

# 2022



## INFORME DEL SECTOR TURÍSTICO RESUMEN EJECUTIVO

FEDERACIÓN EMPRESARIA HOTELERA GASTRONÓMICA DE LA REPÚBLICA ARGENTINA

**FEBRERO 2022**

### ÍNDICE:

1. ETI
2. EOH
3. Fehgra y Mintur
4. Industria Hotelera se ve obligada a abrazar...
5. El espejo es tendencia...
6. El 9 febrero Día mundial de la pizza
7. EMAE
8. IPC
9. Mercado cambiario dólar

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.



# TURISMO INTERNACIONAL RECEPTIVO 2021 - DICIEMBRE - 4° TRIMESTRE - TOTAL AÑO

## DICIEMBRE 2021:

En diciembre de 2021, se estimó 72,0 mil llegadas de turistas no residentes (una subida interanual de 372,1%). En todo 2021, se alcanzó 211,1 mil llegadas de no residentes (baja interanual de 69,6%). Ezeiza y Aeroparque concentraron el 95,0% de las llegadas (baja interanual de 67,9%).

En diciembre, el saldo de turistas internacionales resultó negativo en 22,4 mil para toda la vía aérea internacional.

Por su parte, el saldo de turistas en el período enero-diciembre fue negativo en 427,3 mil.

**En diciembre de 2021, llegaron 72,0 mil turistas no residentes a la Argentina, con un aumento interanual de 372,1%.**



**Por Ezeiza y Aeroparque: entraron 66,3 miles (el 95,0% del total). Por el resto de los aeropuertos ( el 5,0% del total) arribaron 5,7 mil.**



**El saldo de turistas internacionales por aéreo (arribados menos salidos del país) en diciembre 2021 fue negativo en 22,4 mil.**

**En los doce meses del año, se alcanzaron 211,1 mil llegadas de extranjeros (no residentes) y se registró una baja de 69,6%.**



**Ezeiza y Aeroparque en diciembre: una suba interanual de 339,3%. En el resto de aeropuertos: la suba fue de 3485,5%**



**El saldo de turistas en el período enero - diciembre de 2021 (llegados menos salidos) fue de 427,3 mil.**

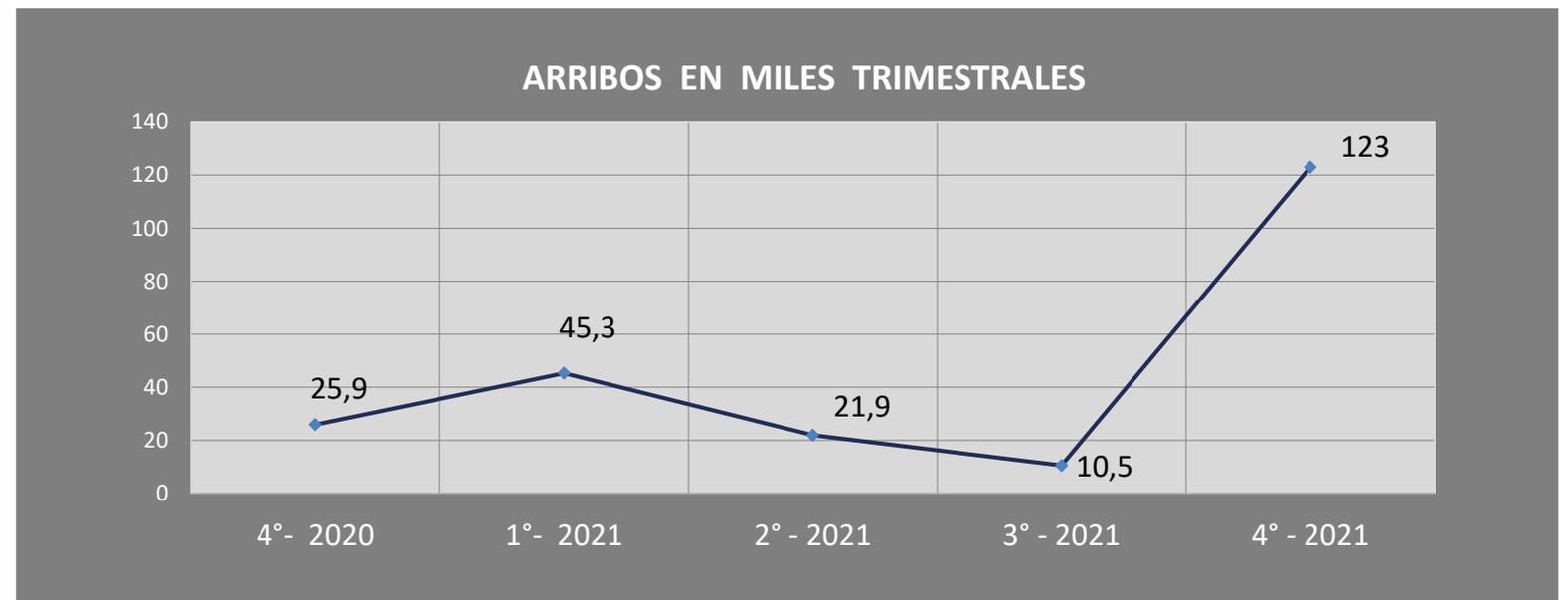
## ARRIBADOS POR TRIMESTRE A EZEIZA Y AEROPARQUE - VARIACIÓN INTERANUAL

4° TRIMESTRE 2020

A

4° TRIMESTRE 2021

Trimestre	Arribos (en miles)	V.I. %
4° - 2020	25,9	-96,4
1° - 2021	45,3	-92,4
2° - 2021	21,9	...
3° - 2021	10,5	102,9
4° - 2021	123	375,3



## LOS EXTRANJEROS LLEGADOS EN DICIEMBRE 2021 ¿DE DÓNDE VINIERON? - (TOTAL AEROPUERTOS)

Diciembre 2021 en miles, en % y V. I.

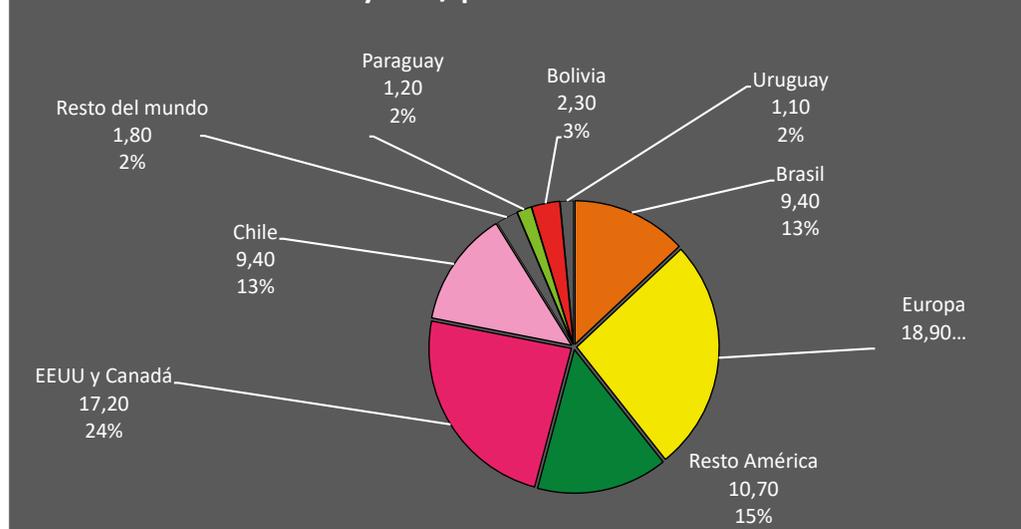
TOTAL AEROPUERTOS				
País de origen	(miles)	%	var. Int.en %	
Brasil	9,40	13,06	///	
Europa	18,90	26,25	///	
Resto América	10,70	14,86	///	
EEUU y Canadá	17,20	23,89	///	
Chile	9,40	13,06	///	
Resto del mundo	1,80	2,50	///	
Paraguay	1,20	1,67	///	
Bolivia	2,30	3,19	///	
Uruguay	1,10	1,53	///	
<b>TOTAL</b>	<b>72,00</b>	<b>100,00</b>	<b>372,10</b>	

