

2021



INFORME DEL SECTOR TURÍSTICO RESUMEN EJECUTIVO

FEDERACIÓN EMPRESARIA HOTELERA GASTRONÓMICA DE LA REPÚBLICA ARGENTINA

SEPTIEMBRE 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

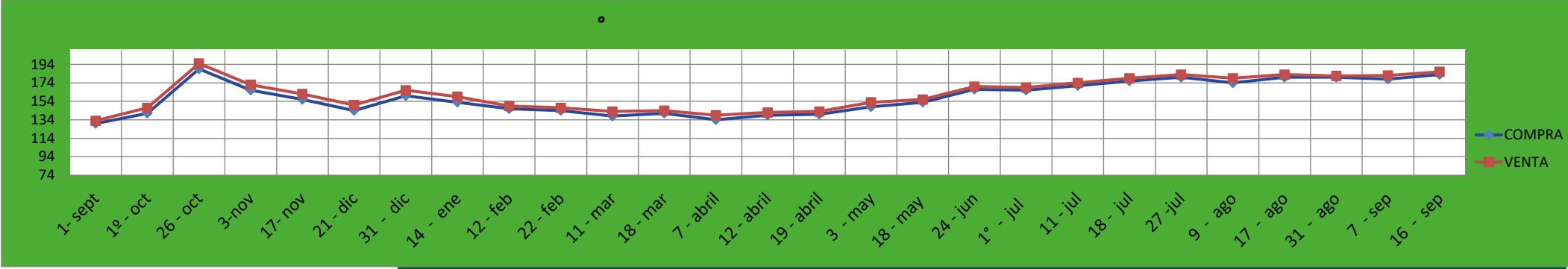
El Informe del Sector Turístico publicado mensualmente contiene Indicadores de Coyuntura sobre Turismo y marcha de la Actividad Económica. Como fuente de información se toman los últimos Informes de Coyuntura de INDEC, Dirección Nacional de Migraciones y Banco Central.

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
16 DE SEPTIEMBRE
2021 16.15 HS

DOLAR BLUE DESDE 1 DE SEPTIEMBRE DEL 2020 - AL 16 DE SEPTIEMBRE 2021, 16.30HS



Tips para diversificar tu portafolio

POR LAUTARO RAVALE Asesor Financiero en Bull Market Securities

Invertir puede resultar entretenido, aunque algunas veces confuso. Hoy son demasiadas las fuentes de información, lo que ayuda a perder los objetivos iniciales. Por eso sería prudente elegir un plan a largo plazo y en el transcurso del tiempo, mantener el foco.










La nota es muy interesante, la puede leer en este link:

<https://dolarhoy.com/finanzas-personales/tips-para-diversificar-tu-portafolio-202191614160>

Esta es una muy breve síntesis

- * Sería prudente no invertir en sólo una compañía o sector, sino más bien incorporar empresas de distintos sectores y lugares geográficos.
- * Se puede decir que una cartera con alrededor de 20/25 acciones estaría lo suficientemente diversificada y permitiría al inversor poder llevar a cabo un seguimiento ordenado.
- * En lugar de activamente elegir los instrumentos (bonos o acciones) en los cuales se desea invertir, hacerlo a través de ETFs.
- * Seleccionando ETFs de distintas industrias, sería posible lograr exposición en muchos de los sectores en los que se desea invertir y, a su vez, diversificar en dos niveles. Es decir, no solo a nivel sectorial, sino también dentro de cada sector puntual.
- * Realizar compras por períodos. De este modo, si se dispone de cincuenta mil dólares para invertir, sería prudente no colocar el total de los fondos en un mismo momento, sino más bien programar compras parciales en distintas instancias.
- * No perder de vista las novedades que van surgiendo a nivel mundial, no sólo respecto a las variaciones de precio de los distintos instrumentos que componen el portafolio, sino también a los cambios de tendencia dentro de cada industria y nuevos competidores que van apareciendo

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

Dólar, Euro, Real			
Actualizado al 16 de septiembre 2021 16.13 hs			
	MONEDA	COMPRA	VENTA
	dólar oficial prom.	97,72	103,91
	dólar blue	183,00	186,00
	dólar bolsa	172,60	172,67
	dólar solidario	170,77	170,77
	dólar cont. Liqui	172,78	173,03
	euro	115,83	115,87
	euro blue	216,43	221,16
	euro turista	196,35	196,35
	real	18,78	18,79
	real blue	23,00	29,00



DÓLAR BLUE		
DIA Y MES	COMPRA	VENTA
1- sept	130,0	133,0
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
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
27 -jul	180,0	183,0
9 - ago	174,0	179,0
17 - ago	180,0	183,0
31 - ago	180,0	181,5
7 - sep	178,0	182,0
16 - sep	183,0	186,0

MERCADO CAMBIARIO

16/09/2021 11:42 Clarín.com Economía Annabella Quiroga

En medio de la crisis política, el dólar blue subió a \$ 187 con muy pocas operaciones abiertas. En informal arrancó en \$ 189 y luego del mediodía cedió dos pesos.

Como si nada hubiera sucedido, el dólar mayorista se mantuvo en la misma tónica de los últimos meses. Esta mañana abrió con un alza de cinco centavos sobre el cierre de ayer, en \$ 98,30. El dólar ahorro permaneció en \$ 170.

Los dólares financieros mostraron poco movimiento. El contado con liqui, la operatoria para sacar divisas del país, sube 0,5%, a \$ 172,8. Mientras que el dólar MEP, que se opera en la bolsa porteña, avanza 0,5%, a \$ 172,7.

