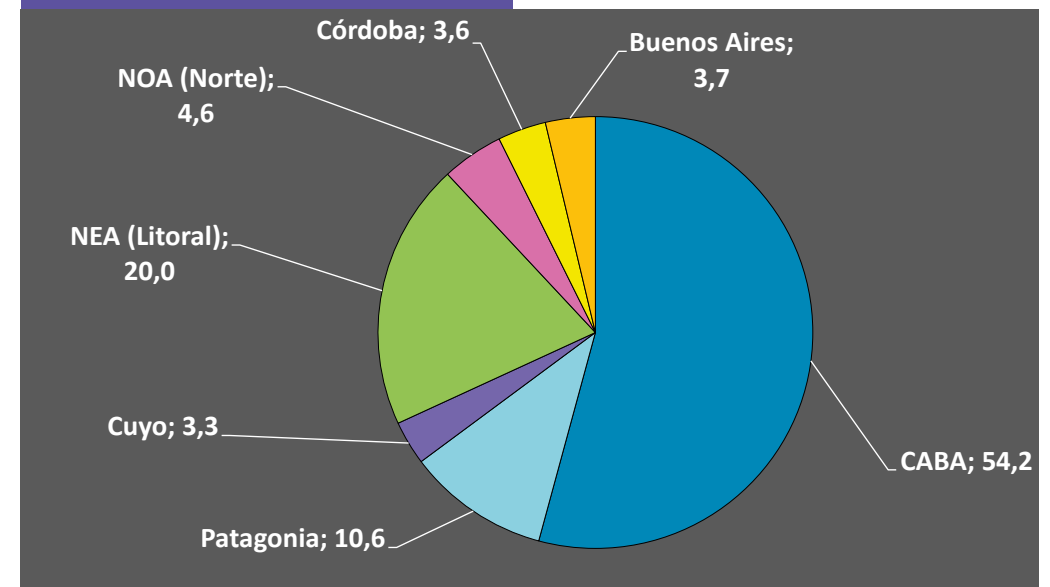
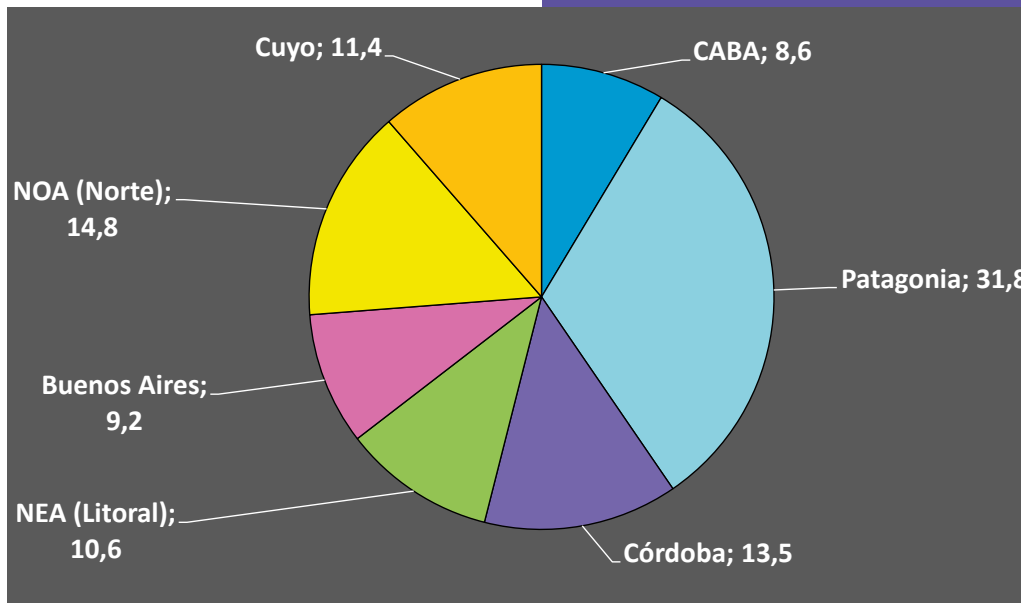
REGION	%
CABA	54,2
Patagonia	10,6
Cuyo	3,3
NEA (Litoral)	20,0
NOA (Norte)	4,6
Córdoba	3,6
Buenos Aires	3,7

SEPTIEMBRE 2021:

Las pernoctaciones de los viajeros residentes se distribuyeron principalmente entre las regiones Patagonia, 31,8%; Norte, 14,8%; y Córdoba, 13,5%. La mayoría provino de la región CABA y partidos del Gran Buenos Aires.

La región CABA fue la preferida por los viajeros no residentes concentrando el 54,2% del total de pernoctaciones; seguida por Litoral, con el 20,0%; y Patagonia, con el 10,6%.

La mayor cantidad de estos viajeros fueron provenientes del bloque de países "Resto de América", con 40,0%; y Mercosur, con 28,4%.





TURISMO INTERNACIONAL RECEPTIVO OCTUBRE DE 2021

El 1 de octubre de 2021 el Gobierno nacional dispuso la prorroga hasta el 31 de octubre 2021 del Decreto 274/20 (cierre de fronteras) y sus modificatorias y exceptuó de la prohibición de ingreso al país a las personas nacionales o residentes de países limítrofes. Desde el 1 de noviembre de 2021, quedó reestablecido el ingreso al territorio nacional de extranjeros no residentes, siempre que cumplan con los requisitos migratorios y sanitarios vigentes.