## CUÁNTAS NOCHES SE QUEDARON - DICIEMBRE DE 2021

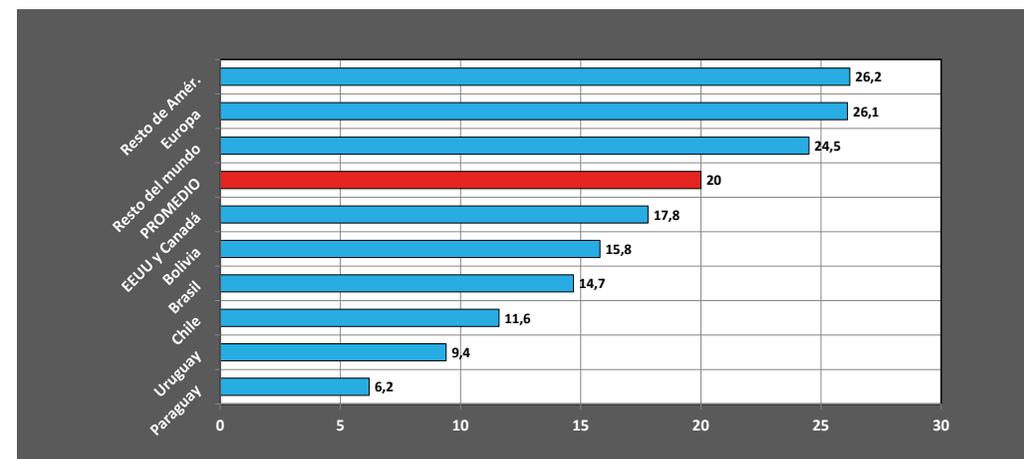
Llegados a Aeroparque y Ezeiza: Cantidad de noches promedio en diciembre 2021

los que vinieron de...	noches
Paraguay	6,2
Uruguay	9,4
Chile	11,6
Brasil	14,7
Bolivia	15,8
EEUU y Canadá	17,8
<b>PROMEDIO</b>	<b>20</b>
Resto del mundo	24,5
Europa	26,1
Resto de Amér.	26,2

Miles de Turistas y % s/ procedencia - Diciembre 2021



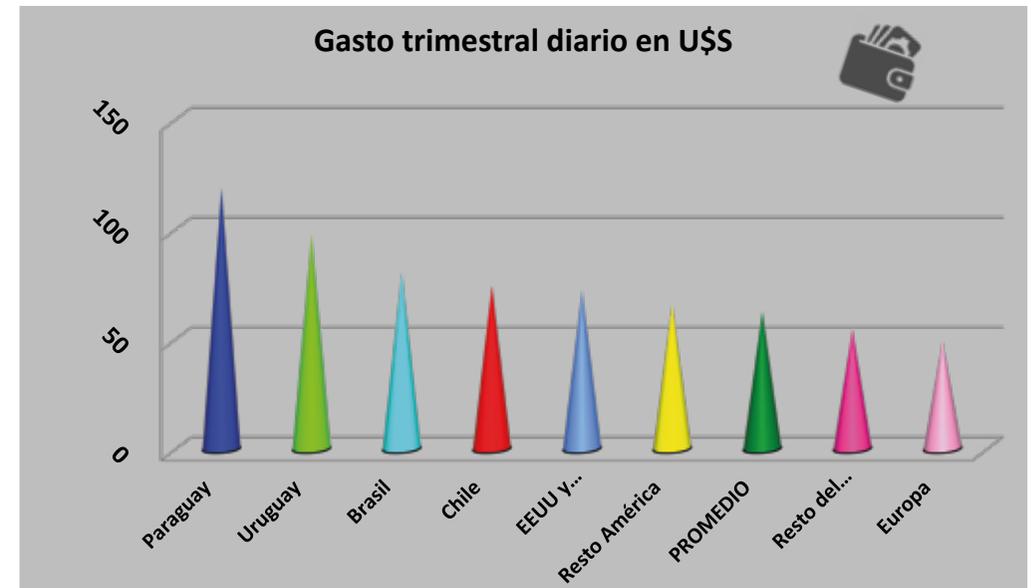
Los turistas no residentes que arribaron al Aeropuerto Intenacional de Ezeiza y al Aeroparque Jorge Newbery, provinieron principalmente de Europa (el 27,5%). Los sigue el bloque formado por Estados Unidos y Canadá, dde donde arribó el 23,0%. En tercer lugar, el 15,1% provino de Brasil.



Diciembre 2021: Se registraron 1.327,10 miles de pernoctaciones de turistas no residentes. La estadía promedio de los turistas no residentes fue 20,0 noches. La mayor estadía promedio se observó en los países que conforman el bloque llamado "Resto de América", con 26,2 noches; luego le siguió Europa, con 26,1 noches.

## CUÁNTO GASTARON POR DÍA SEGÚN PAÍS DE ORIGEN (EZEIZA Y AEROPARQUE) - 4º TRIMESTRE DE 2021.

4º TRIMESTRE - PPOR AEROPUERO DE EZEIZA Y AEROPARQUE JORGE NEWBERY			
País de origen	tur.(miles)	%	Gasto diario promedio
Paraguay	2,30	57,50	119,00
Uruguay	1,90	47,50	97,50
Brasil	16,40	410,00	80,50
Chile	15,30	382,50	74,40
EEUU y Canadá	26,50	662,50	72,50
Resto América	18,10	452,50	65,80
<b>PROMEDIO</b>	<b>80,50</b>	<b>2012,50</b>	<b>62,60</b>
Resto del mundo	3,10	77,50	54,60
Europa	35,30	882,50	49,00
Bolivia	4,00	100,00	45,00



En el 4º trimestre de 2021 el gasto diario promedio fue 62,6 dólares. El mayor gasto diario promedio se observó en los arribados de Paraguay, con 119,0 dólares, seguido por Uruguay, con 97,5 dólares.

El principal motivo del viaje fue “Visita a familiares o amigos”, cuya participación fue 53,9% del total de turistas.



# OCUPACION HOTELERA

ENCUESTA DE OCUPACION HOTELERA  
INDICADORES NOVIEMBRE DEL 2021

## NOVIEMBRE 2021

Se presentan los datos de 7 regiones turísticas y 44 localidades. Para noviembre de 2021, se estimaron 3,1 millones de pernoctaciones en establecimientos hoteleros y parahoteleros, lo cual significó un aumento de 832,8% respecto al mes de noviembre del año anterior. **Las pernoctaciones de viajeros residentes crecieron un 828,7% y las de no residentes aumentaron 935,0% .**

El total de viajeros hospedados fue 1,3 millones (creció un 871,5% interanual). De ellos, los viajeros residentes aumentaron 877,0% y los no residentes lo hicieron 765,5%.

El 95,7% de viajeros hospedados fueron viajeros residentes.