Con estos niveles, la brecha con el blue salta a 91%, el nivel más alto del año. Además de la cotización del blue, el otro tema que preocupa tanto al gobierno, como a los distintos actores económicos es la dinámica de la brecha. Si se consolida por encima del 90% hay más incentivos a postergar exportaciones y a anticipar importaciones, lo que termina metiendo más presión sobre el dólar.

Con menos ingreso de divisas y mayor tendencia dolarizadora por la incertidumbre política y económica, el riesgo es que el Banco Central pierda más reservas en momentos en que aún no está claro cómo continuará el plan económico y la relación con el Fondo Monetario.

Guzmán presentó su Presupuesto 2022 basado en más emisión monetaria y créditos

El Presupuesto que ingresó antes de la medianoche al Parlamento contempla además, el pago de vencimientos de capital al Fondo Monetario Internacional, prevé un incremento real del gasto social y una reducción de los subsidios energéticos.

POR REDACCIÓN

Ver nota completa:

<https://dolarhoy.com/economia/guzman-presento-su-presupuesto-2022-basado-en-mas-emision-monetaria-y-creditos-20219169530>



TURISMO INTERNACIONAL RECEPTIVO - JULIO DE 2021

JULIO 2021:

En la Encuesta de Turismo Internacional, para julio, solo se presentan los datos de la cantidad de turistas, no así las estimaciones de pernoctaciones y estadía promedio, ni las correspondientes aperturas por países de residencia habitual y destino principal del viaje. Debido a la imposibilidad de una acertada caracterización y cuantificación, a falta del operativo de campo, las cifras pueden incluir una proporción de viajeros que viajaron por motivos no turísticos o que por su condición de residencia no deberían estar incluidos.

En julio de 2021, se estimaron 3,7 mil llegadas de turistas no residentes, cifra que presentó un incremento interanual de 281,1%. En los siete meses transcurridos del año, se alcanzaron 71,1 mil llegadas de turistas no residentes y se registró una disminución de 89,3% respecto del mismo período del año anterior. Ezeiza y Aeroparque concentraron el 99,4% de los arribos, con una baja interanual de 88,1%.

En julio, el saldo (llegadas menos salidas) de turistas internacionales resultó negativo en 21,5 mil para toda la vía aérea internacional. Por su parte, el saldo de turistas en el período enero-julio fue negativo en 219,6 mil.

En julio de 2021, se estimaron 3,7 mil llegadas de turistas no residentes a la Argentina.



En los primeros 7 meses de 2021 se alcanzaron 71,1 mil llegadas de turistas, 89,3% menos que el mismo período de 2020. El saldo fue negativo en 219,6 miles en los siete meses de 2021 (entrados menos salidos)



El saldo de turistas internacionales, (entrados menos salidos) resultó en julio negativo en 21,5 miles para toda la vía aérea internacional.

La llegada de turistas internacionales enero - julio por vía aérea fue en un 99,4% por Ezeiza y Aeroparque (baja interanual 88,1%).

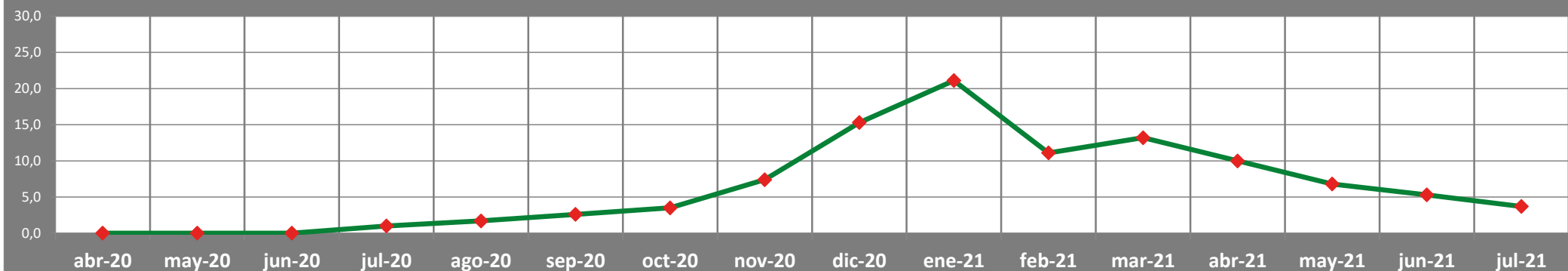


Llegaron en julio 2021, en miles: de Chile y Paraguay: 0,1 de cada uno; de Brasil: 0,2; de USA y Canadá: 0,9; de Resto América: 0,7; de Europa: 1,5; del Resto del mundo: 0,2. Uruguay se encuentra comprendido en el grupo Resto de América, de Bolivia no se registraron arribos.

LLEGADA DE TURISTAS NO RESIDENTES ABRIL 2020 - JULIO 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	jun-21	jul-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	5,3	3,7

MILES DE TURISTAS POR MES - ULTIMOS 16 MESES (abril 2020 - julio 2021)



Durante julio, continuó la prohibición del ingreso al territorio nacional de personas extranjeras. Solo lo pudieron hacer transportistas o tripulantes de cualquier nacionalidad en actividad; los argentinos y residentes en Argentina; los extranjeros autorizados Migraciones (DNM) por actividades laborales o comerciales, diplomáticos, participantes en eventos deportivos sujetos a protocolos, por salud, para reunificación familiar y extranjeros tránsito hacia otros países.

Se ingresó solamente por Ezeiza, Aeroparque, San Fernando, Puerto de Buenos Aires y pasos fronterizos de Tierra del Fuego.

Durante julio en términos de viajes con motivos de vacaciones y ocio, el movimiento receptivo fue nulo. Sin embargo, en el marco de la Encuesta de Turismo Internacional se consideran dentro de la definición de turistas a las personas que viajan, además de por vacaciones y ocio, por razones de trabajo, salud, visitas a familiares y amigos, entre otras.

