



INFORME DEL SECTOR TURÍSTICO

RESUMEN EJECUTIVO

FEDERACIÓN EMPRESARIA HOTELERA GASTRONÓMICA DE LA REPÚBLICA ARGENTINA

ABRIL 2022

ÍNDICE:

1. Programa Potenciar Trabajo
2. EOH Encuesta de Ocupación Hotelera
3. Encuesta de Turismo Internacional
4. Qué debe ofrecer un hotel para desayunar
5. El Turista quiere conectar con personas de intereses afines.
6. Demandas claves post covid para enfocar el marketing hotelero.
7. El snacking vegano está ganando su lugar.
8. IPC - inflación
9. Dólar - mercado cambiario

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.



PROGRAMA POTENCIAR TRABAJO: MÁS EMPLEO REGISTRADO PARA EL SECTOR GASTRONÓMICO Y HOTELERO

[http://www.fehgra.org.ar/
archivos/11698](http://www.fehgra.org.ar/archivos/11698)

12 de Abril - Archivos Fehgra

En el marco del compromiso del Gobierno Nacional de transformar progresivamente los planes sociales en empleo registrado durante 2022, el Ministerio de Turismo y Deportes promueve la incorporación de titulares del Programa «Potenciar Trabajo» al empleo registrado en el sector gastronómico y hotelero. Se otorgan incentivos para empleadores.

La iniciativa conjunta entre los Ministerios de Desarrollo Social, de Trabajo, Empleo y Seguridad Social y de Turismo y Deportes acompaña a un sector estratégico en la reactivación del país, generando nuevas oportunidades, impulsando la formalidad y promoviendo la inclusión social plena para personas que se encuentren en situación de vulnerabilidad social y económica.

El Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación informa que, durante los primeros 12 meses de la nueva relación laboral, los trabajadores recibirán un incentivo de \$15.000, abonado por el Estado Nacional, que el empleador descontará del salario a su cargo, es decir, que deberá pagar la diferencia que corresponda. Además, el empleador accederá a una reducción de las contribuciones patronales vigentes durante el primer año, que será de hasta un 95% si se contrata una persona mujer, travesti, transexual, transgénero o una persona con discapacidad acreditada.

En esta etapa de implementación del Programa, la Federación, junto al resto de las entidades empresarias del sector, está trabajando junto a los mencionados Ministerios para garantizar que el programa funcione y cumpla con el objetivo propuesto.

Informes: potencierturismo@turismo.gob.ar





OCUPACION HOTELERA

ENCUESTA DE OCUPACION HOTELERA
INDICADORES ENERO DE 2022

ENERO 2022: Se presentan los datos de 7 regiones turísticas y 46 localidades. Se estimaron 5,8 millones de pernoctaciones (+106,1% interanual). Las pernoctaciones de viajeros residentes: + 99,1% , las de no residentes: 900,7% . Se hospedaron 1,8 millones de viajeros (+ 96,9% interanual). Los residentes aumentaron 88,3% y los no residentes, 766,7%. **El 94,4% de los viajeros hospedados fueron residentes.**

Las regiones son: Región Buenos Aires, Región Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Región Córdoba (provincia de Córdoba), Región Cuyo (provincias de Mendoza, San Juan, San Luis y La Rioja), Región Litoral (provincias de Entre Ríos, Corrientes, Misiones, Santa Fe, Chaco y Formosa), Región Norte: provincias de Catamarca, Tucumán, Santiago del Estero, Salta y Jujuy y Región Patagonia: (provincias de La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur).

ENERO 2022: Hubo 4,1 millones de habitaciones y unidades disponibles, (+24,7% que enero de 2021). Hubo 2,4 millones de habitaciones ocupadas , (+ 105,1% interanual). **La tasa de ocupación de habitaciones (TOH) fue 57,3%** Hubo 11,3 millones de plazas disponibles a nivel nacional (+ 25,7% que enero de 2021) y 5,8 millones de plazas ocupadas, (+ 106,1% interanual). **La tasa de ocupación de plazas (TOP) fue 51,4% .**

ENERO 2022 - Por Regiones Turísticas: Total viajeros; Variación respecto igual período del año anterior y Estadía promedio.

Patagonia: 454 mil, 119,5%, 3 noches; Buenos Aires: 371,4 miles, 118,6%, 4,9 noches; Córdoba: 250,1 miles, 25,8%, 3,6 noches; Norte: 207,1 miles, 91%, 1,9 noches; Litoral: 197,9 miles, 2,2 noches; CABA: 179,9 miles, 274,5%, 2,4 noches; Cuyo: 165,8 miles, 74,9%, 2,9 noches



Total de Pernoctaciones: 5.788 millones
(106,1% más que enero de 2021. De argentinos: subieron 99,1% De extranjeros: subieron 900,7%)



Se hospedaron 1,826 millones de viajeros.
(96,9% más que enero de 2021)



