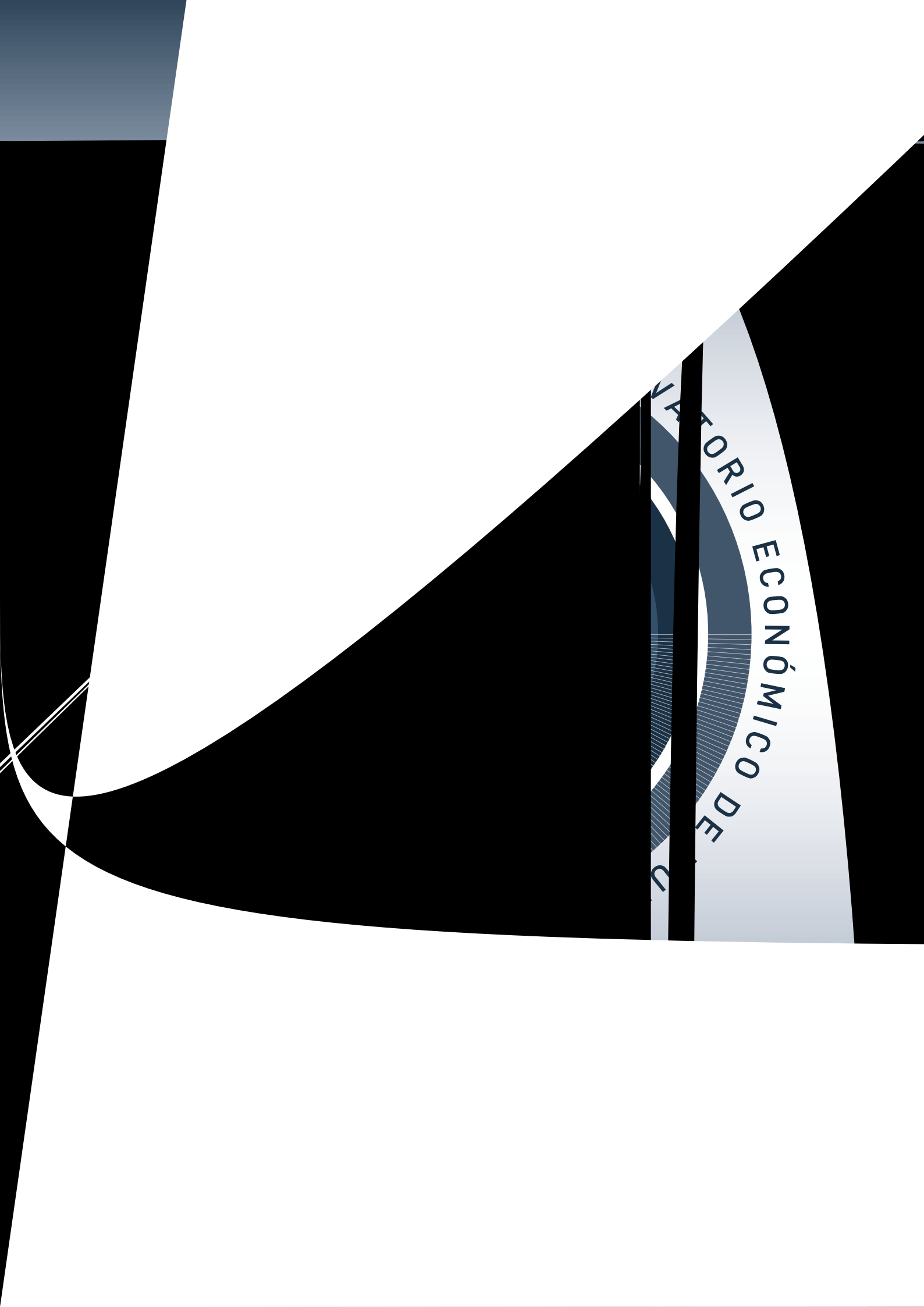
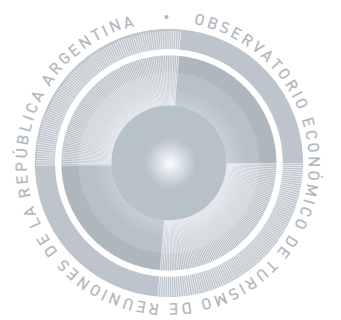
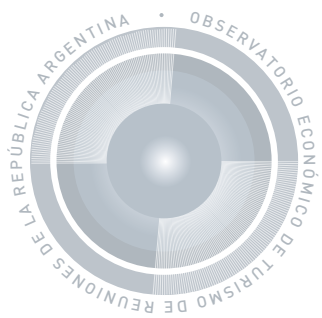












**Ministro de Turismo de la Nación y  
Presidente del Instituto Nacional de Promoción Turística**  
Carlos Enrique Meyer

**Secretario Ejecutivo del Instituto Nacional  
de Promoción Turística**  
Leonardo Boto

**Presidente de la Asociación Argentina de Organizadores y  
Proveedores de Exposiciones y Congresos**  
Fernando Gorbarán (2007-2011)  
Diego Gutiérrez (2011-2013)

**Decano de la Facultad de Ciencias Económicas  
de la Universidad de Buenos Aires**  
Alberto Edgardo Barbieri

**Director del Centro de Estudios en Economía y Gestión  
del Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas**  
Juan Carlos Chervatín

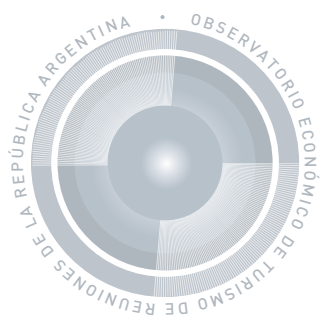
**SubDirector del Centro de Estudios en Economía y Gestión  
del Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas**  
Pablo Singerman

**Observatorio Económico de Turismo de Reuniones**  
**Directores:**  
Pablo Sismanian (INPROTUR)  
Fernando Llambí (AOCA)  
Pablo Singerman y Camilo Makón (FCE-UBA)

**Staff:**  
Lisi Senabre (INPROTUR)  
Alicia Schiaretta (AOCA)

FCE-UBA:  
Paula Soledad Luque  
Alejandro Romero  
David Kary  
Nicolás Capria  
Cecilia Folco  
Agustín Roza  
Tomás Zuzek

**Diseño Gráfico:**  
Jonathan Krengel



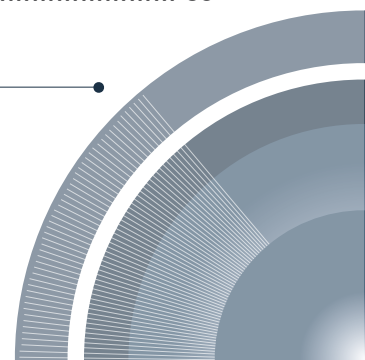
# ÍNDICE



|          |                                                                            |    |
|----------|----------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>1</b> | <b>Resumen ejecutivo</b>                                                   | 1  |
| <b>2</b> | <b>Contexto Internacional de los Principales Países Emisores</b>           | 3  |
|          | 2.1 Estados Unidos                                                         | 4  |
|          | 2.2 Europa                                                                 | 5  |
|          | 2.3 Países Asiáticos                                                       | 7  |
|          | 2.4 Latinoamérica                                                          | 9  |
| <b>3</b> | <b>Situación Macroeconómica Nacional</b>                                   | 11 |
|          | 3.1 Actividad y Precios                                                    | 12 |
|          | 3.2 Sector Monetario y Tipo de Cambio Real. La Competitividad              | 16 |
|          | 3.3 Sector Externo, Saldo Comercial y la Generación de Divisas del Turismo | 19 |
|          | 3.4 Sector Fiscal                                                          | 22 |
| <b>4</b> | <b>Situación del Turismo</b>                                               | 24 |
|          | 4.1 El turismo receptivo                                                   | 24 |
|          | 4.2 Ocupación hotelera en Argentina                                        | 29 |
| <b>5</b> | <b>Resultados estadísticos del Turismo de Reuniones en el País</b>         | 31 |
|          | 5.1 Reuniones identificadas                                                | 33 |
|          | 5.1.1 Distribución temporal                                                | 34 |
|          | 5.1.2 Distribución Geográfica                                              | 35 |
|          | 5.1.3 Tipos de reuniones                                                   | 37 |
|          | 5.1.4 Temática de las Reuniones                                            | 40 |
|          | <b>5.2 Estudio de Oferta</b>                                               | 42 |
|          | 5.2.1 Duración de C&C                                                      | 43 |
|          | <b>5.3 Estudio de Demanda</b>                                              | 44 |
|          | 5.3.1 Lugar de residencia de los turistas asistentes                       | 44 |
|          | 5.3.2 Lugar de residencia de los turistas asistentes nacionales            | 45 |
|          | 5.3.3 Lugar de residencia de los turistas asistentes extranjeros           | 46 |
|          | 5.3.4 Tipo de Alojamiento utilizado                                        | 47 |
|          | 5.3.5 Medios de Información                                                | 48 |
|          | 5.3.6 Frecuencia de visita                                                 | 50 |
|          | 5.3.7 Estadía en la ciudad sede                                            | 52 |
|          | 5.3.8 Compras realizadas                                                   | 54 |
|          | 5.3.9 Voluntad de retorno                                                  | 56 |
|          | 5.3.10 Evaluación de los servicios de la ciudad sede                       | 59 |
|          | 5.3.11 Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante                 | 61 |
|          | 5.3.12 Actividades                                                         | 63 |
|          | 5.3.13 Gasto realizado durante la estadía                                  | 65 |
| <b>6</b> | <b>Conclusiones</b>                                                        | 68 |
| <b>7</b> | <b>Glosario</b>                                                            | 70 |

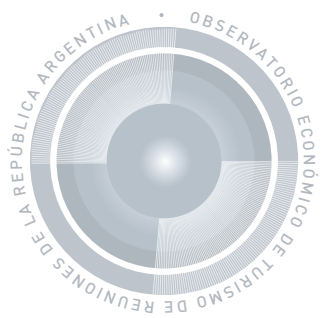
## TABLAS Y GRÁFICOS

|                                                                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabla 1:</b> Principales Indicadores del turismo receptivo. 2009-2011.....                                      | 25 |
| <b>Tabla 2:</b> Referentes Técnicos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones .....                       | 32 |
| <b>Tabla 3:</b> Distribución Geográfica por Ciudad Sede - Comparación 2010-2011 .....                              | 35 |
| <b>Tabla 4:</b> Distribución Geográfica por Ciudad Sede, por grupo de Reunión .....                                | 36 |
| <b>Tabla 5:</b> Principales Resultados Estadísticos para C&C en el año 2011 .....                                  | 42 |
| <b>Tabla 6:</b> Estadía promedio según origen del turista asistente a C&C .....                                    | 65 |
| <b>Tabla 7:</b> Gasto promedio por persona en pesos para C&C .....                                                 | 66 |
| <b>Tabla 8:</b> Gasto promedio por persona en dólares para C&C .....                                               | 66 |
| <b>Tabla 9:</b> Estadía promedio según origen del turista asistente a F&E .....                                    | 66 |
| <b>Tabla 10:</b> Gasto promedio por persona en pesos para F&E .....                                                | 66 |
| <b>Tabla 11:</b> Gasto promedio por persona en dólares para F&E .....                                              | 66 |
| <br>                                                                                                               |    |
| <b>Gráfico 1:</b> Crecimiento anual - 2011 .....                                                                   | 4  |
| <b>Gráfico 2:</b> Tasa de crecimiento anual del PIB. ....                                                          | 12 |
| <b>Gráfico 3:</b> Evolución de los componentes del PIB. Variación porcentual anual .....                           | 14 |
| <b>Gráfico 4:</b> Evolución sectorial - Variación porcentual anual .....                                           | 15 |
| <b>Gráfico 5:</b> Evolución de las Reservas Internacionales .....                                                  | 16 |
| <b>Gráfico 6:</b> Evolución Tipo de Cambio Real Multilateral .....                                                 | 18 |
| <b>Gráfico 7:</b> Exportaciones, Importaciones y Saldo Comercial acumulado .....                                   | 19 |
| <b>Gráfico 8:</b> Principales productos de exportación. Generación de divisas. ....                                | 21 |
| <b>Gráfico 9:</b> Ingresos, Gastos y Superávit Primario. Resultado Financiero como porcentaje de los Ingresos .... | 22 |
| <b>Gráfico 10:</b> Arribos turísticos internacionales. 2009-2011 .....                                             | 24 |
| <b>Gráfico 11:</b> Ingreso de divisas por turismo receptivo. 2009-2011 .....                                       | 25 |
| <b>Gráfico 12:</b> Participación de mercado según lugar de residencia de los extranjeros. 2010-2011. ....          | 26 |
| <b>Gráfico 13:</b> Participación en el gasto de turistas no residentes. 2010-2011. ....                            | 27 |
| <b>Gráfico 14:</b> Tasa de crecimiento anual de turistas internacionales según país de origen. 2010-2011 .....     | 28 |
| <b>Gráfico 15:</b> Distribución de las pernoctaciones según residencia. 2010-2011 .....                            | 29 |
| <b>Gráfico 16:</b> Pernoctaciones totales según residencia habitual y región. 2011 .....                           | 30 |
| <b>Gráfico 17:</b> Cantidad de Reuniones identificadas - Comparación 2010 - 2011 .....                             | 33 |
| <b>Gráfico 18:</b> Distribución mensual de las reuniones .....                                                     | 34 |
| <b>Gráfico 19:</b> Distribución de las reuniones por grupo .....                                                   | 37 |
| <b>Gráfico 20:</b> Distribución por Tipo de Reunión - C&C .....                                                    | 38 |