**En NOVIEMBRE** se registraron 3,4 millones de habitaciones o unidades disponibles (+ 152,1% que en noviembre de 2020). Las habitaciones ocupadas sumaron 1,5 millones (+ de 616,3% que el mismo período de 2020). **La tasa de ocupación de habitaciones (TOH) fue 43,3%** Las plazas disponibles a nivel nacional sumaron 9,1 millones (+ 172,9% que en noviembre de 2020) mientras que las plazas ocupadas totalizaron 3,1 millones (+ 832,8% interanual). **La tasa de ocupación de plazas (TOP) fue 34,2% .**

**NOVIEMBRE 2021 - Por Regiones Turísticas:**  
**Pernoctaciones, Tasa de Ocupación por Habitación, Estadía promedio.**

**NOA:** 354,0 mil; 40,2%; 2 noches - **Centro:** 458,3 mil; 42,7; 2,6 noches - **Cuyo:** 350,9mil; 47,3%; 2,2 noches - **NEA:** 363,9mil; 42,2%; 2,0 noches - **CABA:** 383,2mil; 40,0%; 2,1 noches - **P.Buenos Aires:** 358,4; 37,0%; 2,9 noches - **Patagonia:** 752,8miles; 52,5%; 3,0 noches.



**Total de Pernoctaciones: 3,1 millones**

(832,8% más que noviembre de 2020. De argentinos: subieron 828,7% . De extranjeros: subieron 935,0%



**Se hospedaron 1285,7 miles de viajeros.**  
(871% más que noviembre de 2020)



**Argentinos: 1229,9 miles (95,66% del total). Alza interanual 877,0%**

**Extranjeros: 55,7miles (4,34 % del total). Suba interanual: 765,5%**

**Tasa de Ocupacion de Noviembre 2021 - total país**

**Tasa de Ocupación Noviembre por Habitación (TOH) = 43,3%**



**Tasa de Ocupación Noviembre por Plaza (TOP) = 34,2%**

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



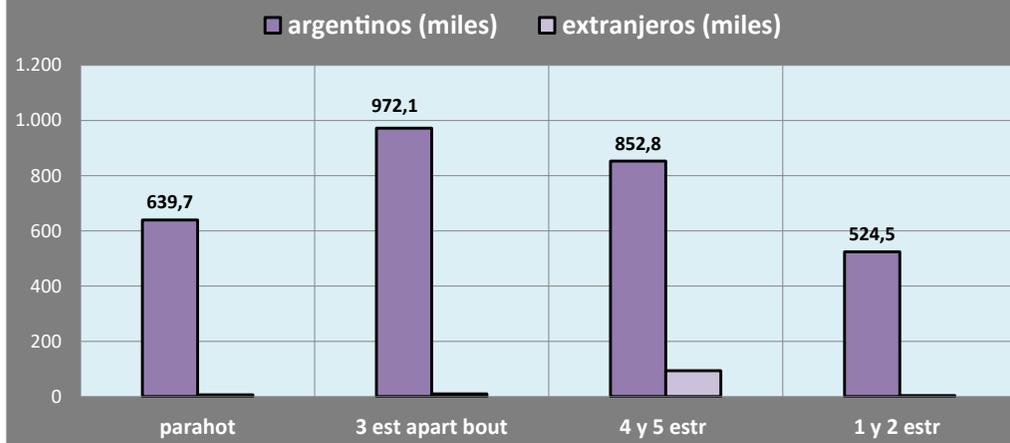
CATEGORIA	LUGAR DE RESIDENCIA	
	argentinos	extranjeros
	(miles)	(miles)
parahot	639,7	6,5
3 est apart bout	972,1	10,0
4 y 5 estr	852,8	94,0
1 y 2 estr	524,5	3,4
<b>TOTAL</b>	<b>2.989,0</b>	<b>132,3</b>

### VIAJEROS HOSPEDADOS EN NOVIEMBRE DE 2021 S/CATEGORÍA

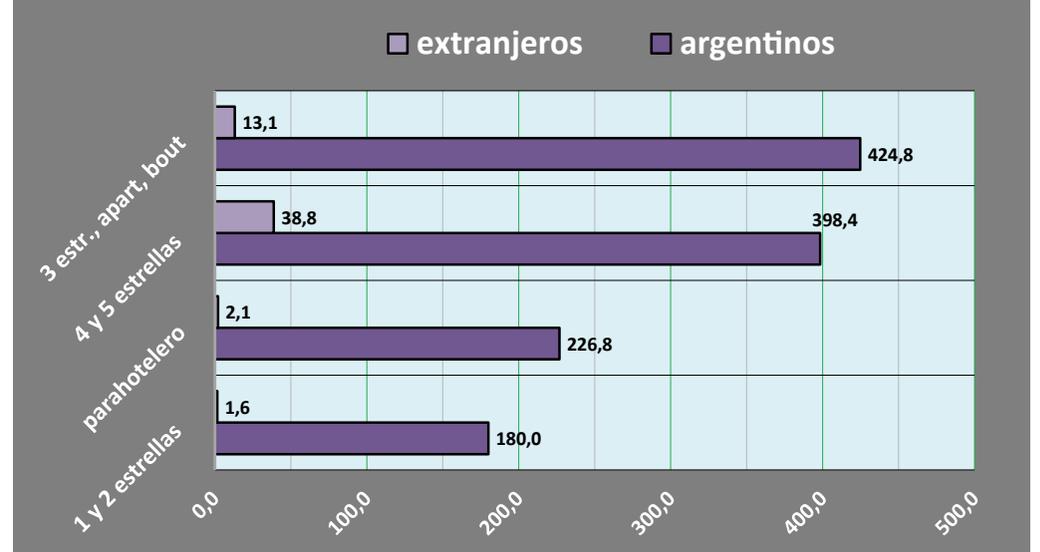


CATEGORIA	LUGAR DE RESIDENCIA	
	argentinos	extranjeros
	<i>en miles</i>	
1 y 2 estrellas	180,0	1,6
parahotelero	226,8	2,1
4 y 5 estrellas	398,4	38,8
3 estr., apart, bout	424,8	13,1
<b>TOTAL</b>	<b>1.230,0</b>	<b>55,7</b>

### DÓNDE DURMIERON (PERNOCTES) EN NOVIEMBRE DE 2021



### VIAJEROS POR CATEGORIA HOSPEDAJE - NOVIEMBRE 2021

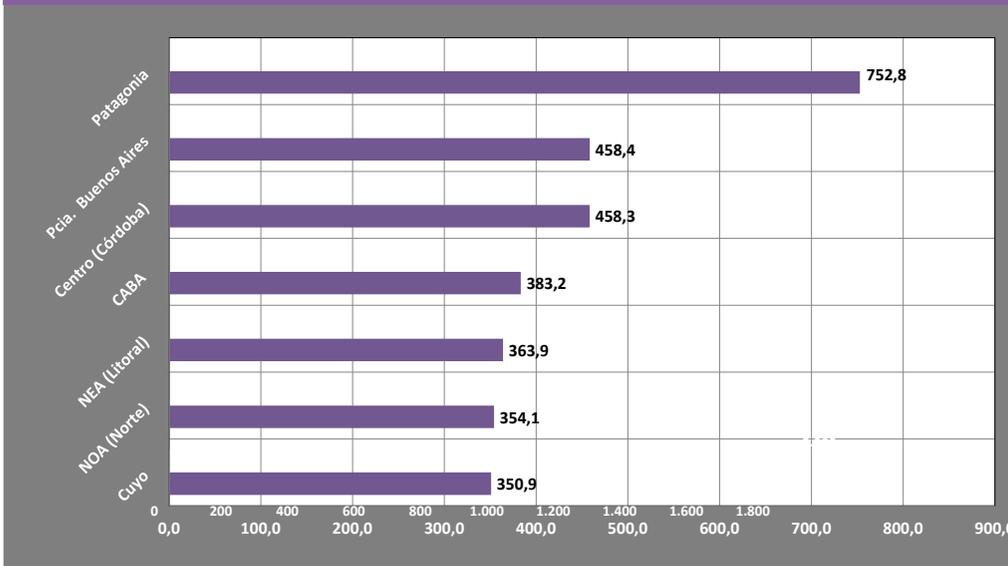


Durante noviembre, las regiones que hospedaron el mayor número de viajeros fueron en primer lugar Patagonia, 251.663; y en segundo lugar NEA, (Litoral) 185.938