Argentinos: 1.725 miles (94,5% del total). Alza interanual 218,9%

Extranjeros: 101,5miles (5,5 % del total). Suba interanual: 766,7%

Tasa de Ocupacion Enero 2022 - Total país

Tasa de Ocupación por Habitación (TOH) = 57,3%



Tasa de Ocupación por Plaza (TOP) = 51,4%

¿QUÉ TIPO DE ESTABLECIMIENTO ELIGIERON? Pernoctes en Enero de 2022 S/ Categoría



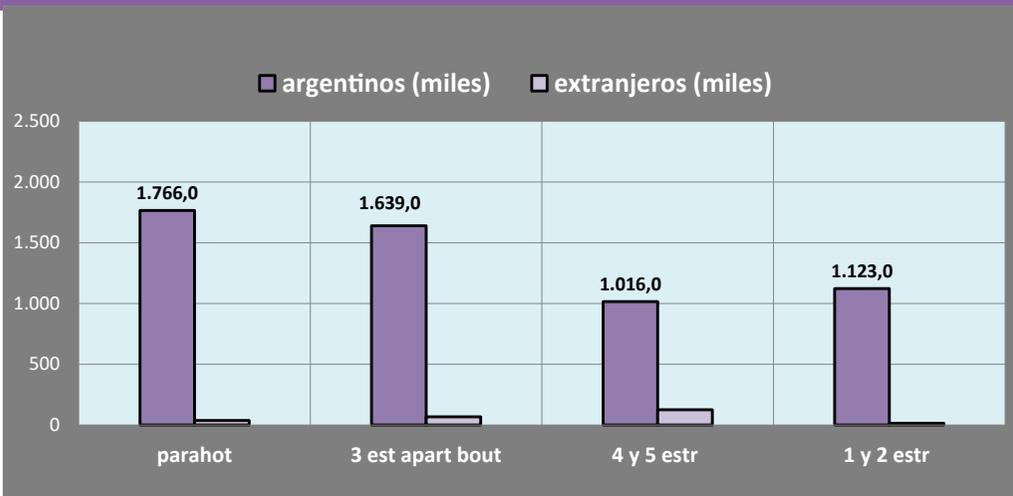
CATEGORIA	LUGAR DE RESIDENCIA	
	argentinos (miles)	extranjeros (miles)
parahot	1.766,0	37,0
3 est apart bout	1.639,0	67,9
4 y 5 estr	1.016,0	125,7
1 y 2 estr	1.123,0	13,9
TOTAL	5.544,0	244,5

VIAJEROS HOSPEDADOS EN ENERO 2022 S/CATEGORÍA

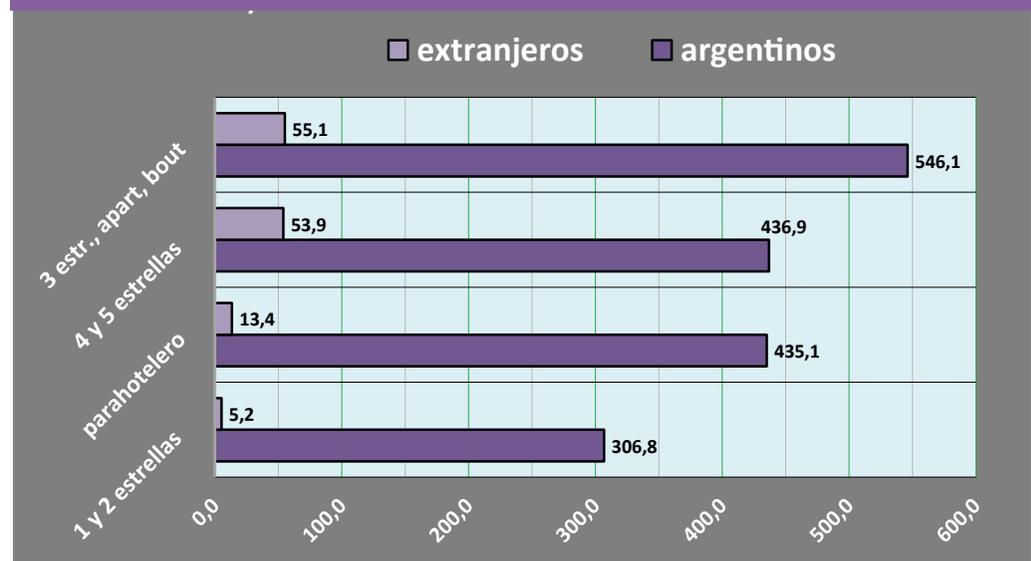


CATEGORIA	LUGAR DE RESIDENCIA	
	argentinos <i>en miles</i>	extranjeros <i>en miles</i>
1 y 2 estrellas	306,8	5,2
parahotelero	435,1	13,4
4 y 5 estrellas	436,9	53,9
3 estr., apart, bout	546,1	55,1
TOTAL	1.724,9	127,6

DÓNDE DURMIERON (PERNOCTES) EN ENERO DE 2022



VIAJEROS POR CATEGORIA HOSPEDAJE - ENERO 2022



La región Buenos Aires concentró el mayor porcentaje de pernoctaciones en el mes, 31,7%; seguida por Patagonia, con 23,2%.

PERNOCTES POR REGIÓN DE DESTINO ENERO 2021 - ENERO 2022

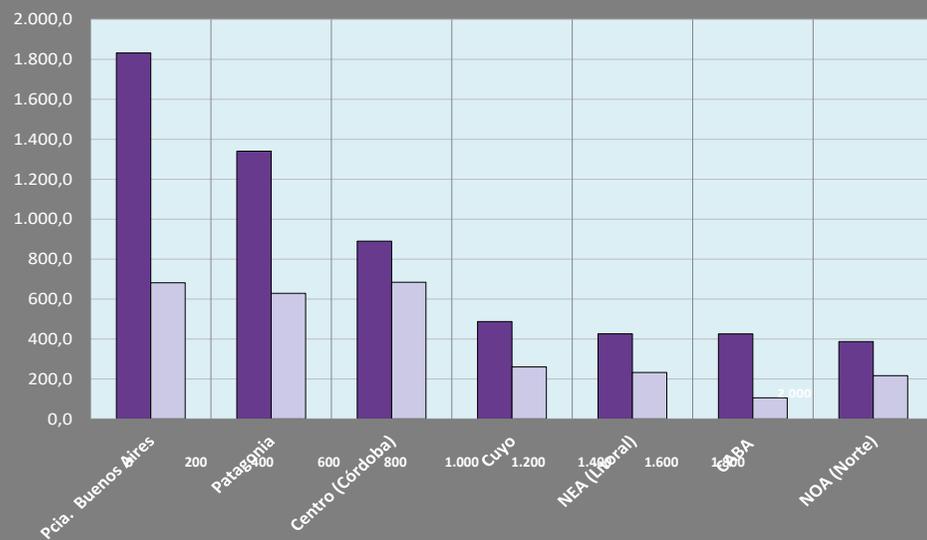
REGION	(miles)	
		ene-21
	ene-22	
Pcia. Buenos Aires	1.832,3	681,6
Patagonia	1.340,5	628,6
Centro (Córdoba)	889,8	684,1
Cuyo	487,4	260,1
NEA (Litoral)	425,8	232,6
CABA	425,3	105,6
NOA (Norte)	387,2	216,5