|                                                                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Gráfico 21:</b> Distribución por Tipo de Reunión - F&E .....                                                | 38 |
| <b>Gráfico 22:</b> Distribución por Tipo de Reunión - Variación Interanual 2010 - 2011 .....                   | 39 |
| <b>Gráfico 23:</b> Distribución por temática de las reuniones - C&C .....                                      | 40 |
| <b>Gráfico 24:</b> Distribución por temática de las reuniones - F&E .....                                      | 41 |
| <b>Gráfico 25:</b> Duración de C&C, comparación 2010 - 2011 .....                                              | 43 |
| <b>Gráfico 26:</b> Origen de los turistas asistentes .....                                                     | 44 |
| <b>Gráfico 27:</b> Origen de los turistas asistentes nacionales por región .....                               | 45 |
| <b>Gráfico 28:</b> Origen de los turistas asistentes extranjeros por continente .....                          | 46 |
| <b>Gráfico 29:</b> Tipo de alojamiento - Turistas Asistentes Nacionales .....                                  | 47 |
| <b>Gráfico 30:</b> Tipo de alojamiento - Turistas Asistentes Extranjeros .....                                 | 47 |
| <b>Gráfico 31:</b> Medios de Información - Turistas Asistentes Nacionales .....                                | 48 |
| <b>Gráfico 32:</b> Medios de Información - Turistas Asistentes Extranjeros .....                               | 49 |
| <b>Gráfico 33:</b> Frecuencia de visita - Turistas Asistentes Nacionales .....                                 | 50 |
| <b>Gráfico 34:</b> Frecuencia de visita - Turistas Asistentes Extranjeros .....                                | 51 |
| <b>Gráfico 35:</b> Estadía en ciudad sede - Turistas Asistentes Nacionales .....                               | 52 |
| <b>Gráfico 36:</b> Estadía en ciudad sede - Turistas Asistentes Extranjeros .....                              | 53 |
| <b>Gráfico 37:</b> Compras - Turistas Asistentes Nacionales .....                                              | 54 |
| <b>Gráfico 38:</b> Compras - Turistas Asistentes Extranjeros .....                                             | 55 |
| <b>Gráfico 39:</b> Voluntad de retorno a la ciudad - Turistas Asistentes Nacionales .....                      | 56 |
| <b>Gráfico 40:</b> Voluntad de retorno a la ciudad - Turistas Asistentes Extranjeros .....                     | 56 |
| <b>Gráfico 41:</b> Motivos de retorno a la ciudad de la reunión - Turistas Asistentes Nacionales .....         | 57 |
| <b>Gráfico 42:</b> Motivos de retorno a la ciudad de la reunión - Turistas Asistentes Extranjeros .....        | 58 |
| <b>Gráfico 43:</b> Evaluación de los servicios - Turistas Asistentes Nacionales .....                          | 59 |
| <b>Gráfico 44:</b> Evaluación de los servicios - Turistas Asistentes Extranjeros .....                         | 60 |
| <b>Gráfico 45:</b> Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante - Turistas Asistentes Nacionales .....  | 61 |
| <b>Gráfico 46:</b> Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante - Turistas Asistentes Extranjeros ..... | 62 |
| <b>Gráfico 47:</b> Actividades - Turistas Asistentes Nacionales .....                                          | 63 |
| <b>Gráfico 48:</b> Actividades - Turistas Asistentes Extranjeros .....                                         | 64 |

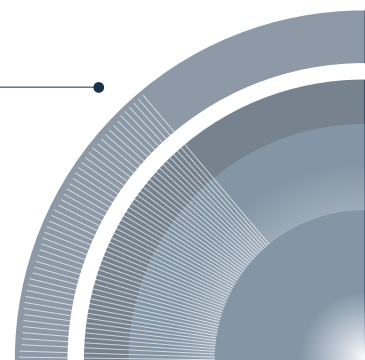
Los datos y resultados del presente anuario surgen de la información relevada por los referentes técnicos de los destinos sede participantes.



## 1. RESUMEN EJECUTIVO

- **Contexto económico mundial:** en 2011 el crecimiento de la economía mundial fue de 3,8%, disminuyendo considerablemente respecto del 5,2% registrado en el año 2010, debido principalmente al retroceso en las economías centrales (donde pasó del 3,2% al 1,6%). Las economías periféricas tuvieron un buen desempeño, aunque menor al 2010 debido a enfriamientos sobre el final del año, producto de la retracción económica global.
- **Coyuntura económica argentina:** El crecimiento de la economía fue del 8,9%, ubicando al país en el segundo lugar, detrás de China, entre los países del G-20 que más crecieron en 2011. A diferencia de lo ocurrido durante 2010, cuando el nivel de actividad era sostenido por los sectores productores de bienes, en 2011 el crecimiento fue impulsado fuertemente por los sectores productores de servicios (9,4% de crecimiento), liderados por el extraordinario desempeño del sector financiero (19,9%) y comercio (16,2%). En este contexto, el sector Hoteles y Restaurantes creció un 7,9% en 2011, es decir 0,6 p.p. por encima del año anterior. En tanto, el comercio, fundamentado en la potencia de la demanda interna, tuvo un desenvolvimiento extraordinario con tasas de dos dígitos a lo largo de todo el año.
- **Turismo de Reuniones en Argentina:**

- Se estima que a los 2.546 C&C que se realizaron durante 2011 asistieron un total de **1.834.456 personas**, de las cuales 1.339.153 fueron turistas nacionales, 275.168 turistas extranjeros y 220.135 asistentes locales (residentes en el destino sede).
- El gasto total estimado de los turistas asistentes a C&C fue de **\$ 4.512.932.190** (pesos argentinos), estimación que ha tomado en cuenta los gastos que han realizado entre alojamiento, transportes, alimentos, excursiones, entretenimiento, compras realizadas y gastos de inscripción.
- En relación al gasto promedio de los turistas asistentes a C&C durante su estadía, se estima que para los turistas nacionales este fue de \$1.742; en tanto que para los turistas extranjeros fue de \$7.923.
- La estadía promedio de turistas nacionales asistentes a C&C fue de 3,2 días y, en el caso de los turistas extranjeros asistentes a estas reuniones, de 5,1 días.



## 2. CONTEXTO INTERNACIONAL DE LOS PRINCIPALES PAÍSES EMISORES

Durante el año 2011 la crisis económica que comenzara en 2008 con la quiebra de varios bancos de los Estados Unidos, tomó un nuevo cariz al verse la deuda de Grecia golpeada sistemáticamente por embates especulativos acerca de su capacidad de pago. Esto llevó a un contagio a otros países que se encontraban altamente endeudados y con problemas de crecimiento como fueron los casos de España, Portugal, Irlanda e Italia.

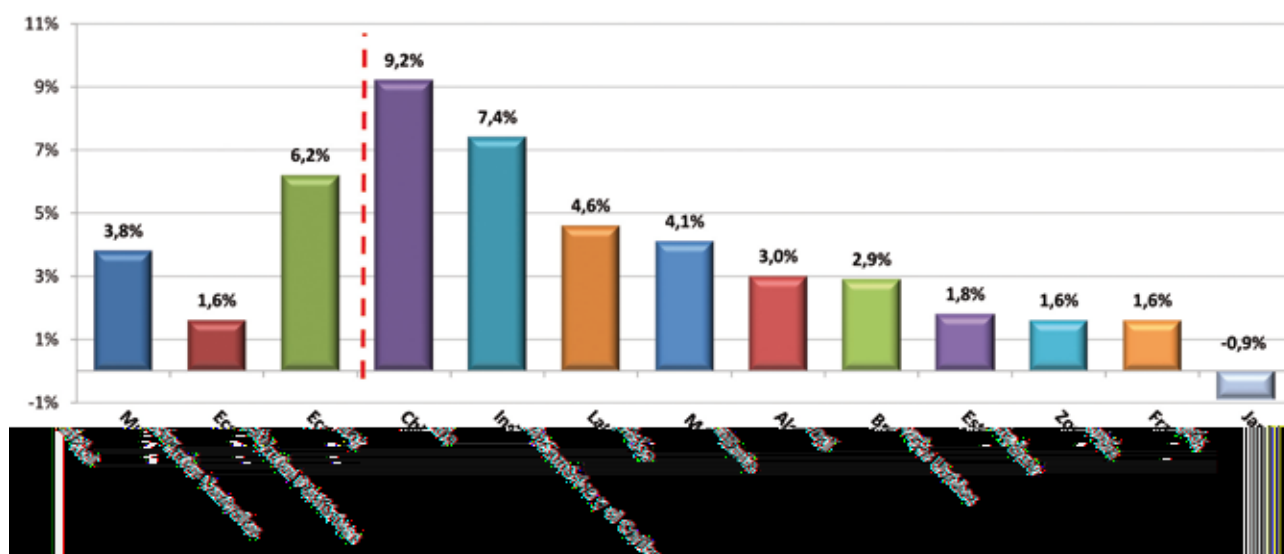
En este marco, la moneda europea perdió terreno frente a otras del continente y particularmente frente al dólar estadounidense. Así, debido a los recortes, se produjo un aumento de las tasas de intereses pagadas por los Estados, cayeron los gastos públicos y esto coadyuvó a un empeoramiento de las expectativas y, finalmente, a un enfriamiento de la economía continental.

En medio de la crisis, Alemania se posicionó como el líder predominante de la Unión Europea (desplazando aquella posición compartida con Francia) gracias a su poderío financiero y económico. Durante 2011, en medio de los problemas de sus vecinos del sur, el país germano vivió su mejor momento desde la reunificación en 1990. Las tasas de desempleo cayeron a niveles históricamente bajos y sus exportaciones crecieron pujantemente a pesar del valor del euro. Gracias a esto, Alemania se ha visto capaz de exigir el compromiso de austeridad al resto de la Unión Europea a fin de controlar los déficits por debajo del 3% del Producto Interno Bruto (PIB), algo que se institucionalizará y generará sanciones automáticas. Sólo el Reino Unido ha intentado mostrar cierta resistencia al predominio germano, apoyándose en sus viejas relaciones económicas y políticas con los Estados Unidos.

En este contexto, Estados Unidos no ha logrado un cambio sustancial en la dirección de su economía, experimentando sólo un lento proceso de recuperación. China, por su parte, ha mantenido tasas altas de crecimiento y todo esto ha redundado en que las economías periféricas crezcan, aunque de forma más modesta que durante el año 2010.

A diferencia del año 2010, cuando el crecimiento de la economía mundial fuera del 5,2%, en 2011 éste cayó al 3,8%, debido principalmente al retroceso en las economías centrales (pasó del 3,2 al 1,6%), la mitad precisamente). Las economías periféricas tuvieron un buen desempeño, aunque menor al 2010 debido a enfriamientos sobre el final del año. Así, su crecimiento fue del 6,2% destacándose China con un 9,2%.

Gráfico 1. Crecimiento anual - 2011



Fuente: Elaboración propia sobre la base de FMI

4

En cuanto a la actividad turística, el turismo internacional en 2011 fue responsable directo del 6% de las exportaciones totales y del empleo de una de cada 12 personas tanto en las economías avanzadas como en las emergentes. El nivel de llegadas internacionales alcanzó los 980 millones (el 53% se dirigió a las economías avanzadas y el 43% restante a las emergentes).

Europa acaparó el 51% de las llegadas, especialmente Europa Meridional, que sola fue responsable del 17% del total mundial. La segunda mayor región fue Asia y el Pacífico con el 22% de las visitas internacionales. En tercer lugar se ubicó la región de las Américas (16% del total). Aquí, la mayor importancia la tuvo Norteamérica con el 10%, pero se observa una tendencia de fuerte crecimiento y consolidación por parte de América del Sur (3% del total mundial). El cuarto lugar fue para Oriente Medio con el 6% y finalmente se ubicó África con el 5% restante.

## 2.1 Estados Unidos

### Situación macroeconómica

Durante 2011 el PIB de Estados Unidos se expandió 1,8% anual, un punto porcentual menos que el año anterior. Recién hacia fines de ese año, la actividad económica estadounidense comenzó a evidenciar algunos signos positivos. La mayor debilidad del dólar impulsó la demanda externa, aún en un escenario en el que el mercado de trabajo continuó exhibiendo una significativa fragilidad. En los últimos meses del año se apreció una caída sistemática, aunque débil, de la tasa de desempleo que disminuyó tan sólo medio punto porcentual a lo largo del año, alcanzando el 8,5% en diciembre.

A su vez, se apreció una recuperación de la industria cuyas ventas crecieron un 11,3% en el año, mientras que las ventas mayoristas no industriales lo hicieron un 14,2%. Sin embargo, los gastos en construcción cayeron un 1,9% a lo largo del año. La tasa de referencia que utiliza la Reserva Federal para influenciar el nivel de actividad se mantuvo fija en 0,13% durante todo el período.

Respecto al comercio internacional, tanto exportaciones como importaciones han seguido creciendo, pero las segundas en mayor medida que las primeras por lo que en el año se ha profundizado el déficit comercial un 11,6%, alcanzando los 560 mil millones de dólares en 2011.

## Turismo

En el año 2011 ingresaron más de 57 millones de personas, representando un incremento del 4,9% respecto al año anterior. Los regiones que aportaron los mayores crecimientos fueron China (+36,2%), Sudamérica (+16,3%), Europa Oriental (+12,2%) y Oceanía (+14,3%). Sin embargo, los viajeros tradicionales (Canadá y México) siguieron representando la gran mayoría.

## 2.2 Europa

### Situación macroeconómica

La economía europea presentó una dinámica de crecimiento aún más moderada que la de Estados Unidos, finalizando el 2011 con un crecimiento del 1,6% en la Eurozona. Este año se caracterizó en la región por los importantes planes de ajuste en todos los países de la zona de la moneda única, así como en la mayoría de los restantes países de la Unión Europea.

Estos pusieron la lupa principalmente en el gasto social, particularmente aquel relacionado con los beneficios laborales así como los períodos necesarios para jubilarse, con lo que produjeron una segunda ola de contracción del Estado de Bienestar después de aquellas que se llevaron a cabo durante la década de los '90. Además se aumentaron varios impuestos de forma heterogénea según cada nación.

Algunos, como el caso español, cayeron más fuerte sobre las clases altas, mientras que otros, como el caso francés, sobre las clases trabajadoras. En concreto, estos ajustes sistemáticos a nivel continental han generado una clara redistribución del ingreso europeo en contra de las clases trabajadoras. La fuerte contracción del gasto público y el aumento de impuestos, se espera generen una mayor desaceleración durante el 2012.