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

ENERO A JULIO 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	///	///	///	///

/// sin datos



OCUPACION HOTELERA

ENCUESTA DE OCUPACION HOTELERA
INDICADORES JUNIO DEL 2021

JUNIO 2021

En junio de 2021 hubo 653.891 pernoctaciones en establecimientos hoteleros y parahoteleros, 780,7% más que en junio del 2020.

Las pernoctaciones de residentes aumentaron 846,8% y las de no residentes 131,5%.

Los viajeros hospedados fueron 288.937, un aumento de 1.100,4% respecto a junio de 2020.

La cantidad de viajeros residentes se incrementó en 1.133,7% y la de no residentes en 436,4%.

El 97,9% del total de los viajeros hospedados fueron viajeros residentes JUNIO 2021

TOH; Pernocte Promedio, y Cantidad de Pernoctaciones x Región.

NOA: 19,1%; 2,0; 115,4 miles. **Centro:** 18,7%; 2,3, 45,9 miles. **Cuyo** 15,2%; 2,5; 86,4 miles. **NEA** 12,9%; 1,9; 83,3 miles. **CABA** 14,8%; 2,3; 115,6 miles. **Provincia de Buenos Aires** 11,3%; 2,4; 62,7 miles. **Patagonia** 19,1; 2,5; 144,5 miles.

x Plaza y Habitación - Junio 2021

TOH (x Hab.) **15,7%**, (Hab. disponibles: 2,34millones; Hab. ocupadas 368mil)

TOP (x Plaza) 10,8%, (Plazas disponibles 6,03; Plazas ocupadas 654 mil)



Total de Pernoctaciones: 653.891 (+ 780,7% interanual) De argentinos: subieron 780,7%.

De extranjeros: 131,5%



Se hospedaron 288,9 mil viajeros.
(+1100,4% que junio de 2020)



Argentinos: 638,0 mil pernoctaciones (97,5% del total) (+ 846,8% interanual)

Extranjeros: 15,9 mil (2,5% del total) (+131,5% interanual)

Tasa de Ocupacion de Junio 2021 - Total país

Tasa de Ocupación Junio por Habitación (TOH) = 15,7%



Tasa de Ocupación Junio por Plaza (TOP) = 10,8%

Acumulado Primer semestre 2021: 10.427.455 pernoctaciones (-26,0% i.a.)



Acumulado Primer semestre 2021: 3.899.708 viajeros (-24,0% i.a.)

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



De los 2101 miles de pernoctaciones:

CATEGORIA	LUGAR DE RESIDENCIA	
	argentinos	extranjeros
	miles	miles
3 est apart bout	221,5	2,9
4 y 5 estr	186,9	12,2
1 y 2 estr	120,3	///
parahot	109,3	///

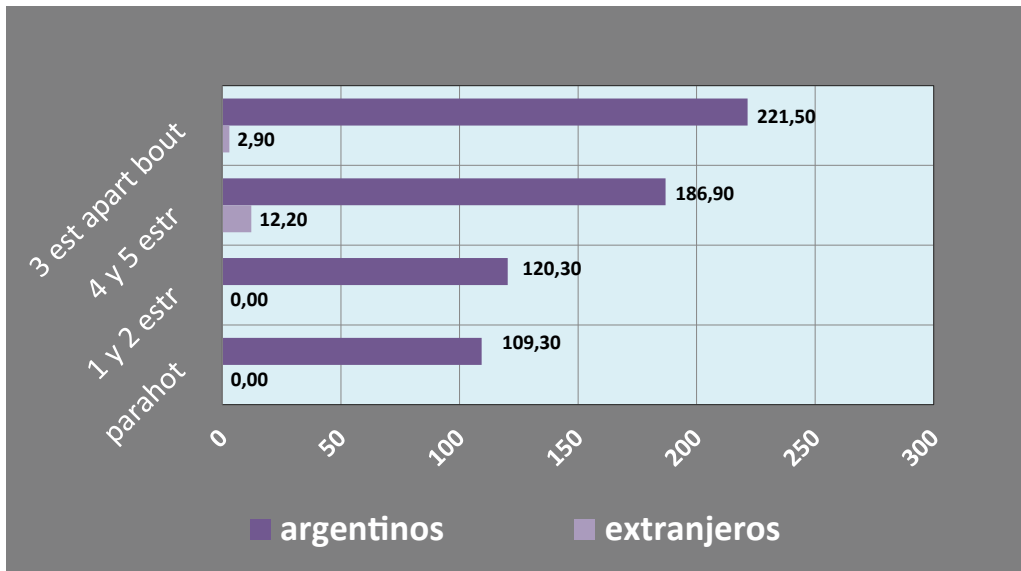
VIAJEROS HOSPEDADOS EN JUNIO DE 2021 S/CATEGORÍA