En octubre de 2021, se retomó el operativo en el Aeroparque Jorge Newbery, en los aeropuertos internacionales de Ezeiza y Mendoza y en el Puerto de Buenos Aires. Además, se presentan las estimaciones provenientes de la Encuesta de Turismo Internacional, sobre cantidad de turistas, pernoctaciones y estadias promedios de octubre de 2021 para Ezeiza y Aeroparque Jorge Newbery.

En OCTUBRE de 2021, se estimaron 13,4 mil llegadas de turistas no residentes, cifra que presentó un incremento interanual de 281,4%. Entre enero y octubre se alcanzaron 91,6 mil llegadas de turistas no residentes (disminución de 86,4% respecto del mismo período del año anterior). Ezeiza y Aeroparque concentraron el 98,8% de los arribos, con una baja interanual de 85,0%.

En octubre, el saldo de turistas internacionales (entredos menos salidos) resultó negativo en 56,1 mil para toda la vía aérea internacional. Por su parte, el saldo de turistas en el período enero-octubre fue negativo en 357,8 mil.

En octubre de 2021, se estimaron 13,4 mil llegadas de turistas no residentes a la Argentina.



En los primeros 11 meses de 2021 se alcanzaron 91,6 mil llegadas de turistas, 86,4% menos que el mismo período de 2020. El saldo fue negativo en 357,8 miles para los 11 meses de 2021 (entrados menos salidos)



El saldo de turistas internacionales, (entrados menos salidos) resultó en octubre negativo en 56,1 miles para toda la vía aérea internacional

La llegada de turistas internacionales enero - octubre por vía aérea fue en un 98,8% por Ezeiza y Aeroparque (baja interanual 85,0%).

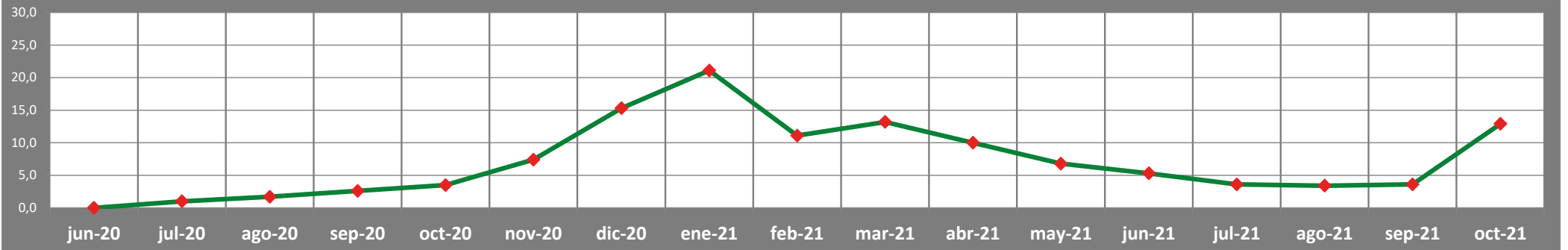


Por toda la vía aérea llegaron 13,4 miles en octubre de 2021. En miles: de Bolivia: 0,3; Chile y Brasil: 1,5 de cada uno; de Paraguay: 0,3; de Uruguay: 0,6. De USA y Canadá: 2,3; de Resto América: 1,6; de Europa: 4,8; del Resto del mundo: 0,4.

LLEGADA DE TURISTAS NO RESIDENTES JUNIO 2020 - OCTUBRE 2021 (EZEIZA Y AEROPARQUE)

MES	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	ene-21	feb-21	mar-21	abr-21	may-21	jun-21	jul-21	ago-21	sep-21	oct-21
MILES	0,0	1,0	1,7	2,6	3,5	7,4	15,3	21,1	11,1	13,2	10,0	6,8	5,3	3,6	3,4	3,6	12,9

MILES DE TURISTAS POR MES - ULTIMOS 17 MESES (Junio 2020 - Octubre 2021)



NOTA ACLARATORIA SOBRE LA METODOLOGÍA. MARZO 2020-OCTUBRE 2021

El operativo de campo de la ETI fue suspendido en todos los pasos donde se lleva a cabo, debido a la emergencia sanitaria, desde la segunda mitad de marzo hasta diciembre de 2020. En enero de 2021 se retomó únicamente en el Aeropuerto Internacional de Ezeiza, mientras que en el resto de los pasos internacionales siguió interrumpido temporalmente. En abril de 2021 se suspendió nuevamente la encuesta, cumpliendo con las recomendaciones vigentes del Gobierno nacional en el marco de la COVID-19. En octubre de 2021, se retomó otra vez el operativo en el Aeroparque Jorge Newbery, en los aeropuertos de Ezeiza y Mendoza y en el Puerto de Buenos Aires.