CUÁNTO PERNOCTARON EN PROMEDIO EN ENERO DE 2022, SEGÚN DESTINO ELEGIDO

Estadía promedio según dónde se hospedaron

REGION	duración estadía promedio	
	AGENTINOS	EXTRANJEROS
BUENOS AIRES	4,9	3,3
CORDOBA	3,6	1,9
PATAGONIA	3,0	2,4
CUYO	3,0	2,6
CABA	2,3	2,5
NEA (Litoral)	2,2	2,1
NOA (Norte)	1,9	2,0
GENERAL	3,2	2,4

PERNOCTES EN MILES POR REGIÓN DE DESTINO . ENERO 2021 - ENERO 2022



La región Patagonia concentró el mayor porcentaje de pernoctaciones en el mes, 24,4%; seguida por Buenos Aires, con 21,3%.

En diciembre, quien hospedó mayor número de viajeros fue Patagonia, 288.044, y CABA, 216.527.

La estadía promedio fue 3,2 noches,(+4,7% interanual). La región que presentó la mayor estadía promedio fue Buenos Aires (4,9 noches), luego Córdoba (3,6 noches) y Patagonia (3 noches).

NOCHES PROMEDIO SEGUN DESTINO EN ENERO 2022





TURISMO INTERNACIONAL RECEPTIVO FEBRERO 2022

FEBRERO 2022

En febrero de 2022, se estimaron 84,9 mil llegadas de turistas no residentes, lo que fue un incremento interanual de 664,2%. En el primer bimestre, se alcanzaron 207,1 mil llegadas de no residentes que significó un incremento de 543,0% interanual. Ezeiza y Aeroparque concentraron el 92,1% de los arribos del bimestre, con una suba interanual de 493,1%. En febrero, el saldo de turistas internacionales (llegados menos salidos) resultó negativo en 87,8 mil para toda la vía aérea internacional.

En febrero de 2022 llegaron 84,9 mil turistas no residentes a la Argentina, con un aumento interanual de 664,2%.



**Por Ezeiza y Aeroparque: En febrero entraron 77,0 mil (el 92,1% del total).
Por el resto de los aeropuertos (el 7,9% del total) arribaron 8,0 mil.**



El saldo de turistas internacionales (arribados menos salidos del país) Febrero de 2022 fue negativo en 87,8 mil, para toda la vía aérea, y negativo en 79,5 para Ezeiza y Aeroparque.

En febrero 2022 Ezeiza y Aeroparque recibieron 77,0 miles de turistas



El Aeropuerto de Córdoba, Pajas Blancas recibió 2,2 mil turistas.



El Aeropuerto de Mendoza recibió 3,7 mil turistas y el resto de aeropuertos recibió 2,1 mil.

LOS EXTRANJEROS LLEGADOS EN FEBRERO 2022 ¿DE DÓNDE VINIERON? - (TOTAL AEROPUERTOS)

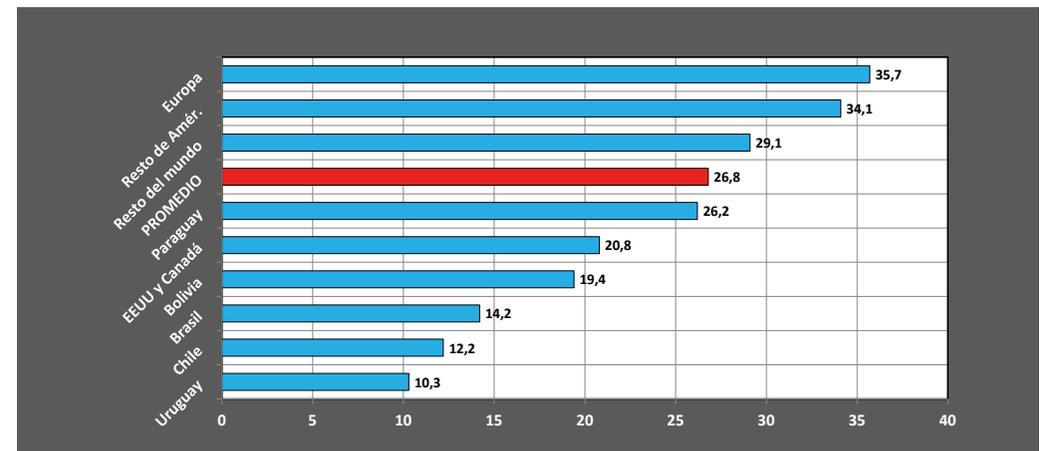
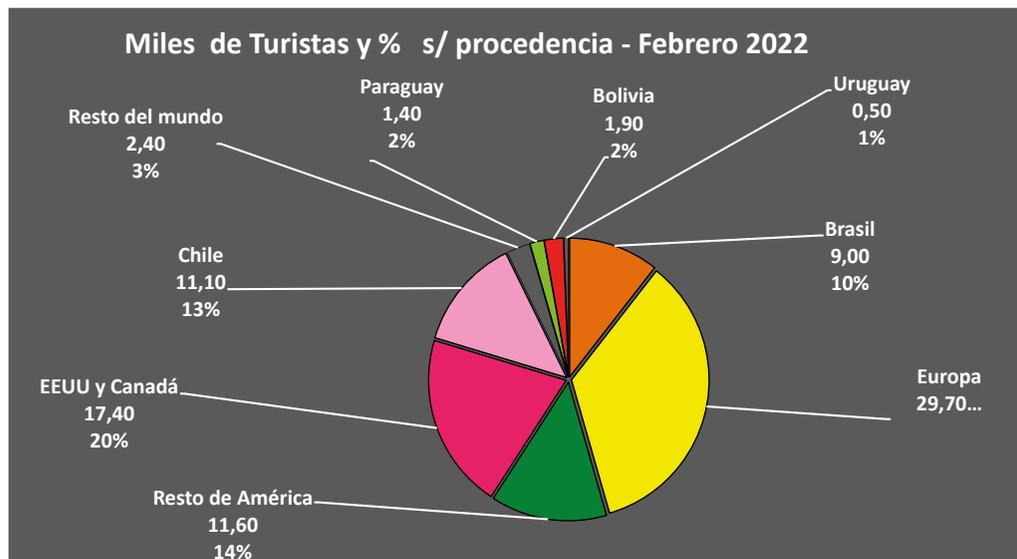
Febrero 2022 en miles, en % y V. I.