EN QUÉ REGIÓN FUERON LAS 2.910 MILES DE PERNOCTACIONES EN NOVIEMBRE DE 2021	REGION	(miles)
		nov-21
	Cuyo	350,9
	NOA (Norte)	354,1
	NEA (Litoral)	363,9
	CABA	383,2
	Centro (Córdoba)	458,3
	Pcia. Buenos Aires	458,4
	Patagonia	752,8

CUÁNTO PERNOCTARON EN PROMEDIO EN NOVIEMBRE DE 2021, SEGÚN DESTINO ELEGIDO Estadía promedio según dónde se hospedaron	REGION	duración estadía promedio	
		AGENTINOS	EXTRANJEROS
	BUENOS AIRES	3,0	2,3
	CORDOBA	2,6	2,5
	PATAGONIA	3,0	2,4
	CUYO	2,2	2,4
	CABA	2,1	2,3
	NEA (Litoral)	1,9	3,5
	NOA (Norte)	2,0	2,2
	GENERAL	2,4	2,4

PERNOCTACIONES SEGUN REGION NOVIEMBRE 2021



La región Patagonia concentró el mayor porcentaje de pernoctaciones de noviembre: sus 752,8 mil pernoctaciones representaron el 24,1% del total; le siguieron Buenos Aires, sus 458,4 fueron el 14,7% igual que Córdoba, que con sus 458,3 mil pernoctes también participó con el 14,7% del total.

NOCHES PROMEDIO SEGUN DESTINO EN NOVIEMBRE 2021



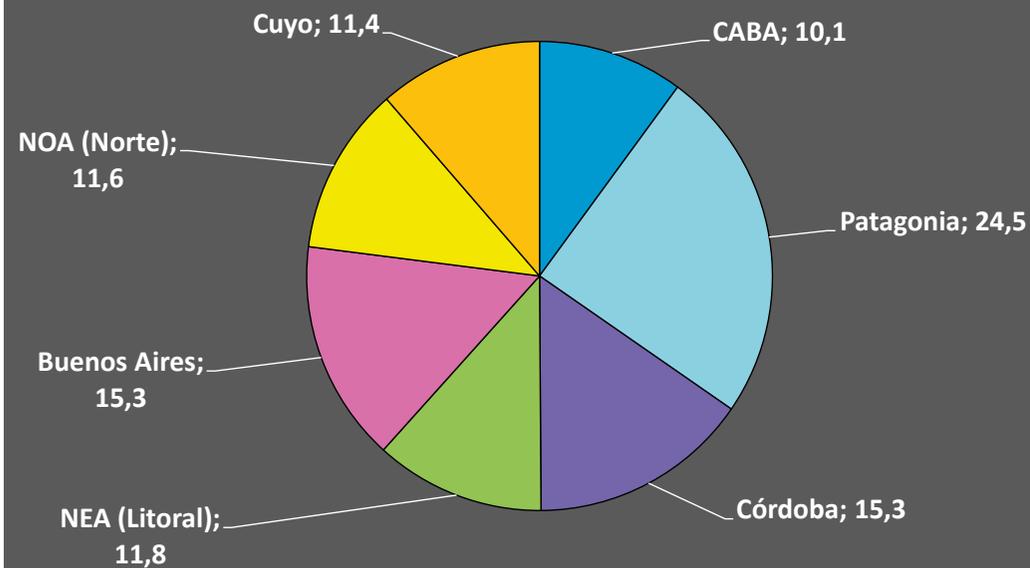
### Estadía Promedio

La estadía promedio de los viajeros fue 2,4 noches, 4% menor que noviembre de 2020. La región con mayor estadía promedio fue Patagonia (3,0 noches) seguida por Buenos Aires (2,9 noches) y Córdoba (2,6 noches)

## ¿COMO SE DISTRIBUYERON LOS PERNOCOTES POR REGION? NOVIEMBRE DEL 2021

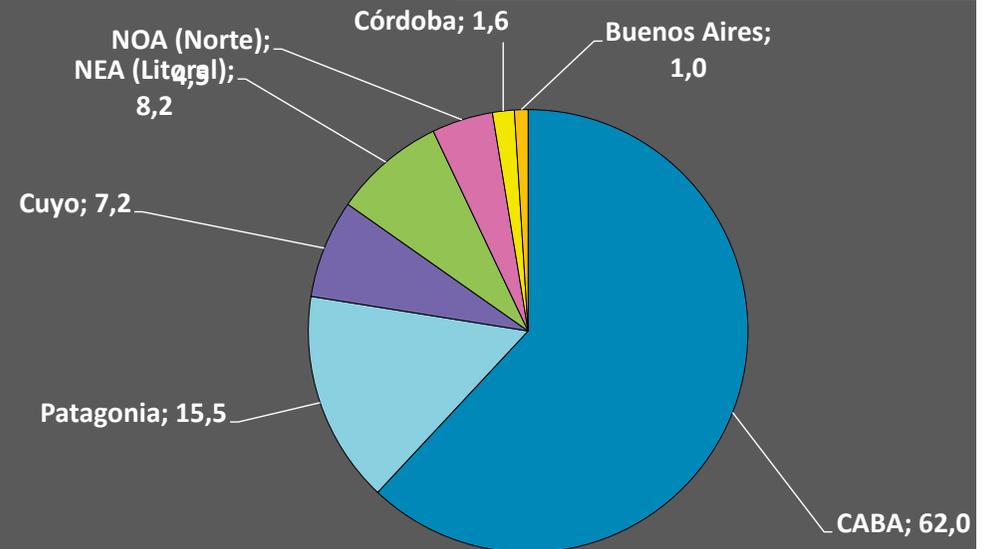
### ¿Qué destinos prefirieron los argentinos?

REGION	%
CABA	10,1
Patagonia	24,5
Córdoba	15,3
NEA (Litoral)	11,8
Buenos Aires	15,3
NOA (Norte)	11,6
Cuyo	11,4



### ¿Qué destinos prefirieron los extranjeros?

REGION	%
CABA	62,0
Patagonia	15,5
Cuyo	7,2
NEA (Litoral)	8,2
NOA (Norte)	4,5
Córdoba	1,6
Buenos Aires	1,0



### NOVIEMBRE 2021:

Las pernoctaciones de los viajeros residentes se distribuyeron principalmente entre las regiones Patagonia, 24,5%; Buenos Aires, 15,3%; y Córdoba, 15,3%. La mayoría provino de la región CABA y partidos del Gran Buenos Aires sumando ambos el 37,9% del total.

CABA fue la preferida por los no residentes (62,0% del total de pernoctes) seguida por Patagonia ( 15,5%).

La mayor cantidad de pernoctaciones de estos viajeros provino del grupo "Resto de América" ( 36,3%) ; y Mercosu (29,5%).