Mientras el operativo se encontró interrumpido, la estimación del turismo receptivo y emisor se basó únicamente en los registros migratorios provistos por la DNM (Dirección Nacional de Migraciones). La ETI es una de las fuentes principales de información de los viajes turísticos. Mientras estuvo suspendida no fue posible tener estimaciones desagregadas por motivo del viaje, tipo de alojamiento, organización del viaje, país de residencia habitual y destino principal del viaje. Tampoco se logró contar con las estimaciones de pernoctaciones totales, estadía promedio, gasto total y gasto diario promedio

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

ENERO A OCTUBRE 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	515,7	-83,2	46,5	223,5
mar-21	597,3	-60,9	45,5	190,2
abr-21	///	///	///	///
may-21	///	///	///	///
jun-21	///	///	///	///
jul-21	///	///	///	///
ago-21	///	///	///	///
sep-21	///	///	///	///
oct-21	382,3	///	29,7	///



FIT 2021: LA FERIA RECIBIÓ A 73 MIL VISITANTES Y PROFESIONALES Y CONTÓ CON LA PARTICIPACIÓN DE 38 PAÍSES

<http://www.fehgra.org.ar/archivos/11395>

11 diciembre
Archivos de FEHGRA



Hubo más de 3600 rondas de negocios. En el marco de la jornada de cierre, también se presentaron los resultados de la segunda edición del programa PreViaje: 2.7 millones de argentinos ya utilizaron el programa, de los cuales 200 mil son personas afiliadas a PAMI. La carga de comprobantes ya supera los 85 mil millones de pesos en todo el país.

El ministro de Turismo y Deportes de la Nación, Matías Lammens, y el presidente de FAEVYT y la Cámara Argentina de Turismo (CAT), Gustavo Hani, encabezaron la jornada de cierre de la 25ª edición de la Feria Internacional de Turismo de América Latina (FIT). El resumen final del evento arrojó la presencia de 73 mil personas, más de 3600 rondas de negocios y la participación de 38 países.

“Estamos felices con los resultados de esta edición de la FIT: fue un éxito tremendo, con una gran concurrencia de representantes nacionales e internacionales del sector que vienen a potenciar el destino Argentina», afirmó Lammens durante el cierre, y siguió: «Sin dudas esta Feria expresa lo que venimos sosteniendo desde el día que asumimos: que el turismo va a ser el gran protagonista de la recuperación de la economía nacional».

En tanto, Hani señaló: “Fue una apuesta muy importante hacer la FIT en diciembre. Hemos tenido una gran feria turística, no solo porque se cumplieron 25 años, sino que nos permitió reencontrarnos con todos los actores del sector turístico”. Más temprano, Lammens y Hani se hicieron presentes en el II Congreso Argentino de Turismo Accesible y recorrieron el pabellón internacional para realizar un resumen del evento. Además, el ministro mantuvo encuentros con autoridades de la línea aérea colombiana Avianca y el grupo turístico TUI.

En el marco de la jornada de cierre, se presentaron los resultados de la segunda edición del programa PreViaje, con la presencia del ministro Lammens. El subsecretario de Promoción Turística, Andrés Krymer, destacó que más de 2.7 millones de argentinos y argentinas ya utilizaron el programa, de los cuales 200 mil son personas afiliadas a PAMI. La carga de comprobantes ya supera los 85 mil millones de pesos en todo el país. “PreViaje es un programa que logró que mucha gente viaje por el país y también que muchos argentinos y argentinas que no tenían acceso al turismo puedan hacerlo”, manifestó Krymer.

Por otro lado, se realizó la entrega de premios del concurso nacional “Promocioná tu experiencia turística inclusiva”, con la presencia de la secretaria de Promoción Turística, Yanina Martínez; la titular del INADI, Victoria Donda; el director de la Agencia Nacional de Discapacidad, Fernando Galarraga; la secretaria general de la CAT, Laura Teruel; y autoridades de la Mesa Nacional de Turismo Inclusivo. El concurso tuvo como objetivo generar un espacio de interacción con campañas inclusivas para sensibilizar y promover el respeto y la equidad de oportunidades.

La secretaria también participó de la presentación de los avances del Programa Promover Turismo Federal y Sostenible. A través de capacitaciones y distintas herramientas en todo el territorio nacional, se busca diversificar la oferta turística de destinos no consolidados. Asimismo, en el marco de la Ruta Natural, se llevó a cabo el Encuentro Federal de Referentes de Turismo Naturaleza.



FEHGRA PARTICIPÓ DE LA PRESENTACIÓN DEL “RÉGIMEN PLURIANUAL DE INCENTIVOS PARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA” .

Archivos de FEHGRA

<http://www.fehgra.org.ar/archivos/11413>

Se proyecta la incorporación permanente y por Ley del Programa PreViaje. La presentación se llevó a cabo en el marco del Consejo Económico y Social. FEHGRA participó por invitación del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación.

Hoy, 13 de diciembre, en el marco del Consejo Económico y Social, el presidente de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA), Fernando Desbots, y el coordinador de la Región CABA de la entidad, Camilo Suárez, participaron de la “Presentación del Régimen Plurianual de Incentivos para la Actividad Turística”, acto encabezado por el secretario de Asuntos Estratégicos y presidente del Consejo, Gustavo Béliz; y el ministro de Turismo y Deportes de la Nación, Matías Lammens.