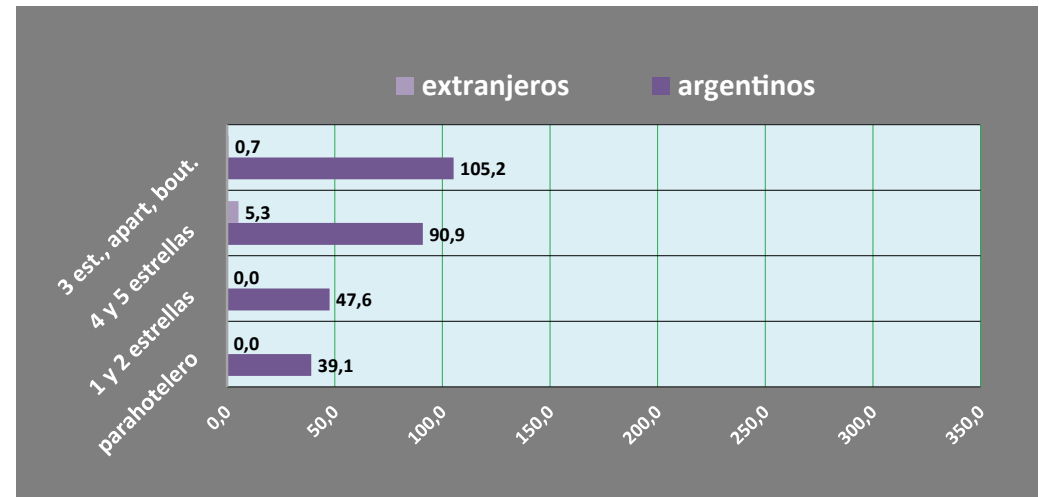
De los 288,9 miles de viajeros en junio:

CATEGORIA	LUGAR DE RESIDENCIA	
	argentinos	extranjeros
	<i>en miles</i>	
parahotelero	39,1	///
1 y 2 estrellas	47,6	///
4 y 5 estrellas	90,9	5,3
3 est., apart, bout.	105,2	0,7

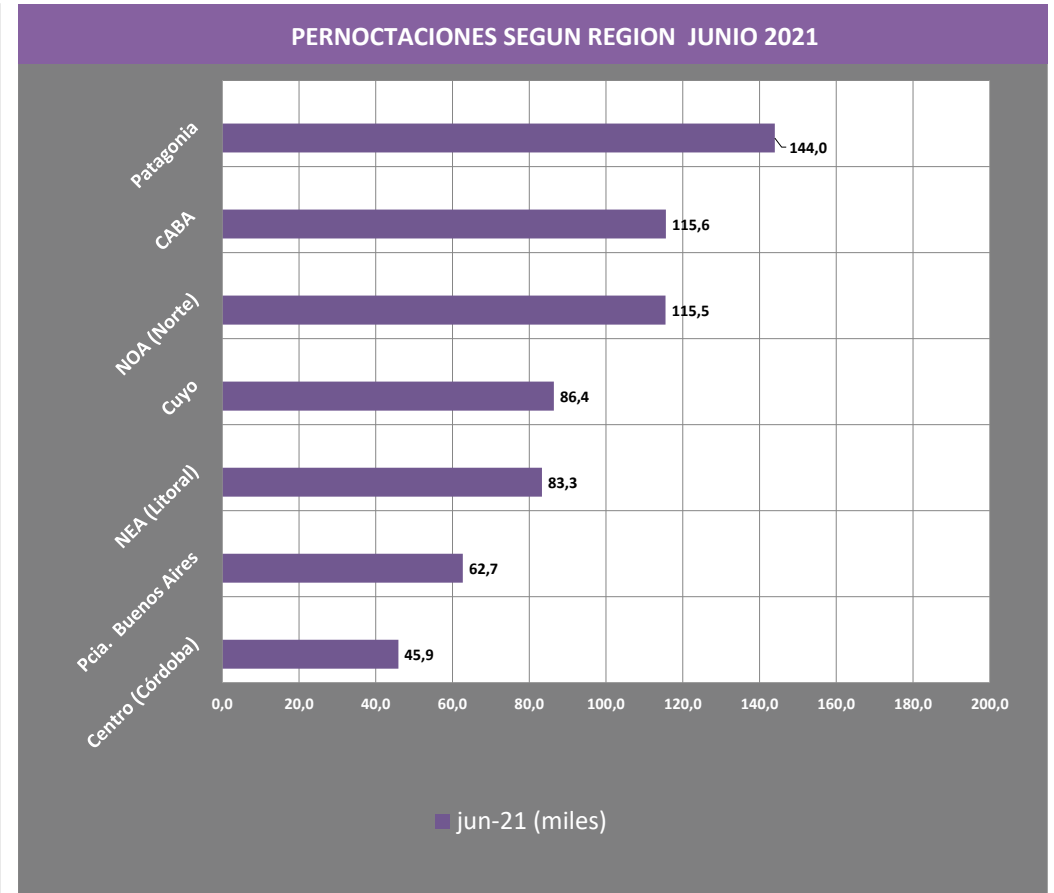
PERNOCTES POR CATEGORÍA - JUNIO 2021 (MILES)



VIAJEROS POR CATEGORIA HOSPEDAJE - (MILES) JUNIO 2021



REGION	jun-21
	(miles)
Centro (Córdoba)	45,9
Pcia. Buenos Aires	62,7
NEA (Litoral)	83,3
Cuyo	86,4
NOA (Norte)	115,5
CABA	115,6
Patagonia	144,0



JUNIO 2021

La región Patagonia concentró el mayor porcentaje de pernoctaciones del mes, 22,1%; le siguieron CABA y Norte (NOA), con 17,7%.

Las regiones que hospedaron el mayor número de viajeros fueron Norte (NOA), 57.323; Patagonia, 57.002; y CABA, 49.854.

La estadía promedio de los viajeros fue 2,3 noches, 26,6% menor que junio del 2020. Las regiones que presentaron la mayor estadía promedio fueron Patagonia y Cuyo, con 2,5 noches en ambos casos; seguidas por la región Buenos Aires, con 2,4 noches .