Para luchar en contra de los déficits y los aumentos de deuda pública que ellos acarrearán, se creó durante el 2011 un nuevo mecanismo de financiamiento supranacional permanente: el Mecanismo Europeo de Estabilidad (MEDE), un organismo intergubernamental creado por el Consejo Europeo, que funciona como un mecanismo permanente de gestión de crisis para la salvaguardia de la estabilidad financiera en la zona euro en su conjunto. Este mecanismo entrará en vigor el 1 de julio de 2012, sustituyendo las estructuras temporales

que constituyen el Fondo Europeo de Estabilidad Financiero (FEEF) y el Mecanismo Europeo de Estabilidad Financiero (MEEF). Su fin principal será proveer financiamiento de forma sistemática a los países del euro y poder así, en el mediano plazo, superar la crisis de credibilidad de varias de sus deudas nacionales.

Durante todo el año, la deuda pública griega fue atacada por embates especulativos que generaron un aumento de la prima de riesgo de dicha nación, hasta ponerla al borde de la cesación de pagos, hecho que fue impedido gracias al desembolso de créditos extraordinarios por parte del eje franco-alemán. El constante juego entre el gobierno griego, que apelaba a una mayor cantidad de fondos, y el alemán, que le exigía un mayor ajuste, generó una zozobra acerca del posible default griego que impactó sobre la credibilidad del euro como moneda de reserva de valor. Esto llevó a que la misma retrocediera contra el dólar.

Las corridas especulativas afectaron no sólo a los países dónde más duro golpeó la crisis en su inicio en 2008 (Portugal, Irlanda, Grecia y España), sino también a economías grandes como Italia y Francia, por lo cual estas naciones, y varias otras del continente, sufrieron bajas en la calificación de sus deudas nacionales (lo que lleva a un incremento en las tasas que deben pagar).

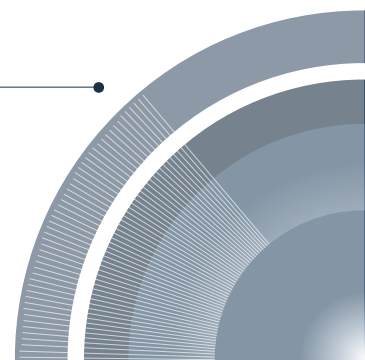
## Turismo

6

El turismo en Europa tuvo un crecimiento significativo en 2011, a pesar de la desaceleración general de la economía, alcanzando un nuevo máximo que superó aquel del año 2008. La llegada de turistas creció un 6% durante el año, respecto al año anterior. Este fue particularmente fuerte en la región Meridional/Mediterránea, que creció un 8,1%, fuertemente impulsada por la preferencia de muchos turistas europeos de cambiar sus vacaciones a esta región en vez de ir a algunos de los países que atravesaron este año por la denominada "Primavera árabe". Otra región que tuvo un importante crecimiento fue Europa Central/Oriental con un incremento del 7,7%.

A pesar de estos resultados alentadores, los últimos meses del año, denotaron una desaceleración (desestacionalizada) de la llegada de turistas, relacionada principalmente con dos factores: la reducción de ingresos de los propios europeos a causa de los planes de ajuste continentales; y los efectos de la crisis de deuda globalizados que han comenzado a afectar a los países periféricos, afectando su capacidad de realizar viajes hacia Europa. Por tanto, se espera que durante el año 2012 la llegada de turistas a Europa disminuya hasta en un 1%. Particularmente, los países de mayor crecimiento fueron los del Báltico: Estonia (+15,6%), Letonia (+20,3%) y Lituania (+20,8%).

Sin embargo, en el notable crecimiento interanual observado en 2011, hay que reconocer que la actividad turística en el año 2010 no fue muy buena, pues, entre otros factores se vio afectada hasta mayo inclusive, por la nube de cenizas que alteró el transporte aéreo principalmente en el Norte de Europa, según la Organización Mundial del Turismo.



## 2.3 Países Asiáticos

### Situación macroeconómica

En Asia se encuentran la segunda y tercera economías más grandes del mundo: China y Japón. El fuerte crecimiento económico en 2011 de China fue impulsado principalmente por la demanda externa de exportaciones a los países centrales. El PIB de China subió un 9,2% durante 2011, pero fue en desaceleración cada trimestre. Debido a una fuerte suba de los precios inmobiliarios y, ante la amenaza de la formación de una burbuja especulativa, el Banco Central subió seis veces los encajes mínimos de los bancos comerciales<sup>1</sup>. Sin embargo, debido a la ralentización de la economía global, sobre fin de año dicha institución los bajó. Finalmente, se consiguió el objetivo de estabilizar el mercado inmobiliario.

Uno de los objetivos principales del Banco Central Chino era contener la aceleración de los precios durante el 2011, lo cual fue cumplido en parte a través de las medidas previamente expuestas. La misma, se ha ido moderando y tras alcanzar un máximo por encima del 6% interanual en julio, ha ido disminuyendo hasta el 4.10% en diciembre, lo que le ha permitido a las autoridades adoptar medidas de apoyo al crecimiento.

Las exportaciones chinas han sufrido la crisis europea, viéndose afectados los envíos hacia dicho continente (no así aquellos dirigidos a Japón y los EE.UU.) Por tanto, el gobierno chino ha comenzado a tomar medidas para fortalecer, como ya hiciera durante el año 2010, la demanda interna y así compensar la caída de la demanda externa.

El crecimiento estuvo apuntalado principalmente por la Inversión y el Consumo Privado. Debido a un aumento imprevisto en la recaudación, el gobierno ya ha lanzado planes de estímulo a través del gasto social, que se esperan, tengan efecto dinamizador sobre la demanda interna.

Por su parte, la economía japonesa se contrajo un 0,9% en 2011, un año marcado por las catástrofes naturales, la fortaleza del yen (lo cual desincentiva las exportaciones) y la anemia del crecimiento mundial.

En todo el año 2011, el PIB de la tercera potencia económica mundial se contrajo un 0,9%, lo cual supone un nuevo año de recesión para el archipiélago después de las caídas registradas en plena crisis financiera internacional en 2008 (-1%) y en 2009 (-5,5%). La recesión marcó una pausa en 2010 (crecimiento del 4,4%), pero ya hacia el final de ese ejercicio se hizo notar una desaceleración del consumo.

El impulso se vio brutalmente cortado por el terremoto y el tsunami del 11 de marzo de 2011, que afectaron la producción industrial durante meses. La catástrofe dejó 19.000 muertos en la zona de Tohoku (noreste) y desencadenó un accidente nuclear en la central de Fukushima Daiichi.

También interrumpió las cadenas de abastecimiento de las industrias, afectando en particular la producción de automóviles y de material electrónico. La producción de los fabricantes de automóviles y de electrónicos cayó en picada en la primavera boreal, precipitando a Japón hacia la recesión. Un programa ambicioso permitió volver a poner en marcha esos sectores estratégicos y retomar la senda del crecimiento durante el verano boreal, pero otros factores frenaron el impulso.

1. Requerimientos mínimos de efectivo que deben mantener como proporción de los depósitos de los clientes.

En el último trimestre de 2011, la contracción del PIB nipón fue del 2,3% respecto al mismo periodo de 2010. Las exportaciones, motor de la actividad industrial nipona, disminuyeron debido sobre todo a las inundaciones en Tailandia, que desorganizaron la cadena productiva de las empresas que se abastecían de repuestos en ese país.

La facturación externa también sufrió el impacto de la crisis de la deuda en Europa y de la fortaleza del yen, considerado como un valor refugio en tiempos de incertidumbre. Sin embargo, el país ha podido mantener su superávit comercial a lo largo del año.

El consumo de los hogares, sin embargo, progresó ligeramente al igual que las inversiones de las empresas (fuera de las inmobiliarias) se dispararon, pero estos factores favorables han sido neutralizados por un recorte del gasto público.

Entre el temblor y finales de año, el Estado nipón adoptó sin embargo tres aumentos presupuestarios que suman más de 18 billones de yenes (unos 180.000 millones de euros), esencialmente para financiar la reconstrucción posterior al desastre. Sin embargo, hasta ahora, estos fondos no han sido liberados en el terreno.

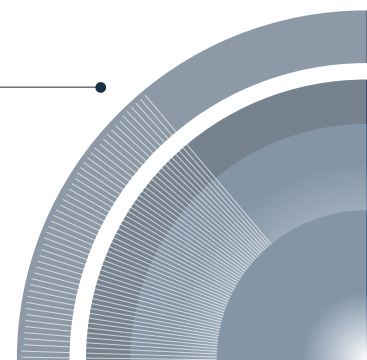
Sobre el fin de año, la creciente deuda pública nipona también ha comenzado a generar dudas acerca de la solvencia del gobierno. Varias de las grandes calificadoras de riesgo han puesto al país bajo la lupa debido a que su deuda más que duplica su PIB (mayor deuda/PIB de los países centrales).

## Turismo

La llegada de turistas a la región "Asia y Pacífico" creció un 5,6% en 2011. Asia del Nordeste (que incluye a Japón) tuvo un crecimiento menor, del 3,5%, debido a la crisis que se iniciara en la nación nipona a partir del terremoto de marzo. Asia del Sudeste (que incluye a China), tuvo un crecimiento muy importante de 9,2%, mientras que Asia Meridional (que incluye a la India) también tuvo un desempeño sobresaliente, con un incremento del 8,9% en el año.

El turismo en Japón tuvo un desempeño paupérrimo durante el año 2011. Las visitas del extranjero cayeron a 6,2 millones de personas, retrocediendo un 27,8% respecto al año 2010, e incluso un 8,4% respecto a 2009. Todo ello se debió a las repercusiones del terremoto que afectó al país en marzo, pero más aún, a la crisis nuclear que sobrevino a dicho evento.

Los visitantes llegaron principalmente de tres países: Corea del Sur (27%), China (17%) y Taiwán (16%). Estos visitantes, así como de todos los demás países, sufrieron importantes bajas respecto al año anterior (entre 20 y 40%). La mayoría de los extranjeros llega a la isla para hacer turismo (69%) y una proporción no menor (18%) lo hace por negocios.



## 2.4 Latinoamérica

### Situación macroeconómica

La región de América Latina y el Caribe creció un 4,6% en 2011, nivel algo inferior al 6,1% del año anterior. La región estuvo propulsada principalmente por nuestro país, con crecimientos importantes en los países más pequeños (como Perú, con un incremento del 6,9%) y aumentos más moderados en los países grandes como México (4,1%) y Brasil (2,9%).

En varios países de la región se ha observado una reprimarización de las exportaciones, principalmente en los grandes (a excepción de la Argentina) debido a la influencia de los altos precios que los commodities vienen teniendo. Esto llevó a una fuerte sobrevaluación del tipo de cambio en algunos países, afectando su competitividad y, por tanto, sus exportaciones no tradicionales.

Sin embargo, una de las razones de que el crecimiento fuera más bajo en el 2011 está relacionada con el hecho que, a partir de las especulaciones que atacaron a la deuda griega y al euro, generaron un retroceso en el nivel de precios de dichos productos. Por otra parte, ya que muchos de los países de la región tienen sus cuentas de capital plenamente abiertas, al producirse la fuga hacia activos financieros seguros que siguió a la crisis griega, afectó a varios de estos países, generando fugas de capitales súbitas que afectaron las tasa de interés y los tipos de cambio.

Brasil, gracias al excelente desempeño de sus exportaciones, a la vez del ingreso de capitales especulativos debido a sus altas tasas de interés, sufrió el ingreso de grandes cantidades de divisas, que en un mercado libre, se tradujeron en una apreciación significativa del Real. Esto llevó a cierta pérdida de competitividad de sus exportaciones menos tradicionales (especialmente industriales de alto valor agregado). Sin embargo, a partir del proceso especulativo nacido de la crisis de deuda griega, muchos de estos capitales golondrinas, escaparon del país, provocando una súbita depreciación de la moneda a partir de agosto, la cual sufrió leves correcciones en meses posteriores, pero que a fin de año alcanzó el 15% de caída en el valor del Real. Al mismo tiempo, para compensar la fuga de capitales, el Banco do Brasil volcó dinero para dar liquidez al mercado, lo cual llevó a una caída en las altas tasas de interés. Sin embargo, a lo largo del año, el promedio subió 1,9 puntos porcentuales (ubicándose en 11,6 p.p. la tasa interbancaria).

Aunque el crecimiento del PIB fue modesto, la disminución del desempleo siguió firme y hubo una contracción de 0,6 p.p. alcanzando en diciembre el 4,7% de la población económicamente activa.

Mientras que la primera mitad del año mostró dificultades para contener los aumentos de precios (incluso a pesar del tipo de cambio sobrevaluado), una vez que la economía comenzó a desacelerarse, la inflación descendió y alcanzó en 2011 un 4,7%.

Por su parte, el sector externo tuvo un dinamismo significativo. Las exportaciones crecieron un 26,8%, mientras que las importaciones lo hicieron 24,5% y así, el saldo comercial aumentó un 47,9% respecto a 2010, alcanzando los 30 mil millones de dólares. Esta actividad comercial tan positiva, combinada con una política

de libre flotación del tipo de cambio, le permitió al Brasil acumular cuantiosas reservas de divisas, que lo protegen de los ataques especulativos.

## Turismo

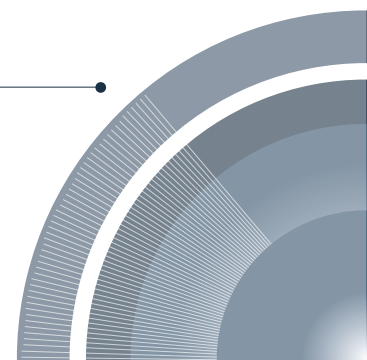
Latinoamérica recibió a 78 millones de visitantes durante el año 2011. El principal receptor fue México con casi 22,6 millones (lo que significó un incremento del 2%), seguido por Argentina con un total superior a los 5,7 millones (+7,5%), y Brasil en el tercer lugar con 5,5 millones (+10%).

Evaluado por regiones, el mejor desempeño lo tuvo Sudamérica con un incremento anual del 10,4% (alcanzó los 26,1 millones de visitantes). Luego le siguieron América Central y el Caribe con 3,7% y 3,6%, respectivamente.

En México, el sector sufrió la desaceleración de la economía estadounidense (su principal fuente de turistas extranjeros), pero sin embargo, supo desarrollar productos alternativos para paliar en parte la contracción. Así fue que el turismo salud recibió cerca de 100.000 ciudadanos de los EE.UU. Este rubro creció un 25% respecto al año anterior. En total, los visitantes de dicha nación retrocedieron un 3% durante 2011.