## FEHGRA Y MINTUR PROYECTAN NUEVAS LÍNEAS DE TRABAJO CONJUNTO

<http://www.fehgra.org.ar/archivos/11533>

Newsletter de Fehgra

*El 2 de febrero, la secretaria de Promoción Turística del Ministerio de Turismo y Deporte de la Nación, Yanina Martínez, recibió a la vicepresidente de FEHGRA a cargo del Departamento de Turismo, Florencia Landivar. El objetivo del encuentro fue plantear la agenda del año para reforzar las herramientas digitales en hotelería.*

La mejora constante en la calidad de los servicios y la empatía con las exigencias de un nuevo viajero y cliente, que se maneja con soltura en un mundo globalizado y muy competitivo, impulsan a FEHGRA a promover una política abierta a las innovaciones y a la gestión de herramientas que puedan añadir valor a la actividad. Con este lineamiento, el Departamento de Turismo se propone avanzar con el desarrollo de soportes que acompañen la transformación del mercado y ayuden a dinamizar a una actividad estratégica para el país, que tiene gran potencial de crecimiento.

El encuentro que reunió a Yanina Martínez y Florencia Landivar tuvo como eje la proyección del trabajo conjunto para la promoción y el desarrollo de destinos emergentes, que basados en la naturaleza y la cultura ofrecen una opción diferenciada en la nueva etapa postpandemia. Participó de la reunión, que se desarrolló en el MINTUR, el director de Promoción Estratégica del Turismo, Sebastián Fernández Trelles.





# LA INDUSTRIA HOTELERA SE VA A VER FORZADA A ABRAZAR LA TECNOLOGÍA

14 de febrero de 2022 TecnoHotel

Redacción TH - Nuevas Tecnologías

Especialistas reunidos en un panel online **International Luxury Hotel Assn debatieron** sobre el tema **Leveraging Technology to Improve Guest Experience and Drive Profit (Aprovechando a tecnología para mejorar la experiencia del huésped y generar ganancias)**.

La conversación giró sobre cómo los alojamientos pueden mejorar el revenue y la guest experience mediante las facilidades que ofrece la tecnología.

Los ponentes opinaron sobre el mejor camino para mejorar la comunicación y atraer a los clientes en esta etapa de recuperación post pandemia.

La mejor forma de usar la tecnología es mejorar la customer experience y la satisfacción, implementando a la vez el revenue management. Los hoteles deberán saber adaptarse a las necesidades de los huéspedes, sobre todo a las nuevas generaciones, **que tienen necesidades muy diferentes**.

Los panelista intercambiaron puntos de vista diferentes. Los hoteles están tratando de recuperar terreno perdido durante estos dos últimos años, y para muchos parece arduo el proceso de incorporar tecnología.

Sin embargo, el CIO de Hilton Worldwide afirma que la tecnología es **“una manera de innovar y el Covid fue un catalizador para hacer negocios de manera distinta, más inteligente partiendo de cambios que ya se estaban produciendo de antemano”**

Judy Chen afirma, hablando de un robot que funcionó en su establecimiento, que la tecnología permite **“encontrar las soluciones adecuadas para apoyar lo que tu marca representa para que el cliente hable de ti”**.

Otra experiencia mencionada se refiere a las app. Según Nelson Garrido, el problema es que **“la gente ya tiene demasiadas app”**, por lo que resultan molestas. En su lugar, entran en juego unas prácticas tablet en las habitaciones, que reemplazan toda la información en papel y permiten controlar la televisión, servicios de 24h, menús actualizados y otros servicios extra, que los huéspedes pedirán, por el bonus de satisfacción inmediata (ej. pagar con el teléfono simplifica la reserva).

Se trata de una nota interesante, muy completa, y varias referencias. Quien quiera ver el original, puede hacer click acá:

[https://tecnohotelnews.com/?p=68844?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=thnews20220211&mc\\_cid=379bbd4ce5&mc\\_eid=9131a44027&key\\_user=a9accbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879](https://tecnohotelnews.com/?p=68844?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=thnews20220211&mc_cid=379bbd4ce5&mc_eid=9131a44027&key_user=a9accbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879)





## EL ESPEJO ES TENDENCIA EN EL DISEÑO INTERIOR DEL HOTEL.



Entre el arte, la utilidad y los espejismos, la tendencia en el diseño del espacio interior pasa por el uso del espejo. Estos objetos que te devuelven la mirada siempre han sido muy interesantes para construir la estancia en un hotel. Pero el uso del reflejo va mucho más allá, ya que ofrece infinitas posibilidades.

Desde el Instituto Silestone han querido recopilar algunas de las más interesantes. Como explica **Marisa Santamaría, investigadora y divulgadora de tendencias globales del diseño, el espejo «se replica a sí mismo desde perspectivas múltiples, como un caleidoscopio infinito».**

Por este motivo, afirma que **«el ser humano se mira a sí mismo en el espejo de la nueva arquitectura y el interiorismo».** Veamos a qué se refiere.

### LOS 3 USOS CLAVE DEL ESPEJO

Si adoptamos un punto de vista práctico, las 3 formas esenciales de usar el espejo en el espacio interior, son muy interesantes para los hoteles. Es normal, pues pueden realzar una estancia y hacerla más atractiva para el huésped.

Desde ahí, el Instituto Silestone considera que tres de sus ventajas más interesantes son:

#### 1. Multiplican los espacios

Seguramente sea la respuesta más obvia que nos viene a la mente, pero es así. Los espejos expanden la sensación del espacio, es una realidad. También inducen necesariamente a una mirada sobre nuestro semblante.

Buscar los efectos de la luz sobre el cristal, es un símbolo repetido desde siempre. La historia, la literatura o el arte nos hablan de su significado a través de los siglos, pero más allá de esto, crean amplitud e iluminan las estancias.

#### 2. Permiten realizar selfies espontáneos

El espejo como objeto de uso y disfrute diario es un alimento para la necesidad de mirarnos y reconocernos. Desde el mito de Narciso, asomado al espejo de las aguas tranquilas, hasta los selfies contemporáneos hay una clara línea de conexión.

Lo importante es su poder para captar la mirada y atraer el interés. El agua, el cristal de las vitrinas, las ventanas, los escaparates... todos funcionan como un espejo continuo en nuestro recorrido vital. Hay que saber aprovecharlos para crear espacios únicos que animen al cliente a inmortalizarse en ellos.

#### 3. Aportan arte y diseño

Los espejos en el diseño interior se convierten en «el único instrumento que redefine el lugar», por tanto, resultan ideales para elevar el interiorismo del hotel, al apostar por la arquitectura.

### 6 EJEMPLOS DEL ESPEJO EN EL DISEÑO Y LA ARQUITECTURA

Ya existen proyectos de diseño interior y arquitectura que aplican con maestría estos puntos. Para servir de inspiración a los hoteles que quieran usar el espejo como eje de innovación, van los siguientes ejemplos.

#### 1. Espacios oníricos

La biblioteca de Chongqing Zhongshuge creada por el estudio X + Living ofrece un increíble efecto onírico mediante la superposición de estructuras y reflejos. Así, asombra, apabulla y juega con el tiempo.

Otro caso interesante es el del famoso diseñador español Gonzalo Miranda, cuyas lagunas infinitas generan efectos sensoriales inmediatos. Crean un deseo de mirar y estar que conecta directamente con el mundo de los sueños.

## 2. Autorretrato de la naturaleza

El famoso Tree Hotel en Suecia es tan peculiar por cómo se integran sus cabinas, diseñadas por Tham + Videgard Arkitekter, en la naturaleza. Esos cuadrados reflectores multiplican los efectos del bosque y las fachadas se transforman con la luz cambiante del día y la noche.