En el encuentro, que se llevó a cabo en formato híbrido, se informó que el “Régimen Plurianual de Incentivos para la Actividad Turística” es un Proyecto de Ley, elaborado por el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, y que se basa en cuatro ejes: exención de contribuciones patronales por un plazo de 4 años, con un régimen escalonado; impulso a la inversión del sector privado con la implementación de un bono fiscal para ser utilizado para el pago de impuestos; un plan para la promoción de inversiones extranjeras; y la incorporación permanente del Programa PreViaje, una herramienta poderosa que logró reactivar al sector turístico, absolutamente afectado por la crisis por la pandemia.

El sector de la hotelería, la gastronomía y el turismo representa en el país casi el 10% del Producto Bruto Interno (PBI) y más de un millón de puestos de trabajo. El complejo turístico es el tercer exportador y generador bruto de divisas.

Representando al sector turístico, participó el vicepresidente de la Cámara Argentina de Turismo (CAT), Fernando Gorbarán.

El Consejo Económico y Social (CES) es un órgano colegiado y de participación ciudadana creado por el Poder Ejecutivo Nacional para el debate y la búsqueda de consensos sobre prioridades estratégicas para la Argentina. Aspira a ser un motor de acuerdos, planes y proyectos orientados al desarrollo y la inclusión.

Sitio Web: www.fehgra.org.ar - FB / TW / LI: @fehgra - IG: @fehgra_ok - smontenegro@fehgra.org.ar - Silvia Montenegro





ESTRATEGIAS PARA LA DIGITALIZACIÓN DE UNA RECEPCIÓN HOTELERA

7 diciembre 2021 Tecnohotelnews

Digitalizar el check-in se ha convertido en uno de los procesos que más interesa a los hoteles. Sirven, más que nada, para agilizar la llegada de los huéspedes, evitar aglomeraciones en recepción e invertir en experiencia de cliente, pues el personal puede centrarse en dar un plus al viajero, dejando aparte todo el proceso más rutinario.

Juan García Vila, CEO de Roommatik, participó en el congreso de TecnoHotel Forum para mostrar diferentes soluciones a la hora de digitalizar el check-in. Aun así, remarcó que a la hora de digitalizar la recepción, lo más importante es tener en cuenta qué tipo de llaves tengo o, al menos, quiero tener.

«La llave digital en el móvil es muy avanzada tecnológicamente hablando, pero no puede ser la llave única, pues obligamos al huésped a llevar siempre el móvil encima y a no quedarse sin batería», señala.

En primer lugar, se puede digitalizar por partes:

- Escáner de DNI para identificar al huésped (ya es más ágil, más rápido).
- Instalar cerraduras electrónicas y/o entregadores de llaves
- Tablet para recoger la firma, los datos adicionales y ofrecer upselling.
- Pago con datafono conectado al PMS.

Aun así, su apuesta es por una digitalización integral, que puede darse de varias maneras.

1. KIOSCOS

Ventajas:

- Solución universal, muy accesible a cualquier usuario
- Entrega de todo tipo de llaves
- Asignación de habitaciones a la llegada, porque estará conectado al PMS
- Evita aglomeraciones en recepción

Inconvenientes:

- Inversión elevada
- Necesario adecuar espacios
- Necesario mantenimiento de hardware, como un coche

2. CHECK-IN ONLINE (HÁGASELO USTED MISMO)

1. Con entrega de llave integrada

Ventajas:

- Solución económica (es software; el hardware lo pone el cliente)
- Integrable con la app del hotel
- Ayuda en la fidelización del cliente
- El huésped siempre lleva la llave en su móvil
- Evita aglomeraciones en recepción

Inconvenientes:

- Solo algunos huéspedes pueden utilizarlo
- Compatible únicamente con llave digital o llave de código
- Plantea el problema del ahorro energético in room
- Puede haber rechazo por la descarga de la app móvil
- Es obligatorio un plan B por si el huésped no dispone de su móvil

2. Sin entrega de llave integrada

Ventajas:

- Solución económica.
- Integrable con la app del hotel
- Ayuda en la fidelización del cliente
- No implica inversión en infraestructuras
- En resumen, equivalente al check-in online de las compañías aéreas

Inconvenientes:

- Solo algunos huéspedes pueden utilizarlo
- Se necesita personal para entregar la llave
- No evita aglomeraciones en recepción
- Puede haber rechazo a la idea de descargar app móvil



3. Check-in semiatendido

Una de las últimas soluciones implementadas en Roommatik. Equivale al modelo de los supermercados: el cliente puede hacer autopago, pero hay una persona atendiendo diez cajas. Esa persona acude y ayuda. Muy útil por ejemplo cuando llegan dos autobuses. Es una solución basada en tablets o en equipos similares.

- Solución universal, muy accesible a cualquier usuario
- Compatible con todo tipo de llaves
- La asignación de habitaciones se puede realizar en tiempo real
- Inconveniente: se necesita personal para entregar la llave y para supervisar el proceso.

En definitiva, lo mejor es apostar por soluciones híbridas y encontrar la combinación más adecuada para cada tipo de hotel.