Por su parte, el gasto promedio por turista fue de U\$S 157,7 por día, valor un 7% superior al del año anterior. Pese a la crisis en Europa, hubo incrementos para varias naciones de dicho continente, entre ellas Rusia (+55%), Italia (+13%) y Francia (+10%). En el caso de Canadá, segundo mercado más importante para México, mostró un repunte del 7% con 1,5 millones de visitantes. Durante 2011, el sector siguió siendo la tercera fuente de divisas más importante del país.

Brasil, por su parte, sufrió durante 2011 una fuerte apreciación cambiaria, que sin embargo, no afectó negativamente el ingreso de turistas, ni tampoco su gasto. El turismo generó un ingreso de 6,8 mil millones de dólares (+15,3%, respecto 2010). El año 2011, representó un nuevo record máximo de llegada de visitantes extranjeros y se espera que esta cifra vaya en aumento sostenido hasta alcanzar los grandes hitos deportivos que se avecinan como la Copa del Mundo FIFA del 2014 y los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro 2016.



### 3. SITUACIÓN MACROECONÓMICA NACIONAL

El balance de la coyuntura económica argentina para el 2011 resulta positivo. El crecimiento de la economía fue del 8,9%, ubicando al país en el segundo lugar, detrás de China, entre los países del G-20 que más crecieron en 2011.

A diferencia de lo ocurrido durante 2010, cuando el nivel de actividad era sostenido por los sectores productores de bienes, en 2011 el crecimiento fue impulsado más fuertemente por los sectores productores de servicios (9,4% de crecimiento), liderados por el extraordinario desempeño del sector financiero (19,9%) y comercial (16,2%). En este contexto, el sector Hoteles y Restaurantes creció un 7,9% en 2011, es decir 0,6 p.p. por encima del año anterior. En tanto, el comercio, fundamentado en la potencia de la demanda interna, tuvo un desenvolvimiento extraordinario con tasas de dos dígitos a lo largo de todo el año.

El año tuvo un excelente arranque promovido por la inercia que empujaba la producción desde el año 2010. Luego, con la llegada de la crisis europea, el contagio internacional se dio, no de forma directa, sino a través de los principales socios comerciales y muy particularmente, a través del Brasil. La caída en la demanda de productos industriales por parte del vecino país, comenzó a afectar la producción nacional y las exportaciones a partir de mayo y, hasta octubre, hubo un estancamiento que desde entonces comenzó a mejorar.

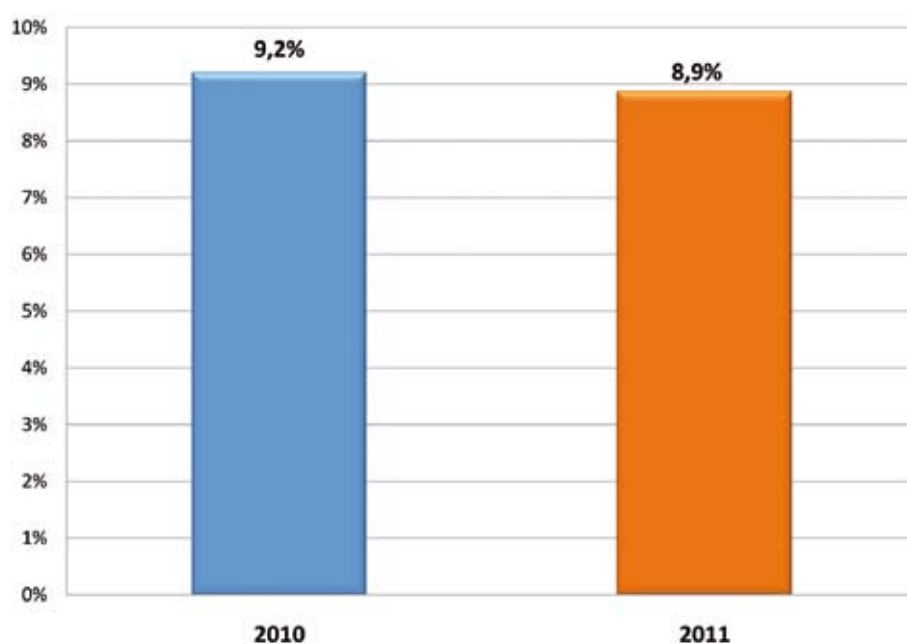
En contraposición a esto, el comercio, fundamentado en la potencia de la demanda interna, tuvo un desenvolvimiento extraordinario con tasas de dos dígitos a lo largo de todo el año. La inversión fue un año más, uno de los pilares del crecimiento, principalmente apuntalada por la obra pública.

### 3.1 Actividad y Precios

El año 2011 comenzó con mucha fuerza, apuntalado principalmente por la producción industrial y en particular la automotriz. Sin embargo, se fue produciendo a lo largo del año una leve desaceleración como consecuencia de la caída en la demanda de productos de exportación industrial debido al recrudecimiento de la crisis externa. El agro tuvo una excelente campaña 2010/2011 y el comercio batió todos los records.

La expansión del Producto Interno Bruto (PIB) en 2011 fue del 8,9%, lo que demuestra una excelente performance en un año en que la mayor parte del mundo demostró tasas mucho menores, y permitió a la Argentina ubicarse segunda sólo por detrás de China entre los países del G-20.

Gráfico 2. Tasa de crecimiento anual del PIB. En porcentaje.



Fuente: INDEC

Esta nueva etapa de auge está sostenida por un fuerte crecimiento en la inversión y las importaciones, relegando a un segundo plano el papel que había jugado en períodos pasados el impulso dado por la demanda externa (exportaciones) debido a la nueva fase de la crisis internacional. Este hecho es de gran importancia ya que la inversión tiene el efecto de incrementar la demanda actual pero a la vez significa una ampliación de la oferta en el futuro, lo que ayuda a aliviar las presiones inflacionarias al asegurar un cierto nivel de producción a mediano plazo, además de garantizar la generación de empleo.

El año 2011, según el IPC-GBA que mide el INDEC, registró una inflación del 9,4% respecto a diciembre de 2010.<sup>2</sup> La misma mostró una leve desaceleración respecto al año 2010. En términos generales, la inflación argentina tiene como protagonista a los precios de los bienes que aumentaron en el período un 10,4% contra un 8,3% de los servicios.

Otro rasgo distintivo de 2011 es la dinámica sectorial: a diferencia de lo ocurrido durante 2010, cuando el nivel de actividad era sostenido por los sectores productores de bienes, en 2011, y como ocurriera en 2009, el crecimiento es impulsado más fuertemente por los sectores productores de servicios (9,4% de crecimiento), liderados por el extraordinario desempeño del sector financiero (19,9%) y comercio (16,2%). En este contexto, el sector Hoteles y Restaurantes creció un 7,9% en 2011, levemente por debajo del promedio del sector servicios, pero sin embargo, 0,6 p.p. por encima del año anterior.

Si desagregamos el crecimiento por sectores analizando el producto desde el lado de la oferta, se observa que a diferencia del discurso del sentido común que ubica en los sectores primarios el origen del buen momento que atravesó nuestro país en 2011, las estadísticas demuestran que sucede algo bastante diferente a ello. De hecho, durante los últimos doce meses, el sector Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura se contrajo en un 3,3%, mientras Pesca lo hizo en un 2,3% y la explotación de Minas y Canteras lo hizo en un 5,4%. Todo ello evidencia que estos sectores han tenido una tendencia muy poco dinámica respecto al desarrollo global de la economía.

Por el contrario, los sectores de Construcción, Industria y Servicios, como mencionamos más arriba, han sido los grandes protagonistas de otro año de alto crecimiento en nuestro país.

La construcción ha tenido un año de extraordinario desempeño apuntalado por una dinámica expansiva iniciada a mediados del año 2010, al finalizar la primera ola de la crisis económica internacional. Desde entonces ha sido un sector pujante y durante el tercer trimestre del presente año ha acumulado un crecimiento interanual del 10,5%.

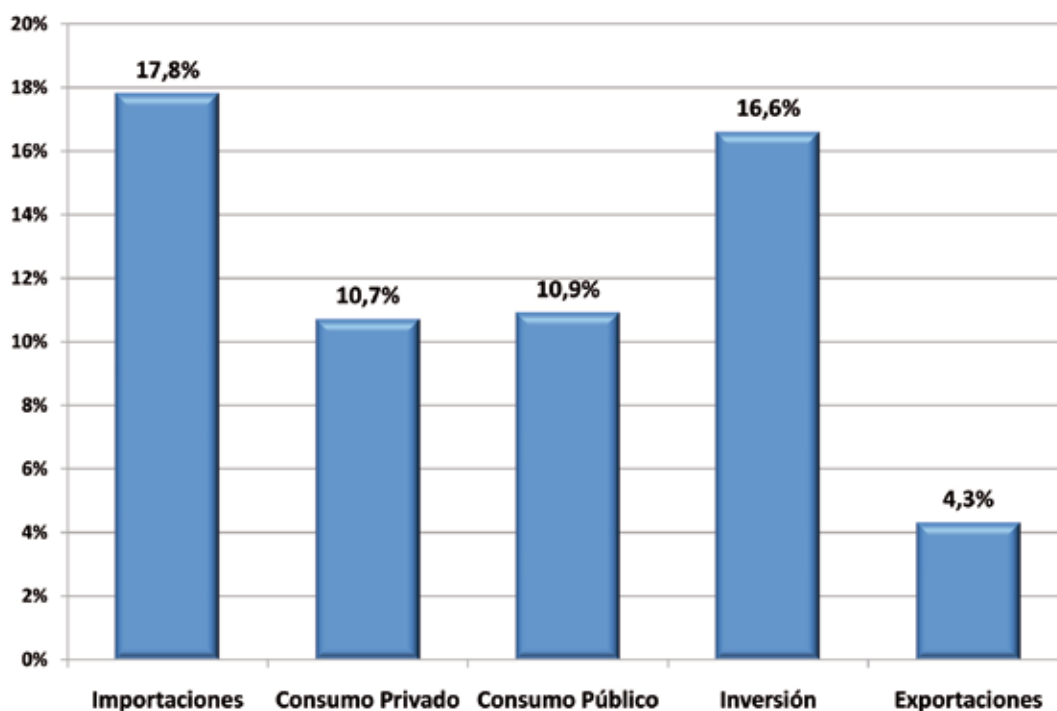
Por su parte, la Industria ha sido la otra gran destacada del sector bienes. Con un crecimiento sostenido desde el comienzo del año (que se ha ralentizado algo desde la caída en la demanda de productos desde Brasil a partir de la nueva ola de la crisis), en los últimos doce meses el sector ha generado un crecimiento sobresaliente del 10,8%.

---

2. Fuente: INDEC

No es de sorprender que dentro del sector Servicios uno de los más destacados haya sido el de Comercio. Así, como ya todos los indicadores del Comercio (ventas en supermercados, centros de compras y de electrodomésticos y artículos para el hogar) venían mostrando a lo largo del año, este sector ha crecido de forma significativa alcanzando un 16,1% interanual. Esto se sustenta fundamentalmente en las políticas públicas que promueven el mercado interno.

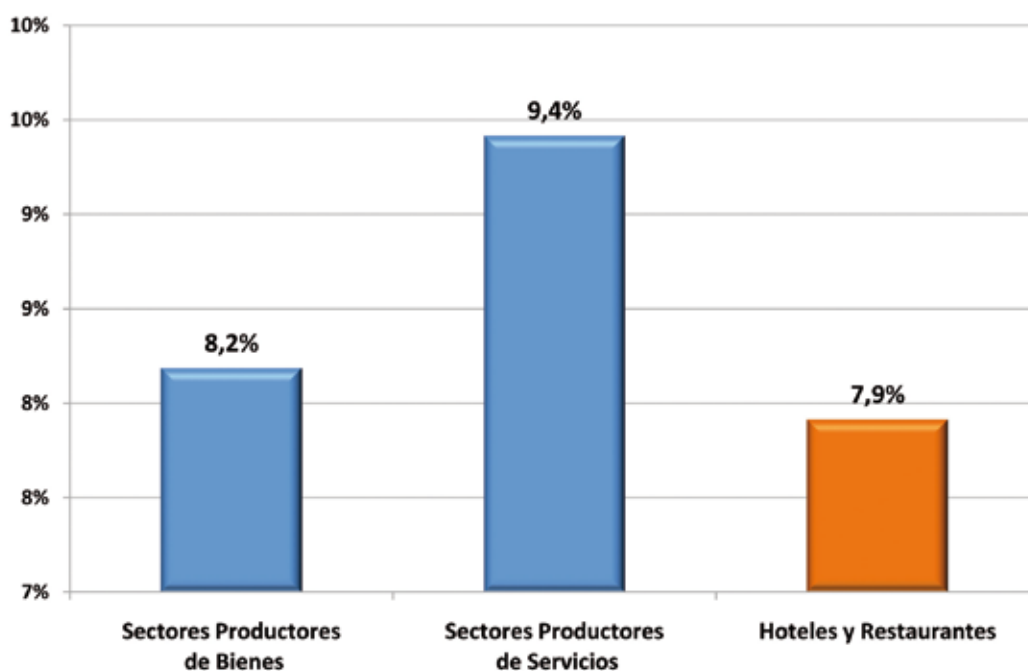
Gráfico 3. Evolución de los componentes del PIB. Variación porcentual anual



Fuente: INDEC

Ahora, si se analiza el crecimiento del PIB desde el lado de la demanda, observamos el destacado papel que viene teniendo la Inversión Bruta Interna Fija (IBIF). Durante el tercer trimestre de este año la misma representó el 26,2% del PIB (contra el 24,6% del año anterior). La inversión sigue creciendo de forma sostenida desde el año 2003 y se acerca al parámetro fijado por el Plan Industrial 2020. Esto permite ampliar la capacidad instalada de la economía y seguir creciendo en el futuro. Su aumento Interanual fue del 16,6%.