## 3. El bullicio del mercado en el espejo

La cubierta espejada del mercado Els Encants de Barcelona es otro ejemplo único. Diseñada por Fermín Vázquez y su equipo de b720, es capaz de reflejar desde las alturas el movimiento que se produce a diario en el interior del recinto, un rastro tradicional de la ciudad.

## 4. Cocinas selfie

Para los apartamentos modernos o de lujo, la cocina puede ser un espacio para innovar y experimentar. La manera de cocinar y de exponer los espacios domésticos con las superficies espejadas es una excentricidad que se ha convertido en originalidad recurrente. Una que conecta con nuestra necesidad de retratar la alimentación y de cautivar al huésped.

## 5. Otros materiales, otros espejos

Más allá del espejo tradicional en el diseño interior hay mucha vida. Por ejemplo, el mármol brillante, capaz de reflejar la luz y expandir el espacio, es una alternativa bien integrada en el espacio. Es lo que ofrece Silestone con sus superficies híbridas constituidas por minerales y materiales reciclados, elaborados con tecnologías avanzadas únicas y exclusivas HybriQ®.

## 6. Nuevos espejos y espejismos

En una vuelta a lo clásico, el espejo como objeto tradicional sigue estando en uso. Así, los espejos isométricos de German Ermics y la colección de Sabine Marcelis juegan con la iluminación, con el color y el movimiento. Mediante sus sutiles colores degradados, generan un efecto sensitivo muy sugerente.

Con este repaso, queda claro que el espejo es una tendencia en el espacio interior. Su capacidad de atraer la mirada, favorecer la introspección y sorprender al cliente los hace una solución única para el hotel.

La extensa e intresante nota se puede disfrutar completa en este link:

[https://tecnohotelnews.com/?p=68900?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=thnews20220215&mc\\_cid=583932924c&mc\\_eid=9131a44027&key\\_user=a9accbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879](https://tecnohotelnews.com/?p=68900?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=thnews20220215&mc_cid=583932924c&mc_eid=9131a44027&key_user=a9accbdb6159174d21aee59757be46972d2fbef81aa4645fc876a85b0a65c879)





## EL 9 DE FEBRERO SE CELEBRABA EL DÍA MUNDIAL DE LA PIZZA, UNO DE LOS PLATOS MÁS POPULARES DEL MUNDO REPRESENTATIVO DE LA GASTRONOMÍA ITALIANA.



El diario La Nación publicó una nota con 10 curiosidades acerca de un plato tan requerido y apreciado en la Argentina. Veámoslas:

**1.** De acuerdo a los registros históricos, los principales antecedentes de esta comida remontan a la época del antiguo Egipto, Grecia, Persia y Roma. Los persas se alimentaban en el periodo 521-500 a.C. a base de una base de pan circular, al que se le agregaba queso y dátiles.

**2.** En la Antigua Roma los soldados comían el mismo pan pero con aceite de oliva y hierbas. Con el tiempo en Nápoles se comenzó a agregar tomate, dando origen a lo que se conoce como la primera pizza.

**3.** En esa ciudad el panadero Raffaele Esposito creó la Pizza Margarita o Margherita (1889), a pedido del Palacio Real de Capodimonte para agasajar a la Reina Margherita en sus próximas visitas. La pizza Margarita representaba los colores de la bandera italiana, el rojo del tomate, el blanco de la mozzarella y el verde de las hojas de albahaca.

**4.** A partir de ahí la receta se popularizó y muchos países comenzaron a consumirla y a reinterpretarla. Veamos las más populares:

- **Pepperoni:** inventada en Estados Unidos.
- **Funghi:** la receta original no lleva queso ni tomate y contiene distintos tipos de setas.
- **Fugazza:** originada en Argentina por Juan Banchero.
- **Napolitana:** es la pizza más tradicional de Italia, donde se dictó una ley que preserva su receta tradicional, la cual en 2017 fue nombrada patrimonio inmaterial de la humanidad.

- **Calzone:** creada en Puglia y con forma de empanada.
- **Hawaiana:** inventada en Canadá en la década de los sesenta por el griego Sam Panopoulos.

**5.** La primera pizzería del mundo se abrió en Port'Alba en Nápoles, Italia, a finales de 1.800.

**6.** Renato Viola, un maestro pizzero italiano, creó la pizza más cara del mundo, de 8.300 euros. Llamada "Luis XIII" incluye langosta, mozzarella de búfalo, tres tipos de caviar, squilla mantis y sal rosa australiana. La segunda pizza más costosa del mundo cuesta 2000 dólares y está compuesta de foie gras, trufas, caviar y oro comestible de 24 quilates.

**7.** En 2021 en Lyon, Francia, crearon una pizza de 834 quesos durante Sirha Lyon, una feria internacional de hostelería, que batió un nuevo Récord Guinness.

**8.** En 2017 en Los Ángeles, el Récord Guinness premió a la pizza más larga del mundo con 1,93 kilómetros de longitud. Ese record a la pizza más grande del mundo se otorgó en Roma, en 2.012. Tenía una superficie de 1.261,65 m<sup>2</sup>.

**9.** En 2001 se realizó la entrega de pizza más cara del mundo, cuando enviaron una pizza a la Estación Espacial Internacional. El operativo costó más de un millón de dólares.

**10.** World Pizza Games es un campeonato mundial de pizza acrobática. En 2018 el argentino Ezequiel Ortigoza ganó la medalla de oro en la categoría "Acrobacia Freestyle".

Ver:

<https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/dia-mundial-de-la-pizza-diez-curiosidades-sobre-uno-de-los-platos-mas-populares-del-mundo-nid09022022/>



## NOVIEMBRE DE 2021 COMPARADO CON NOVIEMBRE DE 2020 - RAMAS DE ACTIVIDAD: COMPORTAMIENTO INTERANUAL

### NOVIEMBRE 2021 - CRECIMIENTO INTERANUAL DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA: HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA COMPARADO A LOS RESTANTES RUBROS

#### NOVIEMBRE 2021:

En noviembre de 2021, el Estimador mensual de actividad económica registró un incremento de 1,7% respecto a octubre en la medición desestacionalizada (s.e).

En la comparación interanual, el EMAE evidenció un aumento de 9,3%. Así, en los once meses del año, el indicador acumuló un incremento de 10,3%.

Con relación a igual mes de 2020, 13 de los sectores que conforman el EMAE registraron subas. Se destacaron Hoteles y restaurantes (+59,8% ia) y Explotación de minas y canteras (+20,4% ia). Estos dos sectores aportaron conjuntamente 1,1 puntos porcentuales al incremento del EMAE.