TOTAL AEROPUERTOS			
País de origen	(miles)	%	Var. Inter. %
Brasil	9,00	10,59	1092,40
Europa	29,70	34,94	514,30
Resto de América	11,60	13,65	512,60
EEUU y Canadá	17,40	20,47	921,60
Chile	11,10	13,06	829,70
Resto del mundo	2,40	2,82	1019,30
Paraguay	1,40	1,65	544,40
Bolivia	1,90	2,24	524,50
Uruguay	0,50	0,59	///
TOTAL	85,00	100,00	664,20

CUÁNTAS NOCHES SE QUEDARON - FEBRERO DE 2022

Llegados a Aeroparque y Ezeiza: Cantidad de noches promedio en Febrero 2022

los que vinieron de...	noches
Uruguay	10,3
Chile	12,2
Brasil	14,2
Bolivia	19,4
EEUU y Canadá	20,8
Paraguay	26,2
PROMEDIO	26,8
Resto del mundo	29,1
Resto de Amér.	34,1
Europa	35,7



Los turistas no residentes llegados a Ezeiza y a Aeroparque provinieron principalmente de Europa (37,4%) y “Estados Unidos y Canadá” (19,6%).

Se registraron 2 millones de pernотaciones de turistas no residentes, lo que significó un crecimiento de 299,6% con respecto al mismo mes del año anterior. La estadía promedio de los turistas no residentes fue **26,8** noches. La mayor estadía promedio se pudo observar en Europa, con **35,7** noches; le siguió el bloque de países que constituyen “Resto de América”, con **34,1** noches.

Febrero 2022: La estadía promedio de los turistas no residentes en Argentina fue 26,8 noches. La máxima se observó en Europa, con 35,7 noches; en segundo lugar el bloque de países que conforman “Resto de América”, con 34,1 noches.

Uruguay, que durante 2021 estuvo incluido en el grupo Resto de América, fue quien menor promedio de noches pasó: 10,3.



¿QUÉ DEBE OFRECER UN HOTEL PARA DESAYUNAR?

hemmanuelle guinefolleau

En la industria hotelera, el desayuno consiste en un servicio del alojamiento que se ofrece a los viajeros que se hospedan en un hotel. Incluida o como extra, esta fórmula es cada vez más popular: cerca del 77% de los viajeros desayuna sistemáticamente en el hotel (estudio de Coach Omnium). Es por este motivo que no se debe descuidar este servicio, que juega un papel fundamental en la satisfacción del cliente.

Comprender las expectativas del cliente

Un hotel que recibe viajeros desde múltiples regiones sabe muy bien que las expectativas de los clientes no son las mismas. Acerca de qué es desayuno, cada nacionalidad tiene percepciones diferentes. Para los franceses, se asocia con una comida ligera y rápida, una baguette recién hecha con un café. Para los alemanes es una comida abundante con alimentos dulces y salados (tostadas, carnes, quesos, etc.). Es decir, el hotelero debe identificar las necesidades de los viajeros para ofrecerles una oferta adecuada.

Pero sí coinciden en que la mayoría tiene grandes expectativas para el desayuno:

Demora: Los viajeros no quieren esperar. Sea viajero de negocios o de placer, ambos una agenda ocupada durante el día, por lo que es esencial garantizar un servicio rápido y eficiente.

Variedad: a los clientes les gusta poder elegir cuando se trata de productos. Dulces, saladas, calientes, frías, la oferta debe satisfacer todos los gustos de los viajeros.

Hecho en casa: Cada vez gustan más los productos frescos y locales: empanadas, pan, mermeladas, etc. Sin importar que sean un poco más caros o que la cantidad se reduzca un poquito.

Acceso a la información: Al viajero le gusta saber lo que está comiendo. El hotelero puede agregar etiquetas con información sobre los productos (composición, origen, traducciones, alérgenos etc.).

Las diferentes fórmulas para el desayuno.

El desayuno continental que es la opción más frecuente, rápida y fácil de preparar. Es un desayuno ligero que generalmente consiste en una bebida (café, té o jugo) y un producto de cereales (medialunas y/o tostadas, manteca y mermelada). Para los viajeros llegados del norte de Europa, esta fórmula no es un desayuno sino una merienda.

El desayuno americano es la opción más completa. En los Estados Unidos, es una comida muy importante y su fórmula se trasladó con sus variantes, a hoteles de todo el mundo. Contiene alimentos dulces (tortitas, waffles, muffins) y salados (tocino, huevo, etc.) con bebidas (café largo, jugo de frutas, etc.). Satisface a viajeros amantes de lo dulce y salado por la mañana.

El desayuno buffet es la fórmula cada vez más popular entre los viajeros. Ofrece una amplia variedad de bandejas frías y calientes que se reponen con frecuencia. Se puede servir libremente y no está restringido por la cantidad. Poner los productos en autoservicio evita esperas y ahorra tiempo. El buffet es más adecuado para hoteles con muchos viajeros para evitar pérdidas y desperdicios.

Si bien el desayuno buffet parece ser la mejor opción, muchos hoteles no cuentan con los fondos para ofrecer esta fórmula todas las mañanas.