**Gráfico 4. Evolución sectorial – Variación porcentual anual**



Fuente: INDEC

Por su parte, también se produjo un gran aumento del consumo privado. El mismo creció un 10,7% en los últimos doce meses. En este período, llega a representar el 65,7% del PIB. Como destacamos previamente, esta variable está directamente relacionada con los efectos directos e indirectos de varias de las principales políticas públicas del gobierno nacional, tales como la facilitación del crédito, la Asignación Universal por Hijo y los altos niveles de consumo e inversión públicos, así como la activación y promoción de la celebración de convenios colectivos.

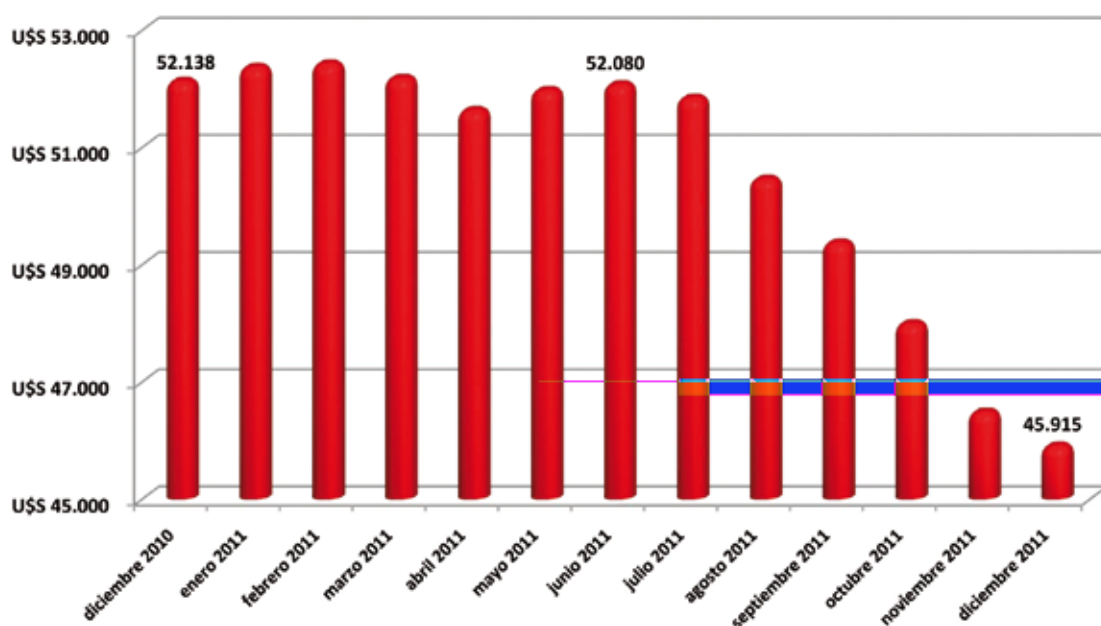
### 3.2 Sector Monetario y Tipo de Cambio Real. La Competitividad

Ya hemos analizado el desarrollo positivo del sector externo del país a lo largo del 2011, en la presente sección nos proponemos vincular los resultados en el sector externo tanto del saldo comercial, con el sector monetario y la tan comúnmente evocada “competitividad”.

El superávit comercial argentino (analizado anteriormente) se presenta a lo largo del 2011 como un resultado producto del actual modelo de crecimiento característico de la post-convertibilidad. Dicho superávit podría considerarse como uno de los objetivos básicos de la actual política macroeconómica. Superar la brecha externa, es decir conseguir el saldo positivo de divisas que permitan al país acumular las reservas necesarias para la compra de insumos y bienes de capital como también el desendeudamiento externo se hace posible a partir de una de las condiciones más relevantes del actual proceso: la política monetaria.

Durante 2011, los principales lineamientos de política monetaria pasaron por la contención de la fuga de reservas, la sustentación de una oferta monetaria y el tipo de cambio que promueva el crecimiento del consumo y del salario real, la ampliación del crédito destinado a la producción y el pago de deuda pública con reservas.

Gráfico 5. Evolución de las Reservas Internacionales



Fuente: Elaboración propia en base a datos del BCRA.

El tipo de cambio competitivo consiste en la defensa desde el mercado de divisas de un tipo de cambio real depreciado que posicione e inserte a la producción nacional en los mercados internacionales, ya sea tanto de bienes y servicios exportables tradicionales (commodities), como de las exportaciones no tradicionales, como la actividad turística.

Para intervenir en el mercado de divisas, realizando estas grandes compras de dólares, el BCRA debe emitir pesos, esto evita además la apreciación del peso quitando dólares del mercado y regulando de esa forma el tipo de cambio.

Sin embargo, el problema que la compra de dólares a través de la emisión puede acarrear es el riesgo inflacionario por un exceso de dinero (pesos) inyectados en el mercado. La técnica de esterilización<sup>3</sup> permite realizar dichas compras evitando el exceso de dinero en la economía. Esta técnica de esterilización permite por lo tanto acumular las reservas del superávit comercial, defender un tipo de cambio deseado y controlar los agregados monetarios (sostener una política monetaria).

Como la apreciación real cambiaria es el mayor riesgo de pérdida de competitividad que enfrenta la economía nacional y una de las principales preocupaciones de todo sector vinculado, principalmente, a la venta de bienes o servicios al exterior, encontramos necesario analizar la evolución del Tipo de Cambio Real Multilateral (TCRM).

El Tipo de Cambio Real Multilateral (TCRM) es el precio relativo de los bienes y servicios de una economía con respecto a los de un grupo de países con los cuales se realizan transacciones comerciales. Es “real” porque no sólo toma en cuenta las variaciones en el tipo de cambio sino que también incorpora las variaciones en los precios locales y extranjeros. Asimismo, es “multilateral” porque toma en cuenta a un conjunto de países extranjeros. Si bien es práctica común en nuestro país mirar la evolución del dólar estadounidense con respecto al peso como consecuencia de la conocida historia inflacionaria, las fluctuaciones del dólar y de la inflación estadounidense explican sólo una pequeña parte de los cambios en la competitividad de la economía argentina. Los cambios del valor del peso contra las monedas de los restantes socios comerciales y las inflaciones de éstos también deben ser tenidos en cuenta para evaluar la competitividad.

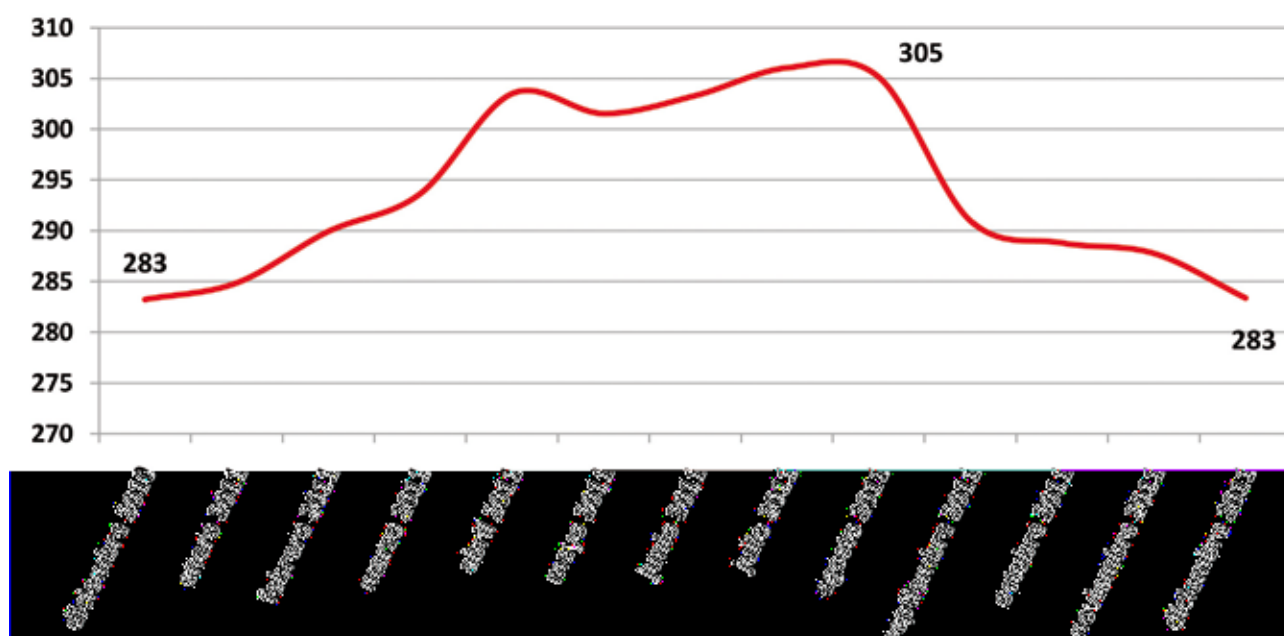
Este índice muestra la evolución de la competitividad de la Argentina medida en términos del valor de la moneda local respecto de sus principales socios comerciales. El aumento del tipo de cambio real (devaluación) mejora en términos relativos el poder adquisitivo de los extranjeros, y por tanto tienen el efecto de abaratar los bienes y servicios producidos en Argentina. En otros términos, nuestro país gana competitividad al devaluarse el peso argentino en términos reales. En dicho caso, los turistas internacionales se verían más incentivados a viajar hacia nuestro país como consecuencia del mayor poder de compra de sus ingresos. Al mismo tiempo, los residentes argentinos se verían desincentivados a hacer turismo en el exterior. Por lo tanto la devaluación real tiene el efecto de aumentar el turismo receptivo y disminuir el turismo emisivo.

3. La esterilización consiste en la venta de títulos emitidos por el BC que absorba los pesos excedentes. El banco central quita de esta forma circulante del mercado a cambio de títulos (Lebacs y Nobacs) que devenguen intereses para sus tenedores. De esta forma, se concreta la acumulación de reservas internacionales sin que existan presiones inflacionarias por emisión monetaria.

En el Gráfico siguiente se presenta la serie del TCRM que elabora el Ministerio de Economía<sup>4</sup> para el conjunto de bienes comercializables.

Si observamos la serie anual 2011 del tipo de cambio real multilateral elaborado por el Ministerio de Economía<sup>5</sup> (comercial) es posible afirmar que durante el 2011 hubo dos momentos claves. Uno, que fue una continuación de una permanente ganancia de competitividad que provenía de una dinámica iniciada en 2010 y otra, a partir de la depreciación del Real en agosto, como consecuencia de la crisis internacional. Así, a partir de ese momento, debido a la significación que tiene Brasil en el comercio internacional de la Argentina, se produce una apreciación real del tipo de cambio tal, que a fines de año, toda la competitividad ganada fue perdida, aunque colocándose en el mismo lugar que a comienzos de año.

**Gráfico 6. Evolución Tipo de Cambio Real Multilateral**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del BCRA.

4. El índice del tipo de Cambio Real Multilateral elaborado por el Ministerio de Economía incorpora los socios comerciales: Estados Unidos, Brasil y Europa.

5. El índice del Tipo de Cambio Real Multilateral elaborado por el Ministerio de Economía pondera a los socios comerciales según su peso relativo sobre el total del comercio internacional. El índice del Tipo de Cambio Real Multilateral del Turismo elaborado por el Ministerio de Turismo pondera a los socios comerciales según su participación relativa sobre el total del turismo receptivo y emisivo.

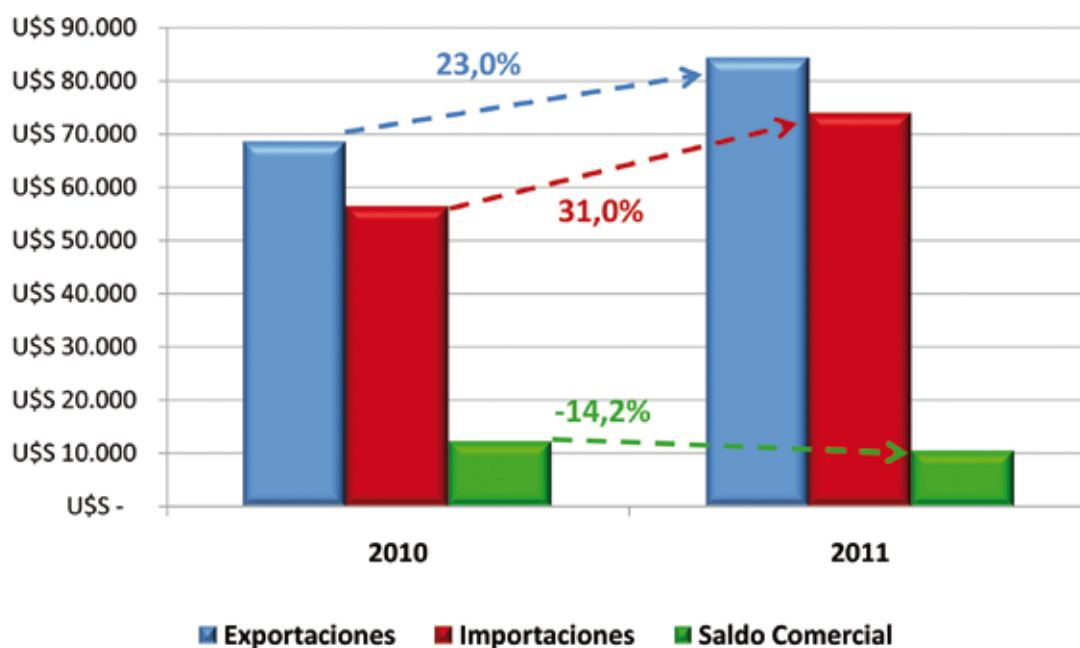
### 3.3 Sector Externo, Saldo Comercial y la Generación de Divisas del Turismo

El superávit comercial argentino al cierre del 2011 alcanzó los 10.348 millones de dólares, aunque el crecimiento de las importaciones por sobre el de las exportaciones hizo que se produzca una disminución del superávit del 14,2% respecto al 2010 (Las exportaciones argentinas para el 2011 crecieron un 23,0% respecto al 2010 mientras que las importaciones lo hicieron un 31,0%).

Dado el contexto de crecimiento sostenido que experimenta el país, la dependencia nacional de ciertas importaciones claves (bienes de capital e insumos industriales) se manifiesta en un ritmo de crecimiento de las importaciones mayor al crecimiento global. Por su parte, los principales factores que explican el crecimiento de las exportaciones de los últimos años son las políticas de promoción y un contexto internacional favorable a los productos de exportación argentinos, a pesar que el crecimiento en los precios de los commodities no fuera en 2011 tan fuerte como en el año 2010. Sin embargo, la economía ha sabido apuntalar mercados de exportaciones de bienes manufacturados.