**¿COMO SE DISTRIBUYERON
LOS PERNOCES POR
REGION?
JUNIO DEL 2021**

**¿Qué destinos prefirieron
los argentinos?**

REGION	%
Patagonia	22,0
CABA	16,6
NOA (Norte)	17,9
NEA (Litoral)	12,7
Córdoba	7,1
Cuyo	13,5
Buenos Aires	9,8

**¿Qué destinos prefirieron
los extranjeros?**

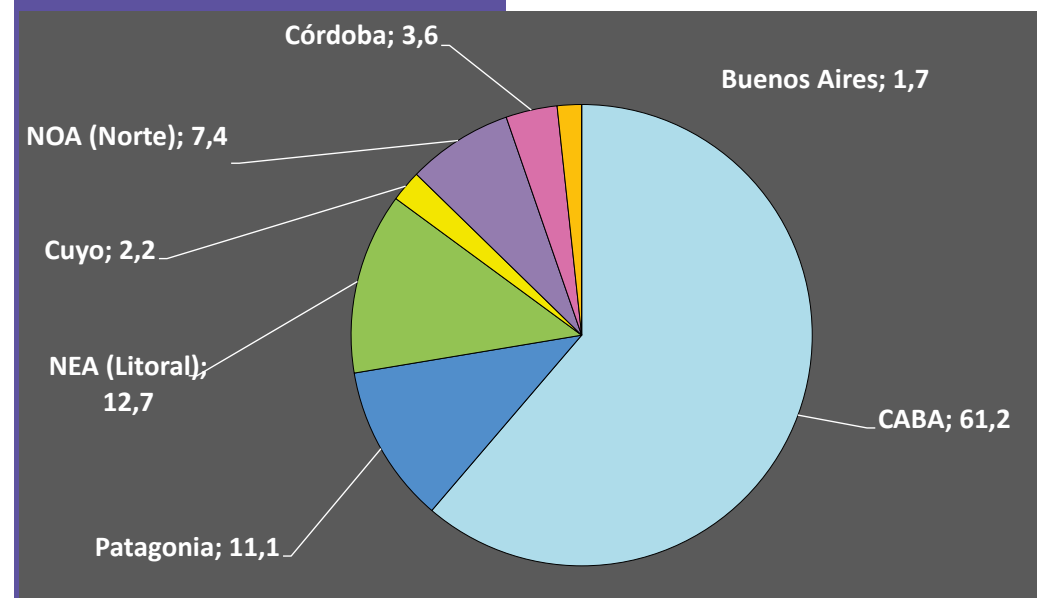
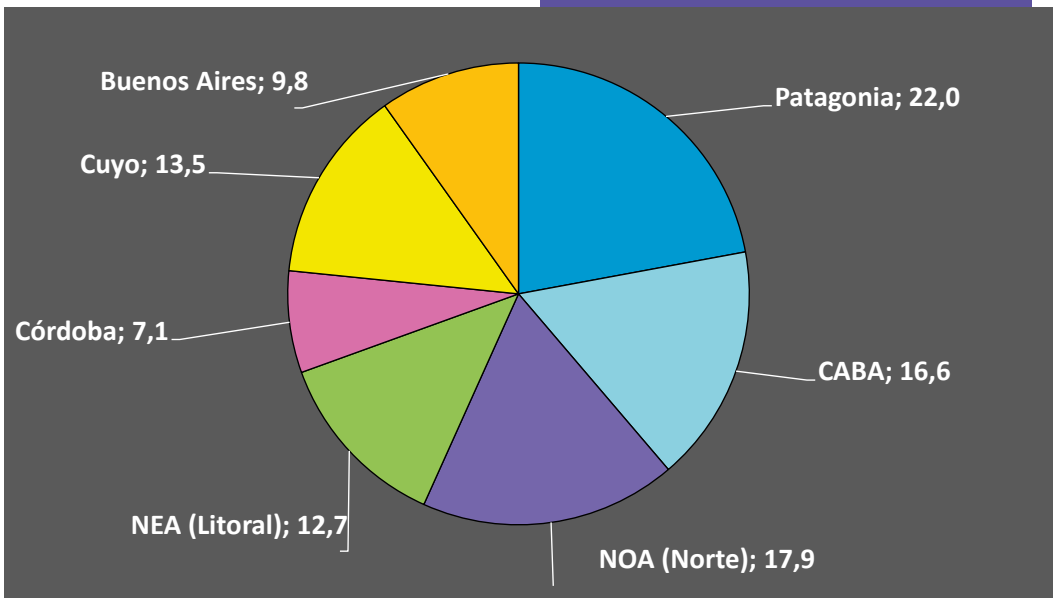
REGION	%
CABA	61,2
Patagonia	11,1
NEA (Litoral)	12,7
Cuyo	2,2
NOA (Norte)	7,4
Córdoba	3,6
Buenos Aires	1,7

JUNIO DEL 2021:

Las pernoctaciones de los viajeros residentes se distribuyeron principalmente entre las regiones Patagonia, 22,4%; Norte, 17,9%; y CABA, 16,6%. El mayor número de esas pernoctaciones provino de la región CABA y partidos del Gran Buenos Aires, 29,3%.

La región CABA fue la preferida por los no residentes (61,2% del total de pernoctaciones); seguida por Litoral (12,7%).

La mayor cantidad de pernoctaciones provino de viajeros llegados de los países que componen "Resto de América", con 33,1%; Europa, con 21,4%; y "Resto del mundo", con 19,3%.





INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR AGOSTO 2021

INFLACION AGOSTO 2021 -

Nivel General: **2,5%** - Restaurantes y Hoteles: **2,9%**

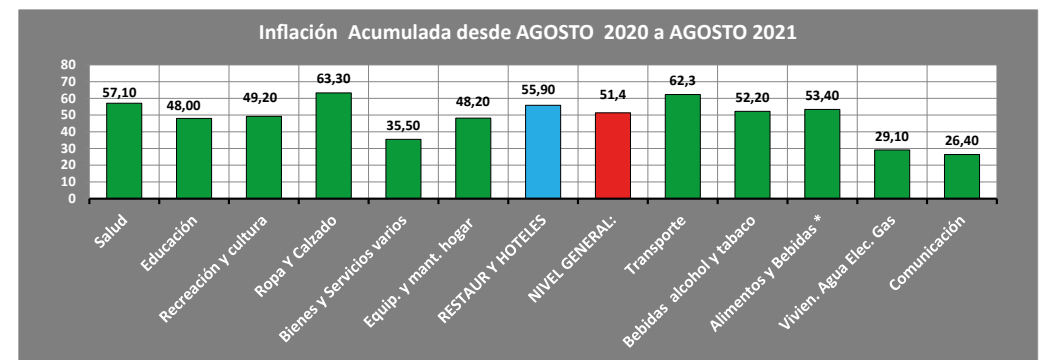
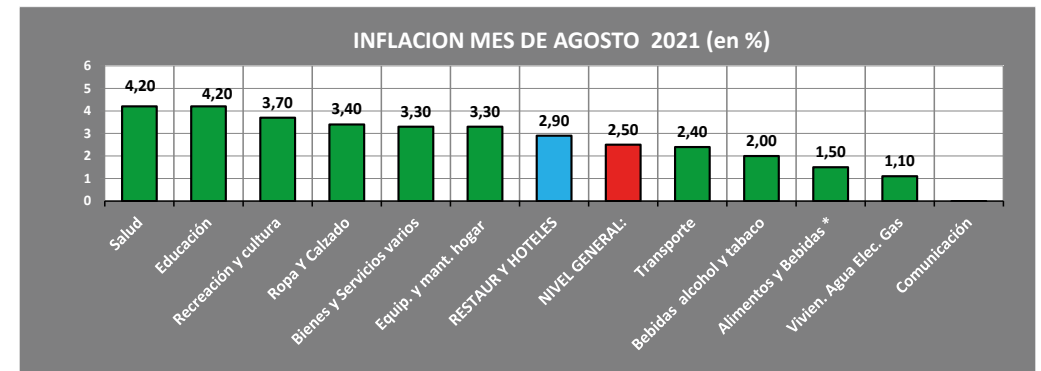
IPC INDEC AGOSTO 2021: NIVEL NACIONAL, LOS QUE + Y - SUBIERON.

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

INFLACION TOTAL PAIS	AGOSTO 2021 %	ACUMULADA 12 MESES AGOSTO%	ACUMULA DESDE DICIEMB 2020%
Salud	4,20	57,10	35,00
Educación	4,20	48,00	46,60
Recreación y cultura	3,70	49,20	29,20
Ropa Y Calzado	3,40	63,30	35,40
Bienes y Servicios varios	3,30	35,50	24,8
Equip. y mant. hogar	3,30	48,20	29,90
RESTAUR Y HOTELES	2,90	55,90	37,30
NIVEL GENERAL:	2,50	51,4	32,3
Transporte	2,40	62,3	38,40
Bebidas alcohol y tabaco	2,00	52,20	34,60
Alimentos y Bebidas *	1,50	53,40	32,60
Vivien. Agua Elec. Gas	1,10	29,10	17,70
Comunicación	-0,60	26,40	27,20

Variación % mensual agosto/categorías

Bienes	2,50
Servicios	2,30
Estacionales	0,60
IPC Núcleo	3,10
Regulados	1,10



AGOSTO 2021: El Nivel general del Índice de precios al consumidor (IPC) registró en agosto de 2021 tuvo un alza mensual de 2,5% y un aumento interanual de 51,4%.

Las dos divisiones que más subieron en el mes fueron Educación (4,2%) y Salud (4,2%). En Salud incidió el alza en prepagas, medicamentos, artefactos y equipos para la salud.

La suba en Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,5%) fue la de mayor incidencia en la mayoría de las regiones. El incremento se explicó fundamentalmente por la Leche, productos lácteos y huevos; Pan y cereales; Café, té, yerba y cacao; Azúcar, dulces, chocolate, golosinas, etc.; y Aceites, grasas y manteca. Estos aumentos estuvieron parcialmente compensados por la baja de Verduras, tubérculos y legumbres en algunas regiones.

La división Comunicación (-0,6%), y el menor aumento del mes fue Vivienda, agua, electricidad, gas y otros (1,1%) que, en algunas regiones, también cayó. Sus bajas se debieron en gran parte a la reducción de la tarifa de gas en algunas localidades por la ampliación del Régimen de Zona Fría, compensado por aumentos en las expensas por el aumento de salarios de encargados de edificios.

La baja en Verduras, tubérculos y legumbres incidió sobre la **categoría Estacionales (0,6%)**, la de menor suba en agosto, seguida por **Regulados (1,1%)**, en la que el aumento en Gastos de prepagas estuvo compensado por la baja de la tarifa de gas. La categoría IPC Núcleo mostró un incremento de **3,1%** en el período.

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

* no alcohólicas



SE REUNIÓ EL COMITÉ EJECUTIVO AMPLIADO DE FEHGRA

<http://www.fehgra.org.ar/archivos/10831>

Con el objetivo de seguir las novedades y requerimientos del sector, muchos de ellos relacionados a la difícil situación que sigue atravesando la hotelería y la gastronomía del país, después de afrontar más de 18 meses de crisis y restricciones por la pandemia de COVID-19, el Comité Ejecutivo y los Coordinadores Regionales se reunieron en la sede de FEHGRA.