DESAYUNAR

¿Qué es fundamental en la composición de un desayuno?:

Bebidas: es lo primero a lo que acudirá el viajero. El **café y el té** son bebidas esenciales para ofrecer. Ricos en cafeína, es la mejor manera de despertar a los viajeros.

Productos de cereales: baguette, bollería, brioches... Estos alimentos ricos en hidratos de carbono aportan energía a los viajeros a largo plazo. Se puede ofrecer diferentes tipos de pan (pan de cereal, pan integral, etc.). Un consejo: mucho mejor recién salidos del horno.

Proteínas: para estimular el despertar de los viajeros, ofrece productos elaborados a base de proteínas animales: **embutidos, quesos, huevos...** (¡hay muchas formas de cocinar los huevos, para ofrecer variedad de platos!).

Frutas: ricas en vitaminas, aportarán al viajero la energía necesaria para empezar el día. Cuidemos la estacionalidad ofreciendo fruta fresca de temporada a los viajeros.

Una especialidad regional: durante su estancia, el viajero siente curiosidad por descubrir la cultura de la región. Puede comenzar con el desayuno. Cada región tiene sus propias especialidades que se pueden ofrecer para el desayuno. Un queso, un dulce, una hierba...

Servir un desayuno de calidad contribuirá a la satisfacción de los pasajeros. Cuando dejen un comentario, aparece en lugar destacado y mejora de forma sencilla la reputación electrónica del establecimiento.

Si ofreces un desayuno casero y gourmet, no dudes en destacarlo en tu web . Despertará las papilas gustativas de los viajeros y los animará a venir a alojarse en su hotel.



“LOS TURISTAS QUIEREN CONECTAR CON PERSONAS DE INTERESES AFINES”

12 abril 2022

Tecnohotel, nota sobre artículo de Elena Crimental

El turismo de lujo está viviendo un momento muy importante, clave para la recuperación en un contexto de crisis como el actual. Por eso, es necesario entender que los turistas buscan conectar, en vacaciones, tanto con sí mismos como con los demás. A su vez, la sostenibilidad y el bienestar han pasado a convertirse en dos de las principales demandas de los huéspedes.

TecnoHotel habló con **Sebastien Styger** (Director of S & M, EMEA & Americas de Six Senses).

«La hospitalidad no es lo tangible, el lujo hoy en día es sentirse bien». Lo que hace falta es saber «escuchar y anticipar» las nuevas necesidades del huésped, incluyendo detalles que hagan la diferencia.

Afirma también que ahora se buscan las experiencias compartidas: **los turistas quieren conectar con otras personas.**

Hoy huéspedes de distintos países “Se hacen amigos durante la estancia, participan en actividades juntos y viajan con buena onda”

Las tendencias clave del segmento.

Se identificó tres megatendencias en la manera de viajar del segmento lujo, que permitieron a los establecimientos de todo el mundo modelar las experiencias ofrecidas, facultando a los turistas conectar a varios niveles:

1. Tiempo de calidad en compañía

La pandemia echó luz sobre lo precioso que es los pequeños momentos disfrutados con la familia y amigos, de ahí la importancia que cobraron.

“Las vacaciones familiares e intergeneracionales incluso son una excelente manera de resetearnos”. Los niños requieren de tanta variedad de actividades como sus padres. Es decir, las instalaciones y la programación del hotel “deben incluirles de forma específica”: plantar semillas en cáscaras de coco, explorar el océano haciendo esnórquel o una búsqueda del tesoro en clave fitness, entre otras opciones.

Moverse en grupo implica habitaciones más grandes y espacios familiares conectados para brindar privacidad y la oportunidad de pasar tiempo en compañía.

2. Preocupación por el bienestar

La pandemia puso en el centro la preocupación por el bienestar integral. La gente quiere sentirse bien física y psicológicamente. Desconectar de la rutina diaria y reconectar con sigo mismos, encaminándose a un estilo de vida más saludable y auténtico.

Centros de wellness que combinan ejercicio físico, el yoga y la meditación con el acercamiento a la naturaleza. Alimentación natural y programas que reformulan un buen dormir para potenciar el descanso.

3. Importancia de la sostenibilidad

Es la preocupación por la preservación del entorno natural y social, el modo de vida y tradiciones de las comunidades locales, no como una mera cuestión de marketing.

Un hotel que apueste a los productos de proximidad, o de su propia huerta, que elimine gradualmente el uso de plástico será el vencedor.

«La gente se quiere divertir y disfrutar»

Los turistas hacen menos viajes, por ahí uno al año, pero se quedan más tiempo. se quieren divertir y disfrutar. Vienen a celebrar la posibilidad de comer, beber, abrazarse y salir. Quieren sentirse felices, reconectar y vivir experiencias transformadoras.

Desgraciadamente muchas personas han salido muy tocadas de la pandemia. Por eso, el lujo pasó a ser sentirse bien física, mental y espiritualmente.

Ver las vistas del hotel, agricultores, granja con gallinas... actividades relacionadas con el arte y la música... Las personas quieren celebrar y disfrutar.

Las acciones de RSE, devolver algo a la comunidad en proyectos locales es un ingrediente ineludible aunque no será el motivo por el que se elige el hotel, mueve a participar y repetir. La gente elige el destino, el hotel, y luego se sorprenden, se anotan, si hacen algo, tanto mejor.

Los turistas desean conectar con otros de intereses afines.

La gente busca personas con afinidad...ofrecer un calendario amplio para poder compartir con gente afín actividades interesantes: charlas, retiros, salidas, donde poder elegir opciones de sexo, de música, de baile, de yoga...