El incremento en las exportaciones se explica principalmente por el aumento de los precios (16%) y en menor medida por el aumento de las cantidades de estos bienes importados (6%).

**Gráfico 7. Exportaciones, Importaciones y Saldo Comercial acumulado.**  
En millones de dólares y variación interanual.



Fuente: INDEC

Durante el año 2011, la base de las exportaciones fueron los productos industriales de base naturalmente competitiva (agroindustria e industria petroquímica), así como las de alta protección comercial (automotriz). Desde ya, los granos fueron otro ítem fuerte del conjunto de exportaciones, gracias a una excelente cosecha

2010/2011. Sin embargo, el rubro que demostró un retroceso importante ha sido el de energía y combustibles. Debido a la creciente demanda de estas fuentes de energía por parte de nuestra economía, es lógico que el saldo exportable sea cada vez menor, si no se hacen las inversiones necesarias para expandir la frontera productiva.

Las ventas externas de las ramas relacionadas a la producción Agrícola y Alimentos Preparados explicaron un 62% del crecimiento de las exportaciones en 2011. Dentro de este segmento se destacaron las exportaciones de cereales (Trigo, Maíz y Cebada,) que crecieron un 76%. Le siguieron en importancia los envíos de Grasas y Aceites (Aceite de Soja y Girasol), Residuos y Desperdicios de la Industria Alimenticia (Harina y Pellets de Soja) y Productos Lácteos. Estos productos en su conjunto dieron cuenta del 41% del incremento en los envíos de alimentos al exterior en 2011. Cabe mencionar para el caso de los derivados de la soja, que el buen desempeño estuvo más relacionado a una dinámica favorable de los precios que de las cantidades.

Otro de los sectores que mostró un buen dinamismo fue el automotriz que, junto con la rama de la Química explicaron un 21% del crecimiento de las exportaciones. Los envíos de Vehículos Automóviles Terrestres crecieron un 28%. En el caso de los productos químicos, su desempeño (+27,7%) estuvo sustentado principalmente en las ventas de Biodiesel: en 2011 las exportaciones de este producto crecieron un 70%.

Finalmente, las exportaciones energéticas (Combustible y Energía) fue el rubro cuyas ventas externas mostraron menor dinamismo en el año, registrando una contracción del 6,8%. Esto se explica por la disminución en las cantidades de Petróleo crudo y Carburantes (Fuel Oil, Gasolinas -excluidas la de aviación-, etc.). La disminución en los volúmenes enviados fue parcialmente compensada por un aumento en los precios, de lo contrario la retracción de las exportaciones de esta categoría hubiese sido mayor. Por su parte, el crecimiento de las importaciones fue contenido en parte a través del aumento a las regulaciones de su ingreso a través de la generalización de las licencias no automáticas.

En segundo lugar el crecimiento específico de la producción manufacturera tuvo como consecuencia mayores adquisiciones de bienes intermedios (29%), suministros de repuestos de bienes de capital (19%) y bienes de capital (20%). Esto dejó al consumo sólo un 11%. Se destaca el incremento en la importación de derivados de hidrocarburos: Combustibles y lubricantes que alcanzaron el 13%. Anteriormente, la Argentina exportaba mucho e importaba poco de este rubro.

Las compras al exterior ascendieron en 2011 a 73.922 millones de dólares, esta cifra representa un incremento respecto 2010 del 31% que se explica principalmente por el incremento de las cantidades (19%) y en menor medida por el aumento de los precios de estos bienes importados (10%).

## El dinamismo del sector turismo en la generación de divisas.

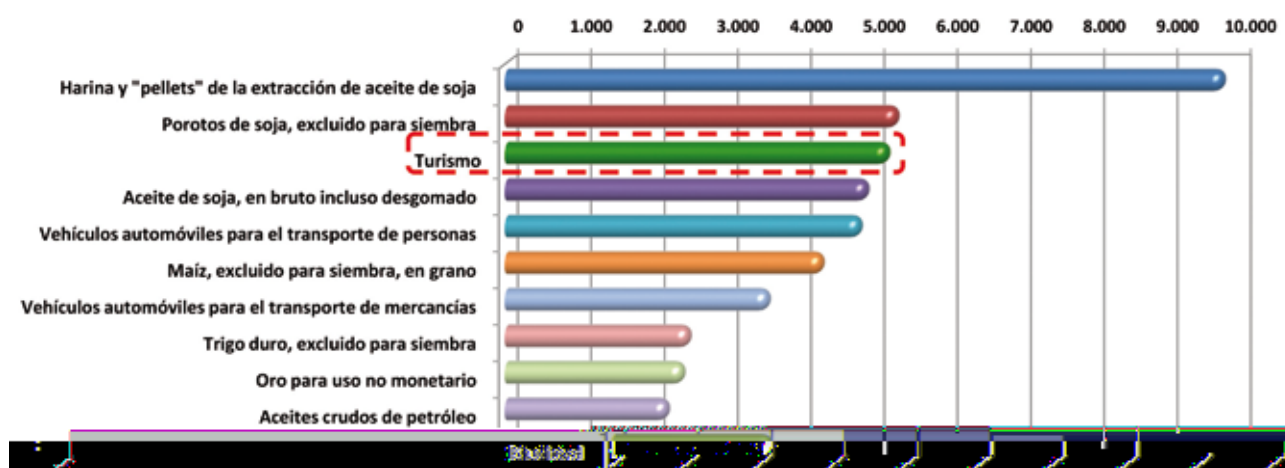
El turismo se presenta como la exportación no tradicional de mayor auge en los últimos años. Si bien su crecimiento se manifiesta hace años, dadas las posibilidades y atracciones que el país ofrece a precios realmente competitivos a nivel mundial, se destaca el desempeño del sector en este último año. Es más, en 2011 se consolidó la posición argentina como principal país receptor de turistas extranjeros en el subcontinente sudamericano.

Si comparamos la generación de divisas del sector turismo del último año observamos que su crecimiento respecto del 2010 fue, sin embargo, la mitad del crecimiento del total de las exportaciones de bienes. Mientras el incremento de las exportaciones respecto al 2010 es del 23%, la generación de divisas en concepto del gasto de turistas<sup>6</sup> no residentes creció un 12%.

En relación a los principales productos de las exportaciones nacionales para el año 2011, podemos observar que Turismo presenta una relevancia destacable, ubicándose en el tercer lugar de los primeros 10 productos exportables generadores de divisas. El sector generó para el 2011, U\$S 5.211 millones y fue superado por la venta externa de los productos derivado de la soja: harina y pellets de extracción de aceite de soja (U\$S 9.789 millones) y los porotos de soja (U\$S 5.335 millones).

La generación de divisas del Turismo supera incluso las exportaciones de aceite de soja y de vehículos. Queda claro así, que el turismo se ha vuelto un sector clave y estratégico de la economía argentina y es por ello que ha ganado tanta visibilidad por parte del gobierno federal, principalmente a partir de la creación del Ministerio de Turismo en el año 2010.

**Gráfico 8. Principales productos de exportación.  
Generación de divisas. En millones de dólares.**



Fuente: INDEC

6. Según estimaciones del Ministerio de Turismo para el IV trimestre del año 2011.

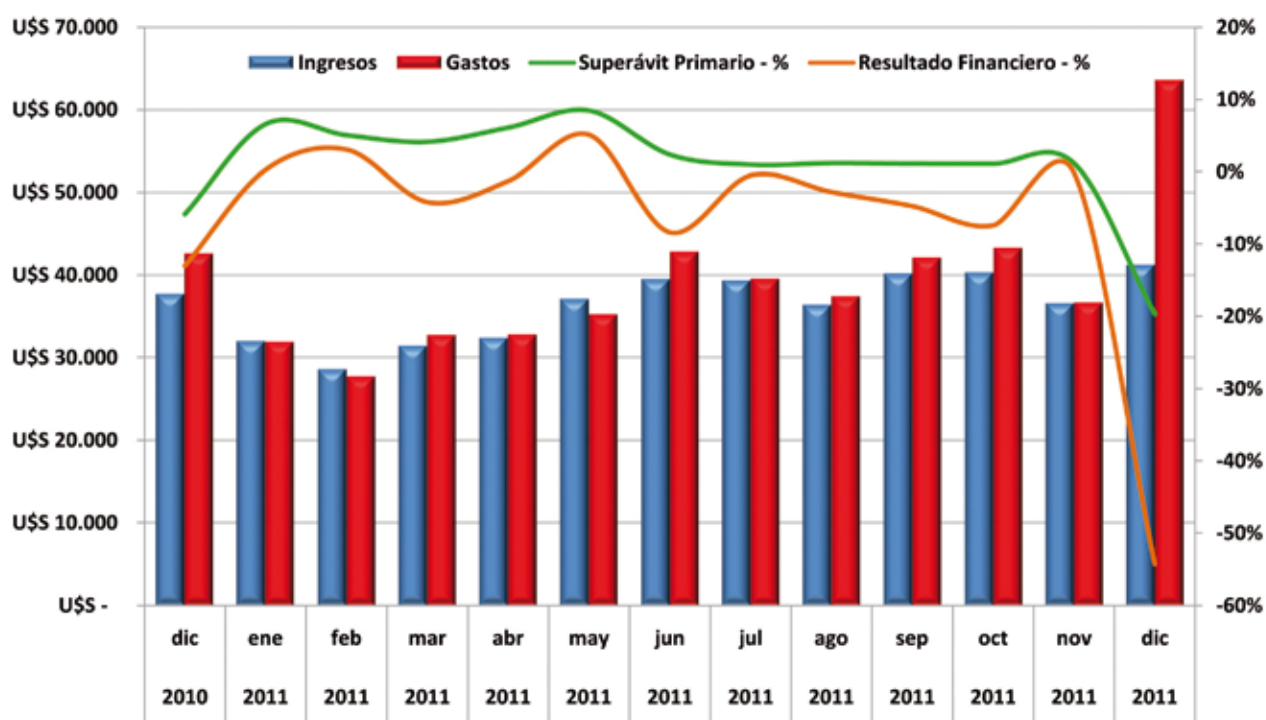
### 3.4 Sector Fiscal

#### Ingresos y gastos

En el año 2011, los gastos han sido superiores en promedio a los ingresos del gobierno nacional. Esto ha llevado a que el fisco se encuentre en déficit durante dicho período de tiempo. Sin embargo, si comparamos el resultado primario<sup>7</sup> con el resultado financiero, se aprecia que su diferencia, el pago de servicio de la deuda, es lo que genera la caída en déficit. Sin embargo, los números de diciembre han generado un desajuste significativo. Durante dicho mes, los gastos fueron 50% mayores a los ingresos lo que llevó a un déficit financiero del 54% y un primario del 20%.

En diciembre el déficit primario asciende a \$8.113 millones, mientras que el financiero fue de \$22.354 millones. Esto representa una caída interanual del 268,3% en el resultado primario respecto al mismo mes del año 2010, y un retroceso del 356,0% del resultado financiero.

Gráfico 9. Ingresos, Gastos y Superávit Primario.  
Resultado Financiero como porcentaje de los Ingresos.



Fuente: MECON

7. Ingresos menos gastos antes de los pagos de servicios de deuda externa.

Esta caída en el déficit financiero se relaciona no solamente con una importante expansión del gasto por encima de los ingresos, sino con un capítulo en particular: pago de intereses y amortizaciones de la deuda. Durante el año 2011 y principalmente durante el 2012, el pago de la deuda externa significa un peso importante dentro de los desembolsos de la cartera financiera nacional. Esto, junto con la reducción del stock de reservas, enciende algunas alertas que muestran las restricciones en materia de política pública que se le presentarán al gobierno debido a no contar como hasta ahora con el mismo nivel de soltura para guiar el proceso económico.

Pero además de esto, el mes de diciembre fue deficitario en el resultado primario debido a que es un mes de altos gastos en salarios y servicios previsionales, debido al pago de aguinaldos y aumentos programados por convenios colectivos. De todas formas, se observa, que en el mes de diciembre hubo un gran aumento generalizado de los gastos públicos.

En el previo gráfico se observa que de forma sistemática, durante el 2011, el Resultado Financiero se ha ubicado en el terreno deficitario, siendo en el mes de diciembre el de mayor déficit presentado. Por otra parte, para los últimos 12 meses, el mismo representó un 7,1% de los ingresos. Estos niveles merecen cierto grado de atención, si bien no es de esperar que se vuelva sistemático, debido a que no todos los meses tienen vencimientos de deuda tan pesados.

De esta forma, mientras que en el año 2010 el Resultado Financiero<sup>8</sup> había arrojado un superávit del 0,9%, este año se produjo un déficit del 7,1%. Por su parte, el Resultado Primario pasó de un superávit del 7,2% en 2010 a uno de 1,1% en 2011. Ello se debe a que los ingresos fiscales del estado federal crecieron en el año a un ritmo del 24,1%, mientras que los gastos lo hicieron a un 34,0%.

---

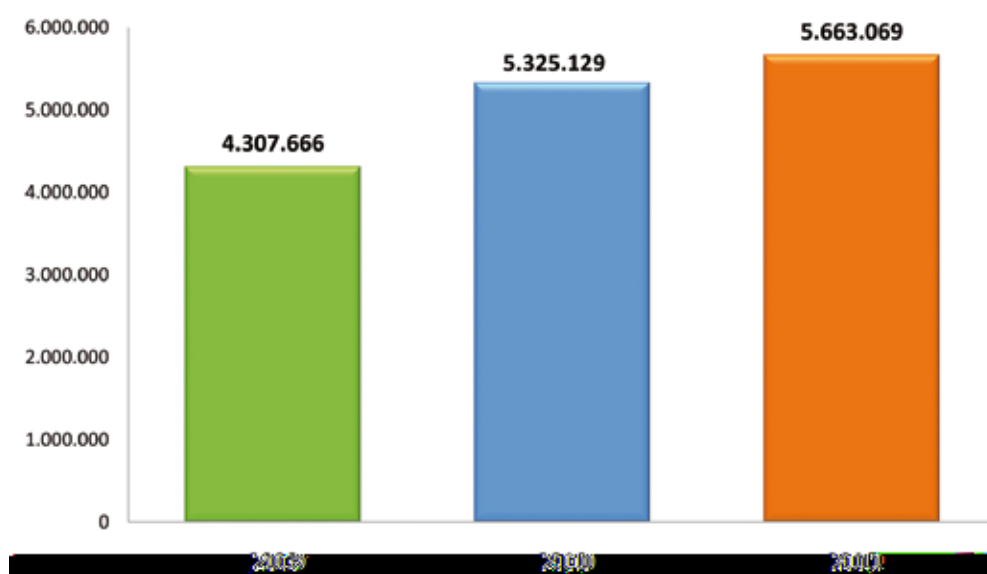
8. El análisis se genera con Ingresos y Gastos antes de las Contribuciones Figurativas.