Encabezado por la doctora Graciela Fresno, presidente de la Federación, el Comité Ampliado analizó temas y problemáticas del sector y la agenda institucional de las próximas semanas. Un eje prioritario es la evaluación de distintos escenarios y herramientas en un contexto con menos restricciones, pero con un sector seriamente afectado y endeudado, integrado por PyMEs, que en muchos casos no verá recuperada su operación, aunque deberá seguir sosteniendo su estructura. Los efectos de esta crisis son difíciles de superar, ya que impactó profundamente la estructura empresarial y financiera del sector.

El encuentro se desarrolló ayer, 8 de septiembre en la sede de FEHGRA.

Durante todo este período de restricciones y cuarentena, las autoridades de la Federación siguieron el día a día de la entidad y del sector a través de asiduos encuentros virtuales. En las últimas semanas, se reorganizaron las reuniones quincenales presenciales, que suman el esfuerzo adicional de viajar hasta la Ciudad de Buenos Aires -por variados medios de comunicación-, ya que los integrantes del Comité pertenecen a las distintas regiones del país.

El 23 y 24 de septiembre, la Federación organiza el XVIII Coloquio Tributario Hotelero Gastronómico, bajo el lema "Hacia la Reactivación Hotelera Gastronómica", en modalidad virtual.



**SALUDO
EN FACEBOOK
(VIDEO Y TEXTO)
POR LOS
80 AÑOS DE FEHGRA**



<https://www.facebook.com/fehgra/videos/1138734843331120/>

Desde 1941 representamos la actividad hotelera y gastronómica de todo el país, trabajando en defensa de los intereses de uno de los sectores más importantes en la economía argentina y cuarta fuente de empleo en el país. Para iniciar este ciclo de rememoración por nuestros 80 años, nuestra presidente, doctora Graciela Fresno, dedicó unas palabras a todos los miembros de nuestra entidad:

“La solidaridad es lo que nos guía en la defensa y en el acompañamiento de los intereses del sector. Este año, un año de pandemia, difícil de olvidar para el mundo, FEHGRA sigue al lado de cada establecimiento hotelero gastronómico, acompañándolo en su labor de cada día. Nuestra actividad es fuerte y resiliente, y seguramente cuando esta pandemia pase, saldremos más fortalecidos que entonces.”

¡Gracias #FilialesFEHGRA!

#80AñosFEHGRA



LAS 5 CLAVES PARA CREAR UNA ESTRATEGIA DE CUSTOMER EXPERIENCE EXITOSA

Tecnohotel



La experiencia de cliente o customer experience es el elemento diferenciador en la nueva economía digital de bajo contacto (Low Touch Economy), la cual se caracteriza por ser una nueva forma de hacer negocios.

Esta estrategia, forzada por la pandemia, obstruye las relaciones personales cercanas que conocíamos, sumiéndonos en una etapa crítica a la hora de cumplir con las expectativas de los usuarios en cada punto de contacto con nuestra marca.

Ofrecemos la nota completa en el link:

https://tecnohotelnews.com/?p=65805?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=thnews20210907&key_user=a9accbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879



¿SABES EN QUÉ CONSISTEN LAS PROFESIONES MÁS DEMANDADAS EN HOSTELERÍA?

12 septiembre 2021



En un momento donde la búsqueda de personal en restauración es un reto, el conocer las profesiones en hostelería y sus funciones es necesario para poder encontrar un perfil idóneo para el puesto que necesitamos cubrir en nuestro negocio.

Linkers, consultora de recursos humanos en hostelería, creó el Diccionario de Gastronomía, donde se definen las principales profesiones en hostelería.

DENTRO DE LA COCINA:

Cocinero: Alma mater del restaurante, nombre usado en general en establecimientos chicos. Su función en cocina es gestionar los momentos de preelaboración, servicio y postservicio dentro de la cocina del restaurante.

Ayudante de cocina: encargado de asistir al cocinero o al jefe de partida en la cocina y responsable de la mise en place o preparación que abastezca la previsión de venta diaria. Domina los tipos de corte, de cocción y de conservación de los alimentos. Puede organizar la despensa, limpiar las diferentes partidas de la cocina y apuntar las mermas y faltantes de stocks.

Office: Se ocupa de la limpieza de la vajilla durante el servicio para agilizar el ritmo y rotación de clientes. Su función es mantener la mayor cantidad de platos, cubiertos vasos, fuentes y demás enseres limpios y listos para ser usados. Apoya al equipo de cocina y sala para la rotación de mesas, debiendo ser ágil, organizado y prolijo en la limpieza y el orden.

Jefe de cocina: Máxima jerarquía operativa en la cocina, supervisa los estándares de calidad. Divide las tareas del equipo, hace el seguimiento del preservicio, servicio y postservicio y controla la gestión de compras y stock. También se encarga de la compra, diseña los menús, distribuye el trabajo por partidas y del emplatado correcto. Un chef puede ser o no jefe de cocina.

Chef: Cocinero experto que dirige el funcionamiento de una cocina en elaboraciones, en recursos materiales y en dirección de personas. Gestiona presupuestos y costos de materia prima, manteniendo el estándar de calidad, la selección de proveedores y el desempeño productivo de la plantilla. Además de conocimiento culinario debe tener conocimiento de gestión de equipos y estructuras de costo. **Chef ejecutivo:** Expertos en cocina que investigan y analizan innovaciones y nuevas técnicas, rentabilizando los recursos y maximizando los resultados.



EN LA BARRA:

Barmaid o barman: quien se ocupa (mujer o varón) de la elaboración y servicio de bebidas en la barra. El **coctelero** es el que experto en la realización de mezclas de bebidas alcohólicas y no alcohólicas. El **mixólogo**, es el experto en el estudio, creación y diseño de elaboraciones para coctelería. Conoce la composición química de diferentes licores y bebidas, conoce de cocina profesional y maridaje. Su función es investigar, analizar y crear nuevos sabores y combinaciones en base a un concepto y atmósfera de negocio.