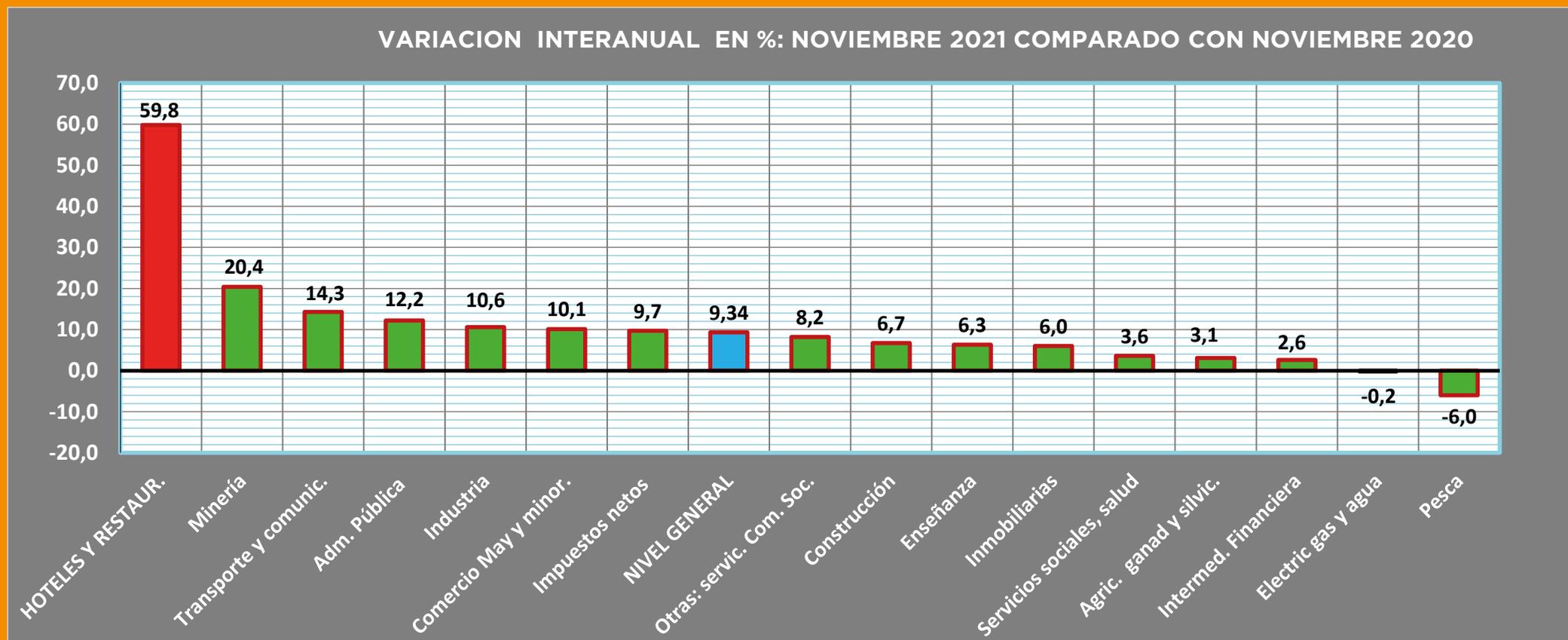
Por su parte, Industria manufacturera (+10,6% ia) y Comercio mayorista, minorista y reparaciones (+10,1% ia) fueron los sectores de mayor incidencia: sumaron, entre ambos, 3,3 puntos porcentuales a la variación interanual del estimador.

Electricidad, gas y agua (-0,2% ia) y Pesca (-6,0% ia) fueron los dos sectores económicos que registraron bajas en noviembre, restando 0,01 punto porcentual a la variación del índice total.



ACTIVIDAD	% V.I. Noviembre 2021/2020
<b>HOTELES Y RESTAUR.</b>	<b>59,8</b>
Minería	20,4
Transporte y comunic.	14,3
Adm. Pública	12,2
Industria	10,6
Comercio May y minor.	10,1
Impuestos netos	9,7
<b>NIVEL GENERAL</b>	<b>9,34</b>
Otras: servic. Com. Soc.	8,2
Construcción	6,7
Enseñanza	6,3
Inmobiliarias	6,0
Servicios sociales, salud	3,6
Agric. ganad y silvic.	3,1
Intermed. Financiera	2,6
Electric gas y agua	-0,2
Pesca	-6,0

## VARIACION INTERANUAL EN %:: NOVIEMBRE 2021 COMPARADO CON NOVIEMBRE 2020





# INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR ENERO 2022

INFLACION ENERO 2022 -

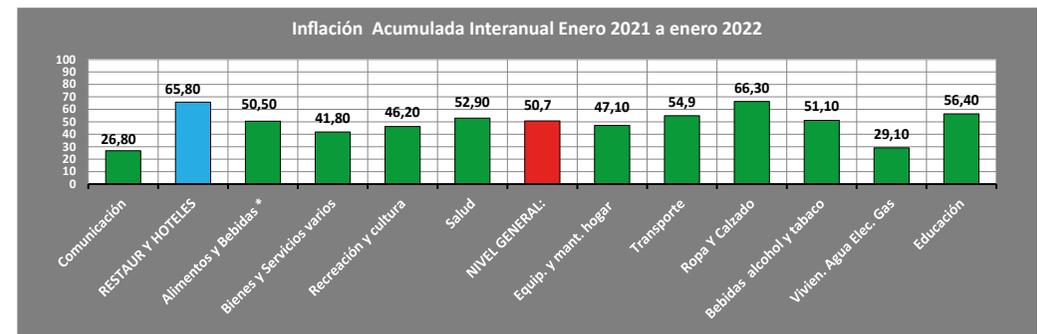
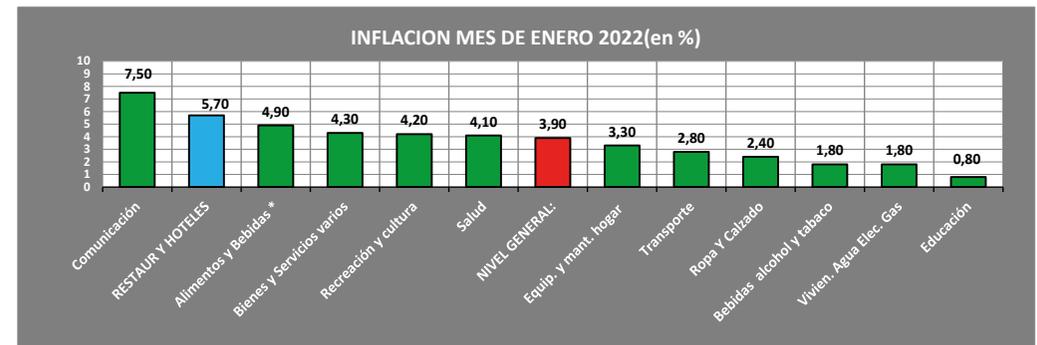
Nivel General: **3,9%** - Restaurantes y Hoteles: **5,7%**

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

INFLACION TOTAL PAIS	Enero 2021 %	Incremento Interanual en %
Comunicación	7,50	26,80
<b>RESTAUR Y HOTELES</b>	<b>5,70</b>	<b>65,80</b>
Alimentos y Bebidas *	4,90	50,50
Bienes y Servicios varios	4,30	41,80
Recreación y cultura	4,20	46,20
Salud	4,10	52,90
<b>NIVEL GENERAL:</b>	<b>3,90</b>	<b>50,7</b>
Equip. y mant. hogar	3,30	47,10
Transporte	2,80	54,9
Ropa Y Calzado	2,40	66,30
Bebidas alcohol y tabaco	1,80	51,10
Vivien. Agua Elec. Gas	1,80	29,10
Educación	0,80	56,40

### Variación % mensual Enero Agrupamientos

<b>Bienes</b>	<b>3,80</b>
<b>Servicios</b>	<b>4,00</b>
Estacionales	9,00
IPC Núcleo	3,30
Regulados	2,80



**ENERO 2022:** El Nivel general del Índice de precios al consumidor registró un alza mensual de 3,9% y una variación interanual de 50,7%. La división Comunicación (7,5%) fue la de mayor suba en el mes, a raíz del aumento en telefonía e internet. **Le siguió Restaurantes y hoteles (5,7%)**, pesando la suba de los servicios de alojamiento vacacional.