## 4. SITUACIÓN DEL TURISMO

### 4.1 El turismo receptivo

La estimación de los arribos turísticos de no residentes a la Argentina a través de todas las vías de ingreso<sup>9</sup> arroja un total de 5.663.069 turistas, cifra que significa un nuevo récord, superando en un 6,3% a la cantidad observada en 2010.

Gráfico 10. Arribos turísticos internacionales. En cantidad de turistas. 2009-2011

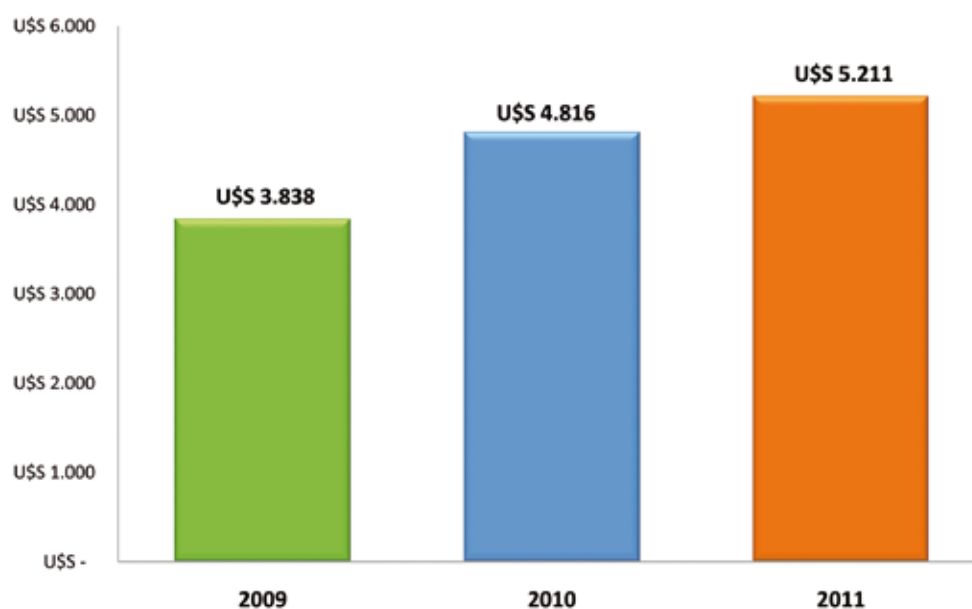


Fuente: Observatorio MINTUR/INDEC

9. Debido a que al momento de confeccionar el presente informe sólo se contaba con información desagregada respecto al gasto y al origen de los visitantes hasta el tercer trimestre, dichos análisis reflejan variaciones interanuales de los primeros tres trimestres del año 2011, respecto mismo período del año 2010.

En cuanto al ingreso de divisas, la evolución en 2011 arroja un incremento aún mayor que el correspondiente a la llegada de turistas, aumentando un 8,2% respecto de 2010 y alcanzando el récord de U\$S 5.211 millones.

Gráfico 11. Ingreso de divisas por turismo receptivo. En millones de dólares. 2009-2011



Fuente: MINTUR/INDEC

Tabla 1: Principales Indicadores del turismo receptivo. 2009-2011

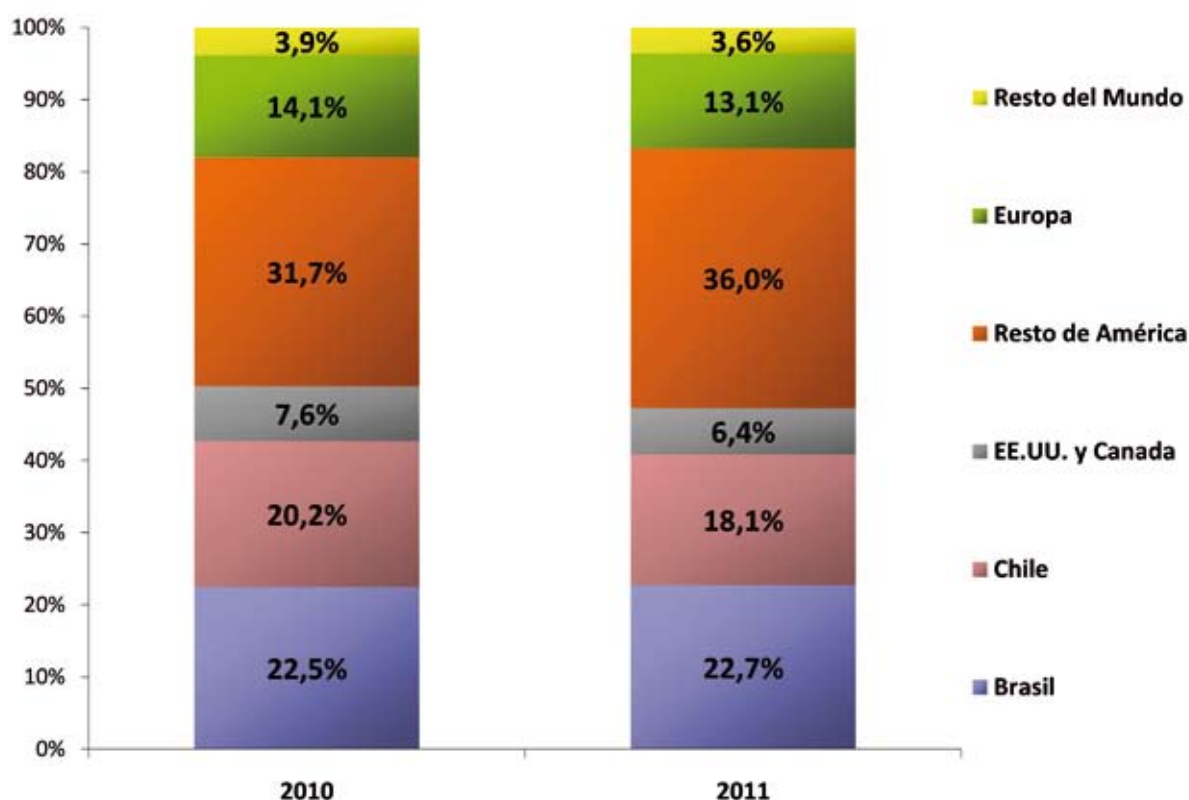
| Indicador                                                         | 2009       | 2010       | 2011       | Variación interanual 2011 vs 2010 | Variación interanual 2011 vs 2009 |
|-------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Movimiento de Turistas</b>                                     |            |            |            |                                   |                                   |
| Arribos de turistas no residentes                                 | 4.307.666  | 5.325.129  | 5.663.069  | 6,3%                              | 31,5%                             |
| <b>Ingreso de divisas</b>                                         |            |            |            |                                   |                                   |
| Ingreso de divisas por turismo receptivo (en millones de dólares) | U\$S 3.838 | U\$S 4.816 | U\$S 5.211 | 8,2%                              | 36,0%                             |

Fuente: MINTUR/INDEC

Durante el 2011 creció la llegada de turistas brasileños, quienes además ostentan el primer puesto en el gasto promedio. Sin embargo, el mercado Europeo mantiene una gran relevancia, a pesar de su relativamente bajo gasto promedio diario, ya que se destaca en este caso la duración de la permanencia. Por su parte, Estados Unidos y Canadá se ubica en una posición intermedia en todas las variables: es un mercado relevante en cuanto al volumen de turistas y se posiciona en segundo lugar en cuanto a la estadía y gasto diario promedio.

Es destacable la relevancia creciente de los países latinoamericanos como mercados emisores de turistas, destacándose principalmente Brasil y Chile, con una participación en el mercado del 22,7% y 18,1% respectivamente. Entre ambos países se explica más del 40% de las llegadas de turistas no residentes a la Argentina. Por otro parte, los países del resto de América Latina de conjunto explican el 36% de las llegadas. Por último, el continente Europeo con una participación del 13,1% que si bien en disminución, sigue siendo un componente importante.

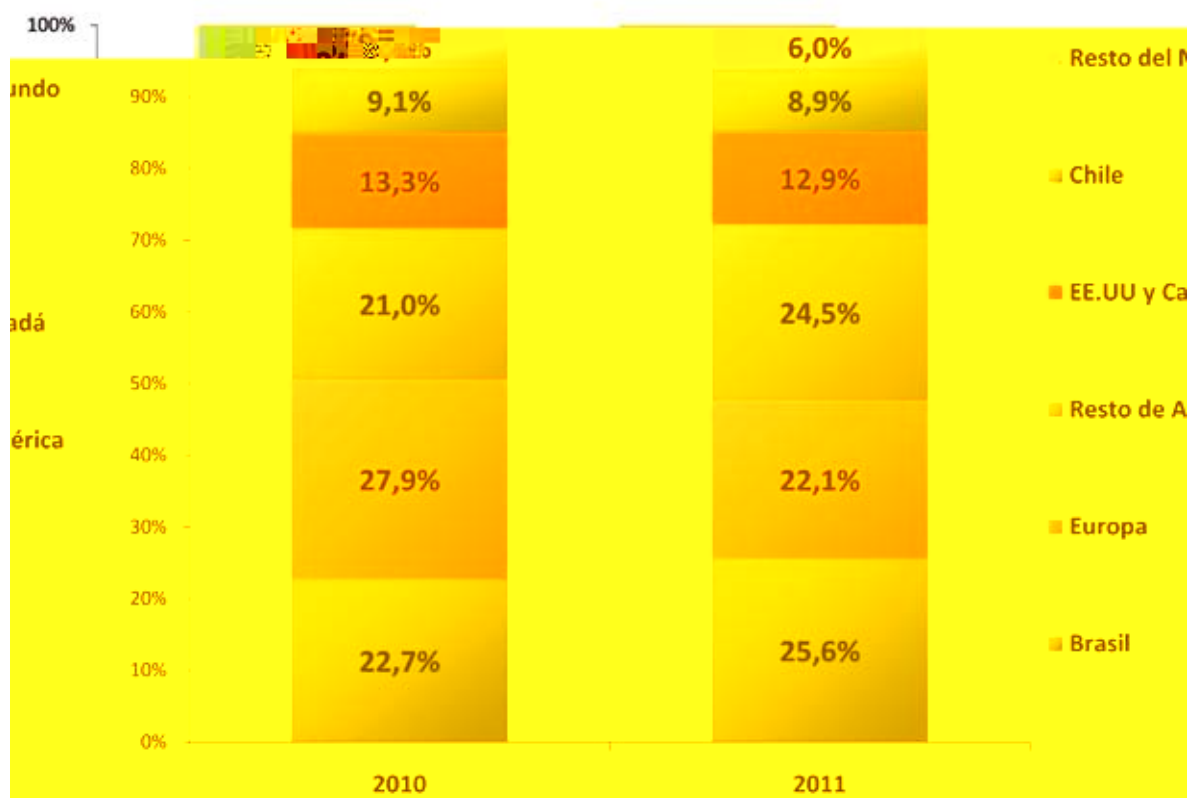
**Gráfico 12. Participación de mercado según lugar de residencia de los extranjeros.  
2010-2011. Todas las vías de ingreso.**



Fuente: MINTUR/INDEC

Al desagregar el gasto total de los turistas no residentes por país de origen, se observa una clara preponderancia de los turistas brasileños. Su participación total del gasto pasó del 22,7% al 25,6%. Además, gana peso la participación en el gasto de los países del resto de América que pasaron del 21% al 24,5%.

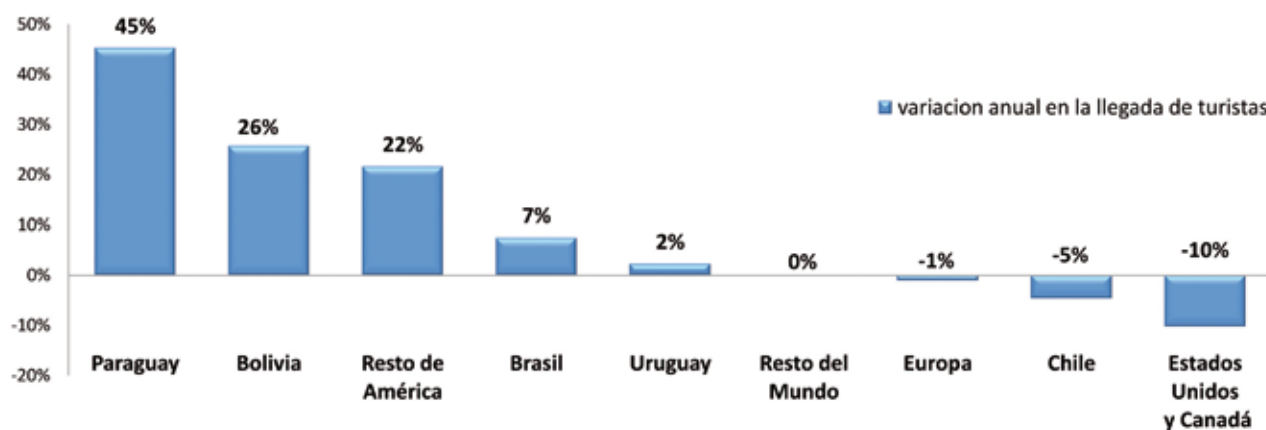
**Gráfico 13. Participación en el gasto de turistas no residentes.  
2010-2011. Todas las vías de ingreso.**



Fuente: MINTUR/INDEC

Asimismo, la llegada de turistas de la región también se destaca por su dinamismo. El incremento en los arribos provenientes de Paraguay y Bolivia fue de 45,2% y 25,7% respectivamente, contrastando con los bajos aumentos en la afluencia de turistas de origen Europeo y Norteamericano (-1,1% y -10,2% respectivamente).