Ver nota completa:

https://tecnohotelnews.com/2022/04/12/turistas-quieran-conectar-six-senses/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=thnews20220412&mc_cid=6496f9db15&mc_eid=9131a44027&key_user=a9accbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879



ENFOCAR EL MARKETING HOTELERO A LAS 5 DEMANDAS CLAVE DE LOS TURISTAS

Con la llegada de esta temporada del sector turístico post-Covid, hoteles, restaurantes y atracciones turísticas se preparan para conseguir clientes. Para ésto, deben ver que a raíz de la pandemia, las demandas clave de los turistas han cambiado. Lo que buscan y lo que valoran durante un viaje ya no es lo mismo que antes de la pandemia. De ahí que la supervivencia de la industria pase por entender sus nuevos requisitos y aprender a adaptarse a ellos.

Damos acá los títulos, y el link a la nota completa:

https://tecnohotelnews.com/2022/04/11/marketing-hoteler-5-demandas-clave-de-los-turistas/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=thnews20220411&mc_cid=a144869e64&mc_eid=9131a44027&key_user=a9accbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879

Las demandas clave:

1. Un turismo más slow

El turismo más cercano y sostenible es la opción que eligen muchas personas en los últimos años. Ocurre, sobre todo, tras ver el impacto que generan los viajes masificados en ciertas regiones del mundo. Esta es una de las tendencias más seguidas debido al interés creciente del huésped por el cuidado del medioambiente.

2. Una digitalización que facilita los procesos

La digitalización del sector ha sido indispensable para su reactivación. Por eso, seguirá siendo importante en el futuro. En especial, ahora que los viajeros la demandan más y que se han visto los beneficios para la empresa. La inversión en tecnología realizada por los hoteles sirve para garantizar el correcto funcionamiento del alojamiento, de una manera cómoda y sencilla.

3. Una flexibilidad que llegó para quedarse.

Por eso, ya nadie se plantea organizar sus vacaciones sin opción a devolución o cambio de fechas, pues esta es una de las demandas clave de los turistas. Es por esta razón que las empresas tienen que saber adaptarse. Es necesario ofrecer los servicios adecuados para que, en caso de imprevisto, no haya inconvenientes para disfrutar de las vacaciones en otro momento.

4. Un viajero que se mueve todo el año

Otra de las tendencias seguidas durante estos años es la elección de viajar fuera de temporada. Este detalle viene favorecido por la implantación del teletrabajo en muchas empresas, que a su vez ha desencadenado en el auge del bleisure. Gracias a ello, se está empezando a combatir la temida estacionalidad hotelera.

5. Un turista más influencer que viajero

Cada día más turistas buscan imitar lo que encuentran en redes sociales. Las recomendaciones por esta vía se han vuelto esenciales y exigen que el hotel esté activo online. Tener presencia en redes sociales más allá de la cuenta corporativa se ha vuelto completamente imprescindible. Atrae nuevos consumidores, mientras que ofrece interacción con los usuarios. Al mismo tiempo, es un nuevo canal de reserva directa. Cualquier persona pueda compartir sus vacaciones con sus seguidores, ya que es una gran forma de captar y fidelizar clientes.





EL SNACKING VEGANO ESTÁ GANANDO TERRENO

Industrie Hotelier Marzo 2022

Fuente: Nota de la Revista

Industrie Hotelier Marzo 2022



Desde hace varios años los productos veganos se están volviendo cada vez más populares entre los consumidores. Una tendencia que abre nuevos horizontes de creaciones culinarias para los establecimientos gastronómicos. Concéntrese en estas nuevas tendencias.

Hamburguesa de soja, bagel de verduras ó poke bowls transformaron la oferta de snacks. Tanto su versión “gourmet” como “saludable” lo vegano es una nueva tendencia de consumo. Indica haber reemplazado en la dieta ciertas proteínas animales por otras “carnes” de mejor calidad, o una dieta más alta en vegetales.

El 61% de los consumidores franceses afirmó que redujo su consumo de carne (Nicolas Nouchi, director de Insight de CHD Expert) en un estudio reciente a 1800 personas en 6 países europeos.

Muchos saben realmente qué es el veganismo: El 32% de los encuestados dice que “ocasionalmente consume vegano” en casa o en restaurantes. Pero no se es vegano “de vez en cuando”, seas la dieta total o parcial vegana. “El reto gastronómico es entonces adaptarse sobre todo a las expectativas de estos flexitarianos que han reducido su consumo de carne.

La hamburguesa de verdura, plato emblemático

¿Qué productos deben prevalecer en este snack vegano? “La hamburguesa base vegetal es el plato icónico y su mejor posicionamiento es ofrecerla como “gourmet” o “comer mejor”: embutidos de verduras, kebab de verduras, pollo de verduras picadas.

Muchos jugadores en esta partida están desarrollando productos alternativos, incluso salsas y untables (mayonesa de verduras, salsa César, y otras más). “No es posible ser tibio o inconsistente en estas propuestas: **eliminar toda forma de proteína animal, incluso en la salsa”**

¿Y la rentabilidad de los snacks veganos? “Es casi similar, los productos no son necesariamente más caros. Además la fecha de caducidad de los productos veganos es más larga (excepción de los congelados), durando más en el freezer.

Productos locales populares

El snacking vegano requiere una oferta amplia, fresca y calidad, y siempre un empaque eco-responsable. Los productos locales son privilegiados, ya que permiten anclar mejor el hotel en su entorno.

La oferta puede incluir productos sin gluten... teniendo en cuenta los nuevos hábitos de consumo de los clientes.

Configurar una oferta de snack vegano que baje el consumo de carne y permita un balance equilibrado es posible:

1. Proteínas vegetales con sabor a carne o pescado. Esta alternativa interesará a los clientes habituales de estos productos y despertará la curiosidad de los consumidores no iniciados. El objetivo es lograr la presentación, el sabor y la textura que hagan no extrañar la carne y el queso reales.
2. Hamburguesas a base de plantas rica en proteínas y fibra, con sabor a carne. Salchichas y embutidos de vegetales.
3. Queso hecho de leche de almendras, castañas o de coco son de lo más sorprendentes, combinando sabor y texturas. “Quesos vegetales”, sin lactosa y con aromas y colorantes naturales,
4. Rodajas de verduras con sabor cheddar, mozzarella. Mozzarella rellada, hechas con aceite de coco y almidón. Productos particularmente adecuados para vegetarianos.