David Val Palao : Redactor de TecnoHotel. Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense, ha trabajado durante más de una década en el sector educativo y cultural. Especializado en social media, posicionamiento web y márketing digital.

https://tecnohotelnews.com/?p=67588?utm_source=newletter&utm_medium=email&utm_campaign=thnews20211206&mc_cid=f8aac588d9&mc_eid=9131a44027&key_user=a9accbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879





CINCO DETALLES EN LOS QUE DEBES FIJARTE PARA ELEGIR UN JAMÓN IBÉRICO DE VERDADERA CALIDAD

20 minutos NOTICIA13.12.2021 - 11:33H

- **La pureza del cerdo ibérico depende de su raza y de su alimentación.**
- **¿Vas a comprar un jamón para Navidad? Conoce bien sus partes y sácale provecho.**

Cortador de jamón ibérico Cortando un jamón ibérico como debe ser.

El jamón es uno de los imprescindibles de nuestro mesurado lujo navideño, como el cordero o el besugo. Con la Navidad los que habitualmente no pueden comer jamón del bueno se toman la revancha. Pero para no fracasar en el intento hay que saber comprarlo y no meter la pata. Se trata de superar aquello de "el jamón me ha salido bueno", como si fuera cuestión de suerte.

De manera general, dentro de los jamones y paletas podemos diferenciar entre ibéricos, de cerdo blanco y duroc. En cada grupo hay, además, variedades en función de su elaboración. Vamos con el mejor: ¿Cómo reconocer el jamón ibérico?

De entrada es importante reconocer las distintas calidades de este jamón, que podemos diferenciar gracias a la brida que encontramos en el producto. **En función de la raza (100% ibérico, 75% o 50% raza ibérica) y de la alimentación (bellota, cebo de campo y cebo)**, la Interprofesional del Cerdo Ibérico asigna a cada jamón ibérico un precinto obligatorio, único e individual, que garantiza que esa pieza es efectivamente ibérico.

Debemos prestar atención al precinto de Norma de Calidad del Ibérico, con el logotipo de ASICI, y a su color para conocer qué categoría está comprando. Son ibéricos los jamones o paletas que llevan alguno de estas cuatro bridas o precintos (negro, rojo, verde y blanco):

PRECINTO NEGRO: identifica al jamón de bellota 100% ibérico, procedente de un animal 100% Ibérico y que se ha alimentado en la dehesa de bellotas y otros recursos naturales.

PRECINTO ROJO: es el del jamón de bellota ibérico, procedente de animales del 75% o 50% de raza ibérica y que se ha alimentado con bellotas y otros recursos naturales de la dehesa.

PRECINTO VERDE: corresponde al jamón de cebo de campo ibérico y puede proceder de ejemplares del 100% ibéricos o 75% o 50% raza ibérica alimentados con hierbas del campo, piensos de cereales y leguminosas.

PRECINTO BLANCO: identifica al jamón de cebo ibérico, y puede proceder de ejemplares del 100% ibéricos o 75% o 50% raza ibérica, alimentados en granjas a base de piensos de cereales y leguminosas.

El jamón serrano y el duroc

Si el presupuesto no da para ibérico tenemos el jamón serrano y el curado, producidos con cerdo blanco. Conviene conocerlos bien por si alguien quiere darnos gato por liebre. Los cerdos blancos son animales de mayor tamaño y provienen de diferentes razas, extranjeras y autóctonas. Se le puede llamar serrano cuando se ha certificado como Especialidad Tradicional Garantizada (ETG). Si no aparece esta denominación, se llama jamón curado.





Dependiendo del tiempo de maduración, existen diferentes jamones o paletas:

GRAN RESERVA: son los que tienen más calidad ya que los jamones se curan durante 15 meses y las paletas durante 9 meses.

RESERVA: la curación es de 2 meses en jamones y 7 en paletas.

BODEGA: la curación mínima de los jamones es de 9 meses y de las paletas de 5.

BAJA CURACIÓN: se suelen vender loncheados.

No existe una normativa específica para el jamón duro, pero se le suele aplicar la del cerdo blanco. En cualquier caso debe indicarse la raza en la etiqueta. Estos jamones tienen el hueso más pesado y la grasa por loncha es mayor. Por el tiempo de curación, suelen ser jamones de Gran Reserva con un plazo superior a los 15 meses.

Nota completa:

<https://www.20minutos.es/gastronomia/productos/los-cinco-detalles-en-los-que-debes-fijarte-para-elegir-un-jamon-iberico-de-verdadera-calidad-4923273/>





INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR NOVIEMBRE 2021

INFLACION NOVIEMBRE 2021 -

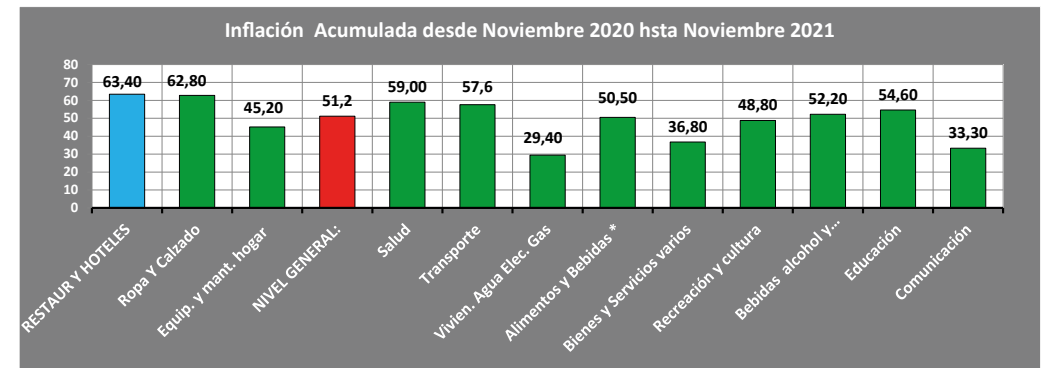
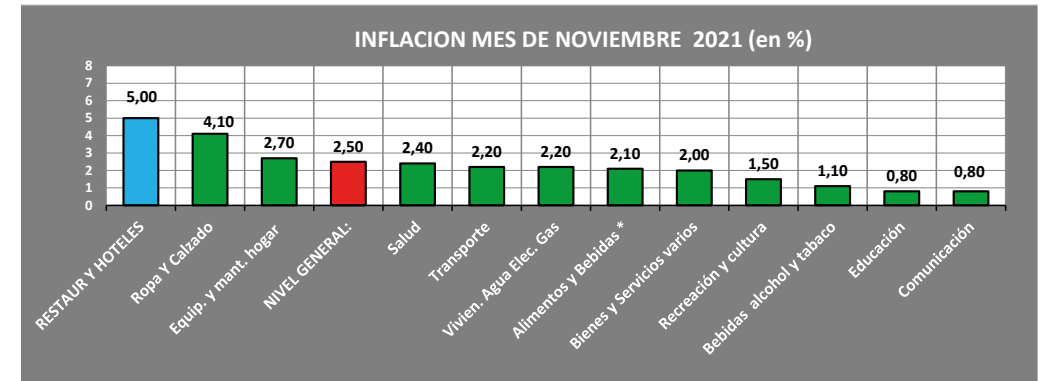
Nivel General: **2,5%** - Restaurantes y Hoteles: **5,0%**

IPC INDEC NOVIEMBRE 2021: NIVEL NACIONAL, LOS QUE + Y - SUBIERON. INFLACIÓN CUMULADA: NOVIEMBRE DE 2020 A NOVIEMBRE DE 2021 Y DESDE DICIEMBRE 202

INFLACION TOTAL PAIS	Noviembre 2021 %	ACUMULADA 12 MESES NOV . 20 / NOV.21 %	ACUMULA 11 MESES DE 2021%
RESTAUR Y HOTELES	5,00	63,40	56,20
Ropa Y Calzado	4,10	62,80	57,10
Equip. y mant. hogar	2,70	45,20	41,80
NIVEL GENERAL:	2,50	51,2	45,40
Salud	2,40	59,00	51,10
Transporte	2,20	57,6	50,20
Vivien. Agua Elec. Gas	2,20	29,40	25,70
Alimentos y Bebidas *	2,10	50,50	44,20
Bienes y Servicios varios	2,00	36,80	34,5
Recreación y cultura	1,50	48,80	41,40
Bebidas alcohol y tabaco	1,10	52,20	47,20
Educación	0,80	54,60	54,60
Comunicación	0,80	33,30	33,30

Variación % mensual sept. Agrupados

Bienes	2,50
Servicios	2,40
Estacionales	0,50
IPC Núcleo	3,30
Regulados	1,00



NOVIEMBRE 2021:

Nivel general del Índice de precios al consumidor (IPC) registró, en noviembre de 2021, un alza en el mes de 2,5% con un aumento interanual de 51,2%.

Las dos divisiones de mayor incremento en el mes fueron **Restaurantes y hoteles (5,0%)** y Prendas de vestir y calzado (4,1%). Equipamiento y mantenimiento del hogar (2,7%) fue la tercera división con mayor alza en noviembre, en la que incidió, entre otras cosas, la paritaria del personal de casas particulares.

La suba de Alimentos y bebidas no alcohólicas (2,1%) fue la de mayor incidencia en la mayoría de las regiones. Lo que más aportó en la división fue, principalmente, el aumento de Carnes y derivados y, en menor medida, de Pan y cereales. Estos incrementos estuvieron parcialmente compensados por la baja de Verduras, tubérculos y legumbres, dentro de la que se destacó la disminución del precio del tomate. Las dos divisiones de menor aumento fueron Educación (0,8%) y Comunicación (0,8%).

A nivel de las categorías, el IPC Núcleo (3,3%) fue la de mayor incremento del mes. Por su parte, Estacionales (0,5%) fue la de menor suba, explicado en gran parte por la mencionada baja de Verduras, tubérculos y legumbres; en tanto la categoría Regulados registró un aumento de 1,0% en el período.

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

* no alcohólicas



SEPTIEMBRE DE 2021 COMPARADO CON SEPTIEMBRE DE 2020 - LO QUE MÁS CRECIÓ Y LO QUE MENOS CRECIÓ

SEPTIEMBRE 2021 - CRECIMIENTO INTERANUAL DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA: 11,6 % HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA COMPARADO A LOS RESTANTES RUBROS: 59,1%

SEPTIEMBRE 2021

En septiembre el Estimador mensual de actividad económica (EMAE) creció 1,2% respecto a agosto (desestacionalizado). En la comparación interanual tuvo una suba de 11,6%. En los nueve meses del año, acumuló un ascenso de 10,9%.