La suba de Alimentos y bebidas no alcohólicas (4,9%) fue la de mayor incidencia en todas las regiones. Lo más relevante en la división fue el incremento de Verduras, tubérculos y legumbres, destacándose el tomate, lechuga, papa y cebolla. También sobresalió dentro de la división el alza de Frutas, especialmente el limón y la naranja. Las dos divisiones de menor variación en enero fueron Educación (0,8%) and Vivienda, agua, electricidad y otros combustibles (1,8%). En esta última, influyó el efecto del bono de diciembre a los encargados de edificios, especialmente en GBA.

A nivel de las categorías, **Estacionales (9,0%)** fue la de mayor incremento en enero, empujada por la mencionada suba en Verduras, tubérculos y legumbres, Frutas, y servicios turísticos. La categoría de menor variación fue **Regulados (2,8%)**, sobre la cual influyó en buena medida el aumento en los Servicios de telefonía e internet, así como el de los Gastos de prepagas. Por su parte, **el IPC Núcleo registró un alza mensual de 3,3%**.

\* no alcohólicas



# MERCADO CAMBIARIO

17 DE FEBRERO  
DE 2022 - 17.30 HS.

## DOLAR BLUE DESDE 1 DE OCTUBRE DEL 2020 - AL 17 DE FEBRERO DE 2022, 17.30HS



### La suba de precio del petróleo podría causar un grave shock inflacionario mundial El crecimiento hasta los USD 100 por barril por primera vez desde el 2014 podría desestabilizar preocupantemente la economía global.

Ver nota completa:

<https://dolarhoy.com/mercado/la-suba-de-precio-del-petroleo-podria-causar-un-grave-shock-inflacionario-mundial-202221411280>

El precio del petróleo no para. Desde diciembre de 2021 el barril creció más de 48% en USD; desde abril de 2020, más de 385%. Ante este crecimiento desenfrenado, **los expertos temen un grave shock inflacionario internacional.**

De acuerdo a las previsiones de Bloomberg, una suba del petróleo a USD 100 por barril a fin de febrero podría causar 0,5% más de inflación en Estados Unidos y Europa en la segunda mitad del año, por el defasaje entre la causa de la inflación y su efecto en la economía real.

A su vez, JP Morgan proyectó que un aumento de precio hasta los USD 150 haría que la inflación creciera hasta más del 7%, más del triple de lo previsto por la mayoría de los responsables de la política monetaria.

**Peter Hooper**, exfuncionario de la Reserva Federal dijo que "la crisis del petróleo alimenta lo un problema de inflación más amplio". "Hay una posibilidad cierta de una desaceleración significativa del crecimiento global". Según Vivian Lau, vicepresidenta de Pacific Air Holdings "el precio del petróleo es definitivamente una preocupación, ya que el aumento está ocurriendo en un momento en que los precios del flete aéreo ya son muy altos".

**Janet Henry y James Pomeroy**, economistas en HSBC: "Con la inflación másalta de varias décadas y la incertidumbre de futura inflación sin precedentes, lo último que necesita la economía mundial en recuperación es otro tramo más alto en los precios de la energía".

En cuanto al crecimiento económico, **Mark Zandi**, economista jefe en Moody's, **por cada aumento de USD 10 del barril, se reduce 0,1% la expansión de la economía internacional al año siguiente.**

De esta forma, queda claro que el aumento del petróleo podría beneficiar a unos pocos con consecuencias devastadoras en la economía real internacional

fuelle: Elaboración propia en base a dolarhoy/euroblue.com.ar/Cronista Finanzas

Dólar, Euro, Real			
Actualizado al 17 de febrero 2022 17.30 hs.			
	MONEDA	COMPRA	VENTA
	dólar oficial prom.	106,08	113,35
	dólar blue	211,00	214,00
	dólar bolsa	203,19	203,63
	dólar solidario	184,80	184,80
	dólar cont. Liqui	209,97	210,71
	euro	121,22	120,34
	euro blue	240,00	244,00
	real	20,61	20,66
	real blue	40,00	46,00

<b>DÓLAR BLUE</b>		
<b>DIA Y MES</b>	<b>COMPRA</b>	<b>VENTA</b>
1º - oct	141,0	147,0
<b>26 - oct</b>	<b>189,0</b>	<b>195,0</b>
3-nov	166,0	172,0
17- nov	156,0	162,0
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
31 - ago	180,0	181,5
16 - sep	183,0	186,0
26 - sep	183,0	186,0
12 - oct	183,0	185,0
31 - oct	194,5	197,5
15 - nov	196,0	199,5
4 - dic	197,5	200,0
7 - dic	194,0	198,0
19 - dic	197,0	200,0
28 - dic	<b>200,5</b>	<b>203,5</b>
10 - ene	<b>205,0</b>	<b>208,0</b>
19 - ene	<b>209,0</b>	<b>212,0</b>
23 - ene	<b>216,0</b>	<b>219,0</b>
10 - feb	<b>212,5</b>	<b>216,0</b>
17 - feb	<b>211,0</b>	<b>214,0</b>

### Clarín - Economía - Política monetaria - 17 febrero 2022

Ana Clara Pedotti

#### **NUEVA SUBA DE TASAS DEL BCRA: LOS PLAZOS FIJOS RENDIRÁN 41,5% ANUAL**

El Central elevará el costo del dinero en 250 puntos básicos. Por las Leliq pagará 42,5% anual. Es una estrategia para quitarle presión al dólar paralelo.

Un poco por encima de lo que esperaba el mercado, el Banco Central anunciará este jueves su segunda suba de tasas del año para la economía. El organismo que preside Miguel Pesce decidió elevar el costo del dinero en 250 puntos básicos, **por lo que la tasa Leliq, de referencia de la economía pasará de 40% a 42,5% anual.**

Por esta suba, los plazos fijos que hasta hoy remuneraban el 39% anual pasarán a rendir **41.5% anual de tasa nominal**, lo que implica una tasa efectiva anual de 50,4% para los ahorristas minoristas. En tanto, para el resto de los depositantes del sistema financiero la tasa mínima garantizada se establecerá en 39,5%, lo que representa una Tasa Efectiva Anual de 47,5%.

Es una forma de aproximarse a la tasa de inflación esperada. Como se sabe, una de las **exigencias del Fondo Monetario Internacional** es que las tasas pasivas -las que reciben los que ahorran o invierten en pesos- sean positivas, es decir mayores a la inflación. Así se estimularía la inversión en moneda local bajando la demanda sobre el dólar.

Pero también de poder **seguir acelerando el ritmo diario de devaluación y evitar una profundización del atraso cambiario**, sin generar presiones en ese escenario. El organismo llegó a poner el ritmo de crawling peg por encima de 40% anual hace algunos días, pero rápidamente volvió a poner el freno en la aceleración de la suba del tipo de cambio mayorista.

"La suba de tasas que no tiene la lógica de atacar la inflación monetaria sino de garantizar retornos positivos a los ahorros que desalienten la dolarización", habían explicado fuentes del Gobierno en las jornadas previas.

En paralelo, el Central no cambiará las otras tasas que regula. Un dato clave para ahorristas: **el costo de refinanciar el saldo impago en la tarjeta de crédito seguirá siendo del 49% anual.** También es una buena noticia para las pymes; las tasas de las líneas de inversión productiva con una tasa de 30% y para capital de trabajo con una tasa de 41%.

Adicionalmente, el BCRA presentará una nueva letra por la que intentará absorber el exceso de pesos en el mercado. Se trata de la Nota de Liquidez (Notaliq), un instrumento que tendrá un plazo de 180 días.