Nota completa:

<https://www.industrie-hoteliere.com/outils-hotelier/le-snacking-vegan-gagne-du-terrain/>



INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR MARZO 2022

INFLACION MARZO 2022 - Nivel General: **6,7%** -

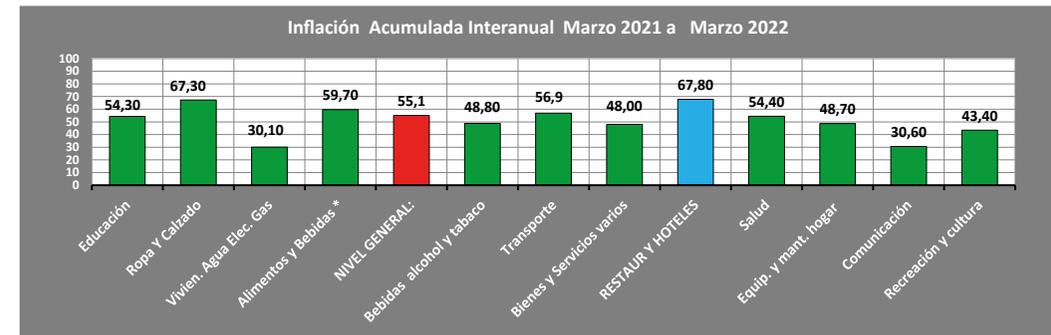
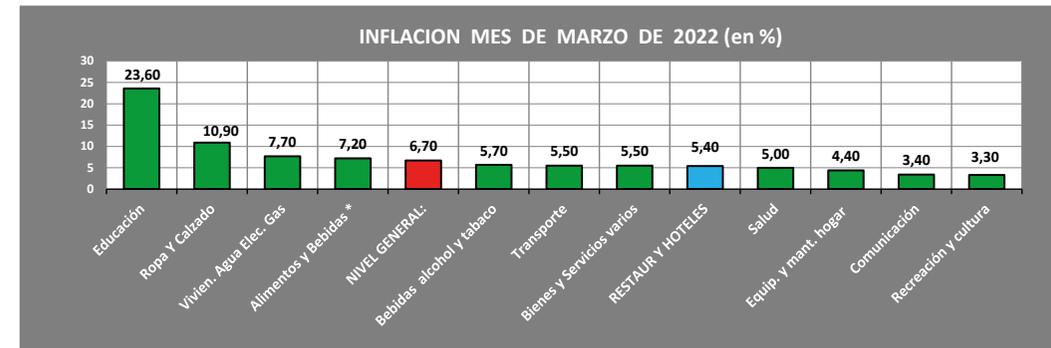
Restaurantes y Hoteles: **5,4%** - (R&H presentó el mayor aumento interanual: 67.8%)

IPC INDEC MARZO 2022: NIVEL NACIONAL, LOS QUE + Y - SUBIERON.
INFLACIÓN ACUMULADA INTERANUAL (12 MESES)

INFLACION TOTAL PAIS	Marzo 2022 %	Incremento Interanual en %
Educación	23,60	54,30
Ropa Y Calzado	10,90	67,30
Vivien. Agua Elec. Gas	7,70	30,10
Alimentos y Bebidas *	7,20	59,70
NIVEL GENERAL:	6,70	55,1
Bebidas alcohol y tabaco	5,70	48,80
Transporte	5,50	56,9
Bienes y Servicios varios	5,50	48,00
RESTAUR Y HOTELES	5,40	67,80
Salud	5,00	54,40
Equip. y mant. hogar	4,40	48,70
Comunicación	3,40	30,60
Recreación y cultura	3,30	43,40

Variación % mes Marzo 2022 Agrupamientos

Bienes	6,70
Servicios	6,70
Estacionales	6,20
IPC Núcleo	6,40
Regulados	8,40



El Nivel general del Índice de precios al consumidor creció 6,7% en marzo de 2022 y 55,1% comparado con igual mes del año anterior. La división con mayor incremento en el mes fue Educación (23,6%), por aumentos observados en los servicios educativos de todos los niveles. Luego Prendas de vestir y calzado (10,9%) – subas por cambio de temporada– y Vivienda, agua, electricidad y otros combustibles (7,7%). En este último incidió el incremento de las tarifas de electricidad, gas y agua registrado en la mayoría de las regiones. A su vez, en Equipamiento y mantenimiento del hogar (4,4%) impactó la suba de servicios domésticos por el aumento fijado en paritaria.

Entre los precios regulados se destacó el aumento de cigarrillos, que impactaron en Bebidas alcohólicas y tabaco (5,7%); la cuota de la medicina prepaga, dentro de Salud (5,0%); los combustibles, en Transporte (5,5%); y el servicio de telefonía móvil, dentro de Comunicaciones (3,4%).

La suba de Alimentos y bebidas no alcohólicas (7,2%) fue la de mayor incidencia en todas las regiones. Dentro de la división se destacó el aumento de Pan y cereales; Leche, productos lácteos y huevos; Carnes y derivados; y Azúcar, dulces, chocolate, golosinas, etc.

A nivel de las categorías, **Regulados (8,4%)** fue la de mayor incremento en marzo – en promedio, agregó 1,5 % entre las regiones–. Le siguió en importancia el **IPC Núcleo (6,4%)**. Por su parte, **Estacionales registró un incremento de 6,2%**, impulsada fundamentalmente por el alza de Prendas de vestir y calzado.



MERCADO CAMBIARIO
19 DE ABRIL
DE 2022 - 12.00 HS.

DOLAR BLUE DESDE 11 DE MARZO DE 2021 HASTA 19 DE ABRIL DE 2022, 12.00HS



AFIP: ASÍ ES EL PROCEDIMIENTO PARA ACCEDER A BENEFICIOS IMPOSITIVOS

Ahora las las micro y pequeñas empresas podrán concretar el acceso a los beneficios de los contribuyentes cumplidores previstos en la Ley de Alivio Fiscal.

La Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) estableció los procedimientos para que las micro y pequeñas empresas concreten el acceso a los beneficios de los contribuyentes cumplidores previstos en la Ley de Alivio Fiscal. La ley 27.653 definió, entre otras cuestiones, que estas firmas puedan realizar amortizaciones aceleradas por inversiones en bienes muebles y obras de infraestructura realizadas a partir del 11 de noviembre de 2021.

La Resolución General 5185/2022 define los procedimientos que deberán seguir los contribuyentes cumplidores que accedieron a la amortización acelerada. Se especifican las características que deben tener las facturas o documentos equivalentes que respalden las erogaciones que se realicen por la compra de bienes muebles amortizables y/o por la ejecución de obras de infraestructura.

Las micro y pequeñas empresas que hayan accedido al beneficio deberán acceder al servicio “SIR Sistema Integral de Recuperos”, opción “F. 8142 Web -Amortización Acelerada - Ganancias Ley 27.653”. Para ello deberán contar con clave fiscal, nivel de seguridad 3.

Para leer la nota completa hacer click en el link:
<https://dolarhoy.com/economia/afip-asi-es-el-procedimiento-para-acceder-a-beneficios-impositivos-202241813570>

fuelle: Elaboración propia en base a [dolarhoy/euroblue.com.ar/](https://dolarhoy.com/euroblue.com.ar/)Clarín-Economía.

Dólar, Euro, Real			
Actualizado al 19 de abril 2022 12:00 hs.			
	MONEDA	COMPRA	VENTA
	dólar oficial prom.	112,14	119,20
	dólar blue	194,00	197,00
	dólar bolsa	190,53	190,64
	dólar solidario	195,52	195,52
	dólar cont. Liqui	190,47	190,60
	euro	122,80	122,86
	euro blue	224,00	230,00
	real	23,40	26,40
	real blue	44,00	50,00
	bitcoin	37.210,56 EUR	

DÓLAR BLUE

DIA Y MES	COMPRA	VENTA
11 - mar	138,0	143,0
7 - abril	134,0	139,0
18 - may	153,0	156,0
24 - jun	167,0	170,0
1° - jul	166,0	169,0
31 - ago	180,0	181,5
16 - sep	183,0	186,0
26 - sep	183,0	186,0
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
23 - dic	200,0	204,5
28 - dic	200,5	203,5
10 - ene	205,0	208,0
19 - ene	209,0	212,0
23 - ene	216,0	219,0
20 - feb	208,0	211,0
24 - feb	207,5	210,5
1° - mar	208,0	211,0
16 - mar	198,5	201,5
25 - mar	198,0	201,0
1° - abr	200,0	202,0
19 - abr	194,0	197,0

COTIZACIONES DEL DÍA Y ACTUALIZACIÓN - 19 DE ABRIL 2022 12:00 HS

Plazo fijo rinde 57% anual: ¿Puede ser una buena inversión?

A partir de la suba de tasas, los plazos fijos en pesos comenzaron hoy a pagar una tasa nominal de 46% anual y efectiva de 57,1%. POR FRANCISCO COTTI

El BCRA tomó una medida importante para poder frenar la inercia inflacionaria y la demanda del mercado por instrumentos atados al CER, y dispuso elevar en 250 puntos básicos la tasa de interés nominal anual de las Letras de Liquidez (Leliq) a 28 días, pasando de 44,5% a 47%, lo que representa una Tasa Efectiva Anual de 58,7%. Recordemos que esto ocurrió luego de conocerse el dato de la inflación de marzo que escaló a 6,7%, la más alta en dos décadas.

¿Qué pasará con el dólar?

A principios de la semana pasada, el dólar blue perforó la barrera psicológica de los \$200, acumulando un retroceso de casi \$30 en poco más de dos meses. En 2022, este tipo de cambio registra un descenso de \$12, lo que equivale a un 5,8%, dado que terminó el año pasado en \$208 y hoy en \$195.

Esto, además de indicar que la moneda norteamericana ya no posee la misma demanda que tenía en el pasado, significa que tampoco esta funcionando como reserva de valor, ya que viene perdiendo contra la inflación durante el primer trimestre, que se ubica cerca del 15%.

Sin embargo, miremos las medidas que viene tomando el Banco Central (BCRA), ya que hay el tipo de cambio oficial sube a un ritmo cerca del 65% efectivo anual, al revés que en 2021 cuando rindió menos del 35%. Y aunque este valor es importante para que el Gobierno deje de financiar importaciones y comience a aumentar el número de reservas para poder hacer frente a una corrida cambiaria, aún se le dificulta acumular reservas. A esta altura, en 2021 el BCRA había sumado USD 3.100 millones mientras este año sólo acumuló USD 10 millones.

Sube el rendimiento para el plazo fijo tradicional

A partir de hoy, comienza a regir la nueva tasa de interés impuesta por el Banco Central y muchos inversores comienzan a mirar nuevamente a instrumentos como el plazo fijo tradicional para no perder su poder adquisitivo.

Los plazos fijos en pesos comenzaron hoy a pagar una tasa nominal de 46% anual y efectiva de 57,1%, de acuerdo con la decisión del directorio del Banco Central durante la última semana.

Para personas humanas, el nuevo piso de los plazos fijos es de 46% anual para las imposiciones a 30 días hasta 10 millones de pesos, lo que representa un rendimiento de 57,1% de Tasa Efectiva Anual (TEA). Para el resto de los depósitos a plazo fijo del sector privado, la tasa mínima garantizada se establece en 44%, lo que representa una Tasa Efectiva Anual de 54,1%.

¿Con una buena opción de inversión? Siga leyendo esta interesante nota en el link:

<https://dolarhoy.com/finanzas-personales/plazo-fijo-rinde-57-anual-puede-ser-una-buena-inversion--202241815460>