Con relación a septiembre de 2020, 13 de los sectores registraron subas. **Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales (+66,9% ia) y Hoteles y restaurantes (+59,1% ia) fueron los sectores de mayor crecimiento en el mes, entre los dos aportaron 1,4 puntos porcentuales al EMAE.**

Por su parte, Industria manufacturera (+10,8% ia) y Comercio mayorista y minorista (+10,1% ia) fueron los sectores de mayor incidencia, y explicaron casi el 30% del incremento del EMAE.

Los sectores que en septiembre mostraron caída en la comparación interanual fueron Agricultura, ganadería, caza y silvicultura (-1,7% ia) y Pesca (-9,6% ia): entre los dos, restaron 0,1 puntos porcentuales a la variación interanual del índice total.



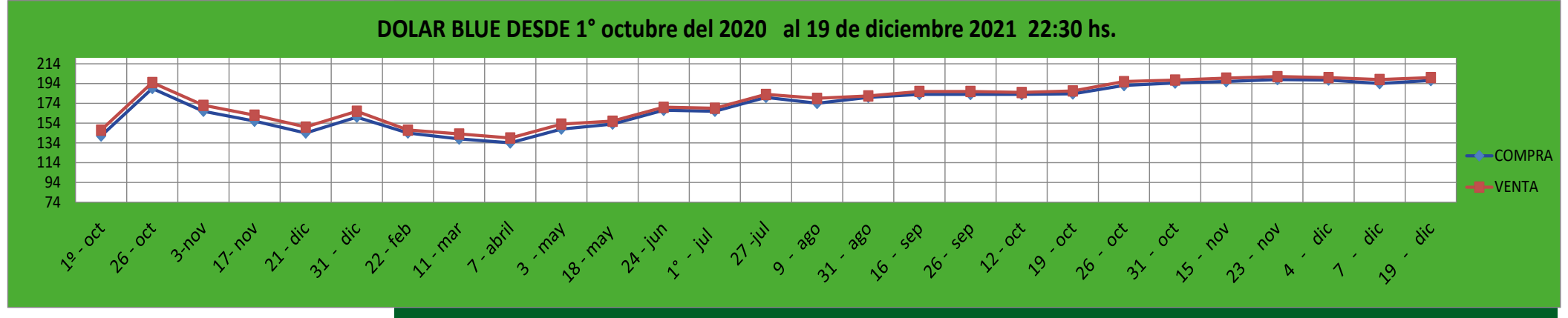
ACTIVIDAD	% incrementoSept. 2021/ Sept 2020
Otras: comun sociales	66,9
HOTELES Y RESTAUR.	59,1
Construcción	27,1
Impuestos netos	16,3
Minería	16,3
Industria	10,8
Transporte y comunic.	10,7
Comer may minor	10,1
Adm. Púb y Def. Planes	8,9
Ss sociales, salud	8,7
Inmobiliarias, alq.	8,2
Enseñanza	6,2
Electric gas y agua	5,0
Intermed. Financiera	2,4
Agric. Ganad. silvic.	-1,7
Pesca	-9,6



MERCADO CAMBIARIO

19 DE DICIEMBRE DE 2021 - 22.30 HS.

DOLAR BLUE DESDE 1 DE OCTUBRE DEL 2020 - AL 19 DE DICIEMBRE DE 2021, 22.30HS



LA NACIÓN - ECONOMÍA - DÓLAR HOY

Dólar hoy: suben los dólares libres por los argentinos que huyen de los pesos

Tras el cobro del aguinaldo, los argentinos se encontraron con más pesos en el bolsillo y salieron a comprar dólares. Así explican los economistas por qué este viernes 17 todas las cotizaciones de los dólares “libres” abrieron con fuertes alzas. En ese contexto, el dólar blue vuelve a posicionarse por encima de los \$200, luego de haber perforado ese valor dos semanas atrás. La moneda que se comercializa en el mercado informal avanza \$1,50 en las cuevas de la city poteña. Lo mismo sucede con los dólares financieros mediante bonos AL30. El MEP, ó dólar bolsa, sube \$6 (2,9%) y se vende a \$197,21. El dólar CCL, utilizado para girar los dólares fuera del país, se comercializa a \$205,78, siete pesos más caro (+3,6%).

“Empezaron a llegar los aguinaldos. Por ley, se tienen que pagar antes del 18 de diciembre, por eso entre ayer y hoy se estuvieron cobrando. Es algo estacional, sucede todos los diciembre. La primera quincena del mes los privados tenían que pagar el SAC, necesitaban pesos por otras razones, vendieron dólares y contribuyendo a la baja. Ahora está rebotando y se estabiliza”, según Gabriel Caamaño, de la consultora Ledesma. Durante los primeros días del mes, los tipos de cambio “libres” tuvieron tendencia a la baja. El dólar blue, que en noviembre había tocado un máximo de \$206,50, llegó a retroceder a \$196. El MEP, que tocó los \$205 el 23 de noviembre, ayer se vendía a \$191.