EN EL SALÓN:

Comis: Dependiendo la función que se le asigne, sirve la mesa, o según el restaurante, traslada rápidamente los platos de la cocina a la sala y los deja en la estación del camarero para que este los lleve a la mesa. Levanta la vajilla usada para volver a poner la mesa para el cliente que sigue.

Maitre: profesional de máxima responsabilidad en la gestión de los servicios y eventos de un restaurante. Coordina los puestos de sala asignando tareas, tipo de servicio, gestión de espacios y materiales para éstos.

Hostess, el profesional “anfitrión”. Organiza las reservas y recibe a los clientes, acompañándolos y sugiriendo las especialidades del restaurante.

Jefe de sala: Se encarga de gestionar el servicio pautando los pasos de mise en place, organización de rangos, desarrollo y recogida de servicio. Como encargado de la sala, según el volumen de ventas, reservas y tiempo, define el tipo de servicio, estilo de atención, ritmo y coordinación de los diferentes puestos.



Nota completa:

https://tecnohotelnews.com/2021/09/12/profesiones-mas-demandadas-hosteleria/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=thnews20210913&key_user=a9accbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879



CARGOS DE DIRECCIÓN

Encargado: máximo responsable de la gestión diaria del restaurante, coordina las tareas de todos, gestiona el servicio, los rangos y materiales para su desempeño. Realiza los cuadrantes de horarios, cierres de caja, gestión de pedidos, inventarios y gestión del servicio.

Gerente: de acuerdo a la estrategia empresarial, decide y dirige los recursos de la empresa a fin de alcanzar objetivos rentables. Controla que los procesos sean eficientes y productivos. Suele seleccionar al personal, negociar con proveedores, contratar campañas publicitarias y controlar el costo beneficio.

Director de sala: máximo responsable del restaurante que diseña y desarrolla estrategias de trabajo fijando objetivos a medio y largo plazo con el fin de lograr resultados rentables y hacer crecer la imagen de marca.

Director de restaurante: máximo responsable, diseña y desarrolla estrategias de trabajo estableciendo objetivos a medio y largo plazo. Responsable de conseguir que la propuesta de valor se consolide en el mercado, contemplando factores de productividad, ventas y fidelización del cliente.

Director de operaciones: responsable de la gestión presupuestos anuales y de los recursos operativos de la empresa. Analiza el volumen de ventas y gestiona los recursos de las diferentes áreas de producción para alcanzar la rentabilidad de la empresa.



EL CHORIPÁN ES UNO DE LOS MEJORES 5 SÁNDWICHES DEL MUNDO

<http://www.fehgra.org.ar/archivos/10830>

El famoso sándwich argentino está en el top 5 de los sándwiches más ricos del mundo, según el sitio gastronómico The Taste Atlas, que le dio el cuarto lugar. Si bien no hay cifras oficiales, se estima que, anualmente, se degustan más de 600 millones de choripán en el país, es decir, alrededor de 15 por persona.

La creación del Choripán se remonta al siglo XIX, una época donde los gauchos se deleitaban con asados varios. Ellos, a diferencia de sus vecinos urbanos, decidieron comer el chorizo con pan o galletas. La tradición resultó sencillamente exquisita y tan espectacular que conquistó el corazón del país entero.

En esta nota elaborada por el Instituto Nacional de Promoción Turística de la República Argentina, INPROTUR, se consignan algunas curiosidades.



- En el asado se come primero. Como todo ritual, hay ciertas máximas que hay que respetar: el aplauso al asador, la picada previa, el vinito o Fernet para acompañar y, por supuesto, que el chori sea lo primero en salir de la parrilla. Tiene que ver con que su cocción es mucho más rápida que la del resto de la carne, pero lo cierto es que un asado no se da por inaugurado hasta que se prueba el primer bocado de choripán.

- El pan crujiente es la clave del éxito. Sí, es una fiesta de sabor y, como tal, es súper importante la elección de sus protagonistas. En este caso, la textura suave y crocante del pan francés marida a la perfección con la piel crujiente del chorizo. Por supuesto, existen alternativas increíbles, pero el más tradicional lleva pan francés.

- Se come con muchas salsas. Aunque hay tantas variables de salsa como argentinos, los puristas dirán que hay dos que jamás pueden faltar: chimichurri (oliva, vinagre, perejil, pimentón, orégano, ají molido, ajo, cebolla) y criolla (cebolla, tomate, morrón, aceite, orégano y vinagre).

- Se puede comer en la calle y en movimiento. El chori no necesariamente saltea la regla de sentarse a comer, de hecho, es un plato típico del asado. Pero es tan versátil que también habilita la dinámica de comer parado. ¿Un clásico? Continuar la jornada turística con sandwich en mano. De ahí su cultura popular y callejera que enamora hasta los viajeros más exigentes.

- Es el snack preferido para el “bajón”. ¿Qué es el bajón? La comida que se ingiere después de una noche agitada de movida nocturna. Argentina, por supuesto, sabe de ambas cosas: de fiestas y de gastronomía. Y en Buenos Aires, particularmente, el choripán encuentra su lugar en el momento justo. Es que muchos de los puestos callejeros de este bocado nacional se ubican casualmente en la misma locación que la mayoría de las discotecas de la capital: la costanera del Río de la Plata. Con lo cual, cuando termina la noche y salen los primeros rayos del sol, el choripán es la energía que los jóvenes porteños (y del mundo entero) eligen primero.

Fuente y Foto: INPROTUR.