Nota completa: <https://www.lanacion.com.ar/economia/dolar/dolar-hoy-suben-el-blue-y-el-bolsa-por-los-argentinos-que-huyen-de-los-pesos-nid17122021/>

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

Dólar, Euro, Real			
Actualizado al 19 de diciembre 2021 22:30 hs.			
	MONEDA	COMPRA	VENTA
	dólar oficial prom.	101,00	107,00
	dólar blue	197,00	200,00
	dólar bolsa	198,87	199,40
	dólar solidario	176,55	176,55
	dólar cont. Liqui	200,79	204,81
	euro	114,61	114,67
	euro blue	226,00	231,00
	real	17,91	17,91
	real blue	///	///

DÓLAR BLUE		
DIA Y MES	COMPRA	VENTA
1º - oct	141,0	147,0
26 - oct	189,0	195,0
3-nov	166,0	172,0
17- nov	156,0	162,0
21 - dic	144,0	150,0
31 - dic	160,0	166,0
22 - feb	144,0	147,0
11 - mar	138,0	143,0
7 - abril	134,0	139,0
3 - may	148,0	153,0
18 - may	153,0	156,0
24 - jun	167,0	170,0
1º - jul	166,0	169,0
27 -jul	180,0	183,0
9 - ago	174,0	179,0
31 - ago	180,0	181,5
16 - sep	183,0	186,0
26 - sep	183,0	186,0
12 - oct	183,0	185,0
19 - oct	183,5	186,5
26 - oct	192,0	196,0
31 - oct	194,5	197,5
15 - nov	196,0	199,5
23 - nov	198,0	201,0
4 - dic	197,5	200,0
7 - dic	194,0	198,0
19 - dic	197,0	200,0

CRONISTA - FINANZAS Y MERCADOS - DOLAR DOMINGO 19 /12/2021

¿Golpe final sobre el dólar? La moneda estadounidense entra en "resistencia" y ya se prevé una nueva baja en el índice DXY

Las proyecciones sobre la divisa estadounidense acumulan diagnóstico negativos sumando ahora el estadio de "resistencia", según el índice DXY. ¿Qué es y qué va a pasar con el dólar?

El dólar blue hoy cerró la semana con una suba de \$ 1,5 (\$ 197 para la compra y \$ 200 para la venta). Así se recupera de las bajass anteriores y se arrima al máximo histórico de \$ 207 de antes de las elecciones de noviembre. En este contexto, la plaza financiera a nivel mundial suma un nuevo pronóstico negativo sobre la divisa norteamericana.

En medio de la alta inflación que atraviesa Estados Unidos (5,3% de suba del IPC proyectado para este año, la máxima en los últimos 40 años), el "Índice Dólar DXY" ubica al dólar en un "nivel de resistencia a largo plazo" que podría llevar al inicio de una reversión bajista.

QUÉ ES EL ÍNDICE DÓLAR DXY

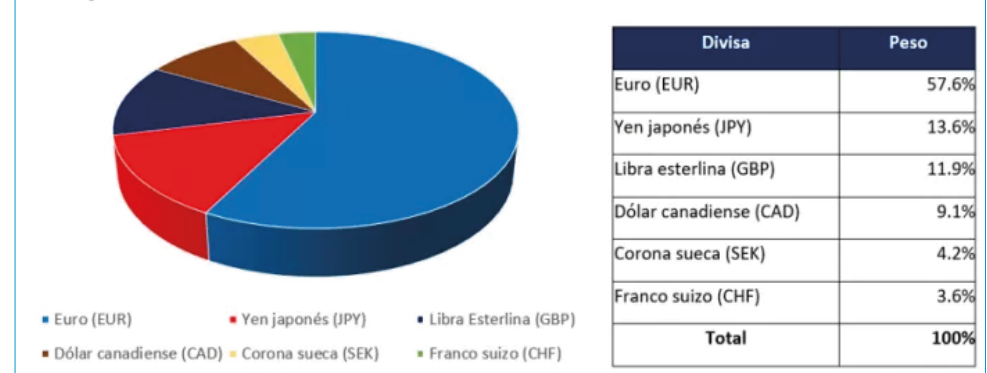
El Índice Dólar DXY, o "U.S. Dollar Index", mide la cotización del dólar estadounidense respecto a una canasta de divisas extranjeras. Como consecuencia, surge si el dólar se fortalece o se debilita respecto al resto de las principales monedas. Esta medición fue introducida en 1985, por la Intercontinental Exchange, a un valor inicial de 100.

Desde 1999, el Índice Dólar DXY tan solo se calcula con 6 divisas: el euro, el yen japonés, el dólar canadiense, la libra esterlina, el franco suizo y la corona sueca.

¿PARA QUÉ SIRVE?


El Índice DXY es un indicador fundamental para analizar el valor del dólar estadounidense. Puede usarse para analizar la situación macroeconómica mundial, así como el nivel de incertidumbre económica y financiera en un momento concreto.

Composición del Índice Dólar DXY actual



La nota, de gran interés para quienes operan en el mercado financiero, está completa en este link:

<https://www.cronista.com/finanzas-mercados/golpe-final-sobre-el-dolar-la-moneda-estadounidense-entra-en-resistencia-y-ya-se-preve-una-nueva-baja-en-el-indice-dxy/>



Cuando comienza un nuevo año,
se abren 365 oportunidades
para que juntos sigamos creciendo
y aunando esfuerzos
para contribuir al crecimiento
del sector en nuestro país.

¡Muchas Felicidades!

Comité Ejecutivo de FEHGRA



FEDERACIÓN EMPRESARIA HOTELERA GASTRONÓMICA
DE LA REPÚBLICA ARGENTINA