Gráfico 14. Tasa de crecimiento anual de turistas internacionales según país de origen. 2010-2011

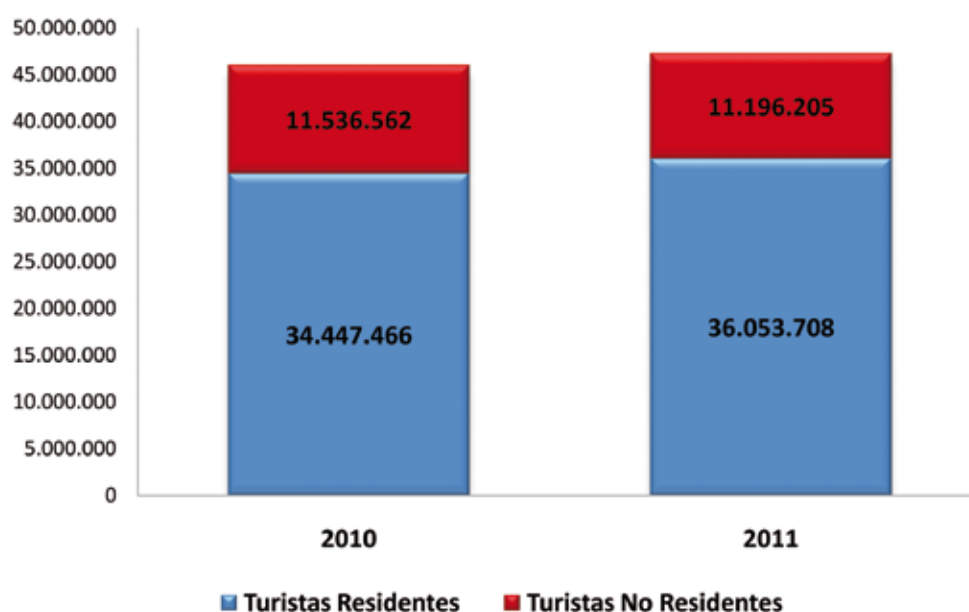


Fuente: MINTUR/INDEC

## 4.2 Ocupación hotelera en Argentina<sup>10</sup>

Las pernoctaciones de turistas residentes y no residentes en establecimientos hoteleros y para-hoteleros acumuladas durante el 2011 sumaron 47.249.913, lo que implica un incremento del 2,8%. Este crecimiento moderado se explica debido a una tasa de residentes aceptable del 4,7%, que se ve descompensada por una caída de no residentes del 3,0%. Entre las razones que argumentan esta situación se encuentra el recrudecimiento de la crisis económica internacional que afectó no sólo al mercado norteamericano, sino también al europeo.

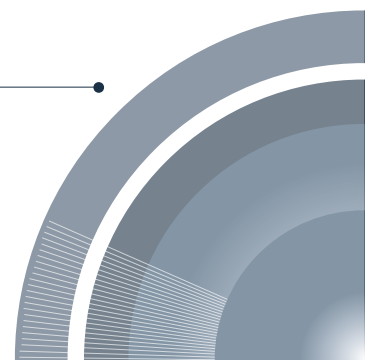
Gráfico 15. Distribución de las pernoctaciones según residencia. 2010-2011



Fuente: MINTUR/INDEC

10. Debido a la ausencia de datos para diciembre del año 2011 para la región patagónica de datos de EOH, los mismos fueron estimados en base a los porcentajes que representaron los pernoctes de dicha región sobre los totales nacionales para mismo mes del año 2010.

Mientras que la región de Buenos Aires se destaca por la preponderancia de pernoctaciones de residentes (98,7%), en el otro extremo la CABA presenta el mayor peso de pernoctaciones de no residentes (56,1%). Esto demuestra que la Ciudad sigue siendo el principal punto de entrada y destino del país. Se destaca como principal mercado emisor el MERCOSUR y el Resto de América. Por su parte, en la región Patagónica, se observa una estructura intermedia, donde las pernoctaciones de no residentes representan el 29,9% del total.



## 5. RESULTADOS ESTADÍSTICOS DEL TURISMO DE REUNIONES EN EL PAÍS

El Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina tiene por objetivo contar con un sistema de monitoreo permanente de los principales indicadores del Turismo de Reuniones en el país, que le permita a los actores directamente involucrados mejorar la toma de decisiones en base a información estadística única y con rigurosidad metodológica unificada a nivel nacional. Para alcanzar este objetivo se iniciaron y desarrollaron desde mayo del año 2010 las tareas de recolección, procesamiento y análisis de información estadística sobre la oferta y demanda de Turismo de Reuniones en la República Argentina y el impacto económico que representa este sector, a partir de la información recabada por los destinos.

En este sentido, la profundización de la labor del Observatorio y su cada vez más amplio alcance resultan de una progresiva expansión e implementación de sus elementos de trabajo, que se ve reflejada en el aumento de destinos sedes que comenzaron a colaborar con las tareas de recolección y carga de datos para la producción de resultados estadísticos del sector. En esta línea, para la implementación de las tareas previstas se llevaron adelante, durante 2011, capacitaciones por parte del Observatorio a los equipos técnicos de trabajo de los diferentes destinos sede.

El anuario 2011 presenta los resultados de la información estadística relevada por los destinos sede, sosteniendo la premisa fundamental de que la calidad de la información procesada y analizada depende enteramente del compromiso de los destinos con el relevamiento de la información, con el objeto de la conformación del Calendario de Reuniones y el estudio de la Demanda y la Oferta del sector. A continuación se detallan los referentes técnicos de los diferentes destinos sede que han colaborado con el trabajo del Observatorio.

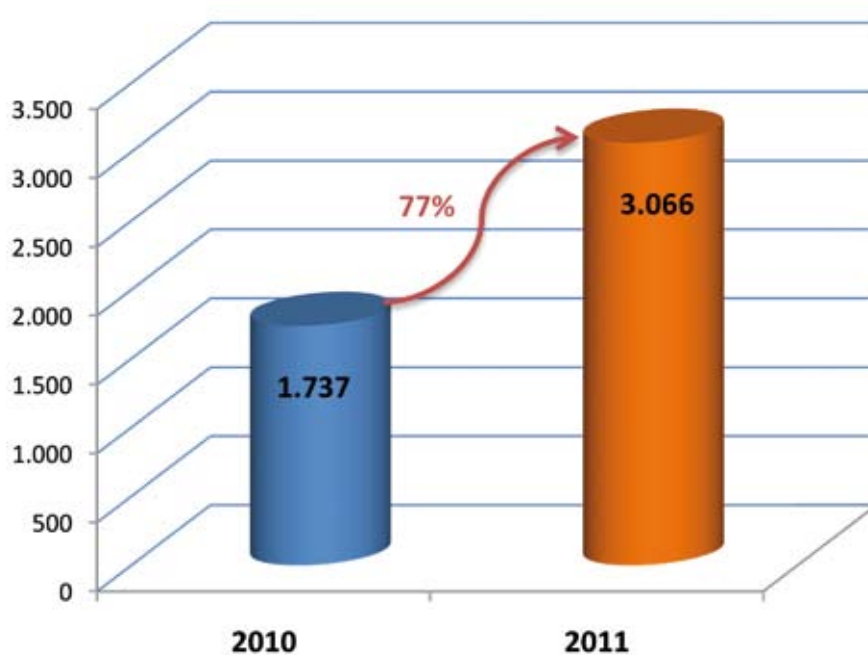
Tabla 2: Referentes Técnicos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones

| Destino                          | Referente Técnico     | Entidad               |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Argentina                        | Ministerio de Turismo | Ministerio de Turismo |
| Buenos Aires                     | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Buenos Aires        | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Córdoba             | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Catamarca           | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Chaco               | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Chubut              | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Corrientes          | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Entre Ríos          | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Formosa             | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Jujuy               | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de La Rioja            | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Mendoza             | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Misiones            | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Neuquén             | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Río Negro           | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Salta               | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de San Juan            | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de San Luis            | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Santa Fe            | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Santiago del Estero | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Tucumán             | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |
| Provincia de Tierra del Fuego    | Secretaría de Turismo | Secretaría de Turismo |

## 5.1 Reuniones identificadas

Durante el año 2011, se identificaron **3.066 reuniones**, a partir de la información provista por los referentes técnicos de los destinos y relevada a través de Internet. Al comparar el año 2011 respecto del 2010, se observa que la cantidad de reuniones informadas por los referentes técnicos de los destinos creció un 77%, y que abarcó 24 provincias (incluyendo la Ciudad Autónoma de Buenos Aires) y 197 localidades de país.

Gráfico 17: Cantidad de Reuniones identificadas - Comparación 2010 - 2011

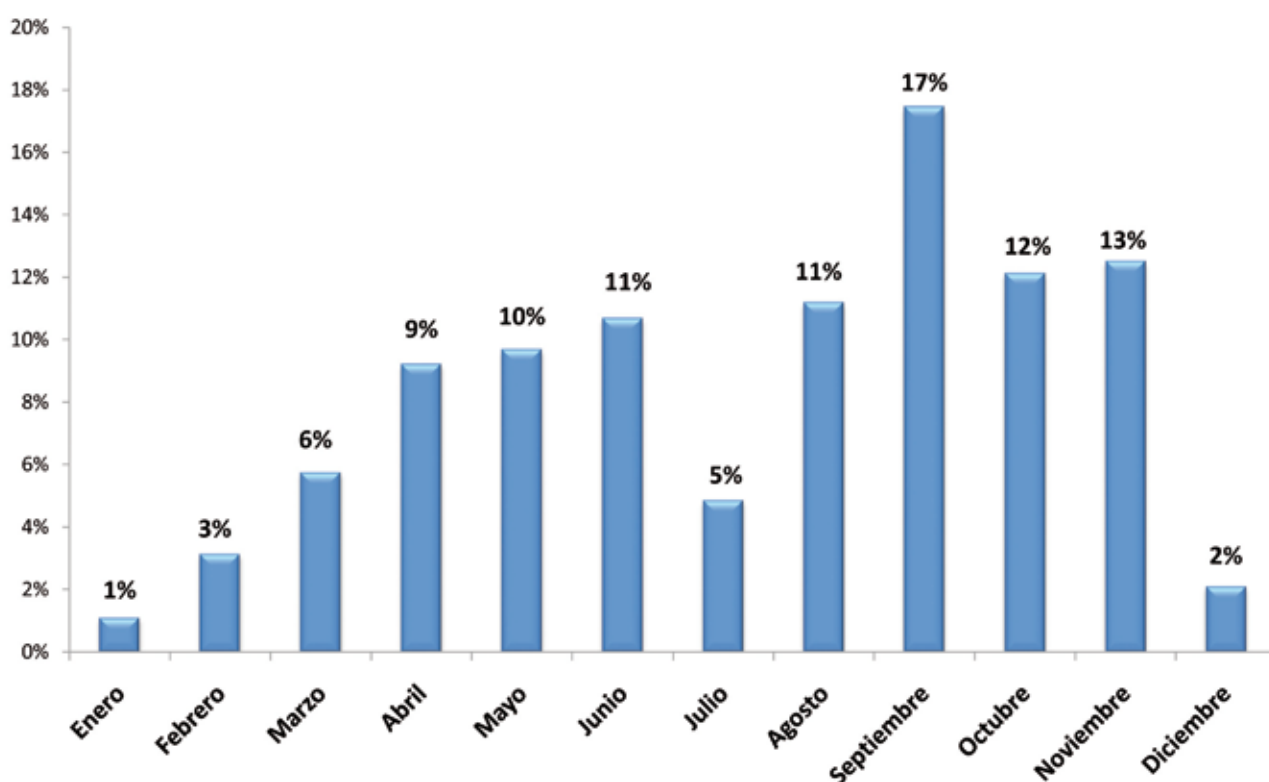


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede.

## 5.1.1 Distribución temporal

La distribución de las reuniones a lo largo del año siguió manteniendo similares características a las encontradas durante el año 2010. Efectivamente, la mayor concentración de las reuniones tiene lugar durante el segundo semestre, donde se ubica el 60% de las mismas. El mes que se destaca como aquel que reúne la mayor cantidad de reuniones es Septiembre que acumula el 17% del total anual.

Gráfico 18: Distribución mensual de las reuniones



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede.

Al igual que en el año 2010, continúa existiendo estacionalidad en el Turismo de Reuniones. Durante el primer semestre del año se la observa en los meses de Abril, Mayo y Junio, que concentra el 30% de las reuniones del año, un 3,5% superior al mismo periodo de estacionalidad del año anterior. En el segundo semestre se visualiza la estacionalidad en los meses de Agosto, Septiembre, Octubre y Noviembre, que en su conjunto concentran el 53% del total de las reuniones del año (al igual que en 2010) y el 88% de las reuniones del semestre.

35

35

35

35

35

35

36

36

3636

36

36

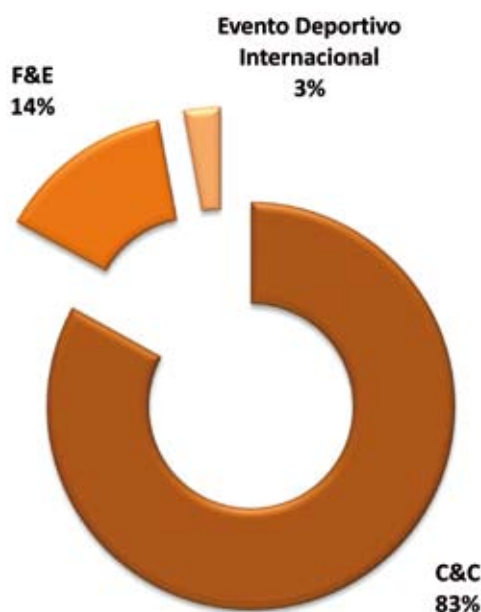
- 36

36

### 5.1.3 Tipos de reuniones

Se observa que el 83% de las reuniones corresponden al grupo C&C; en tanto que el 14% representa a F&E, y el 3% restante a EDI.

Gráfico 19: Distribución de las reuniones por grupo



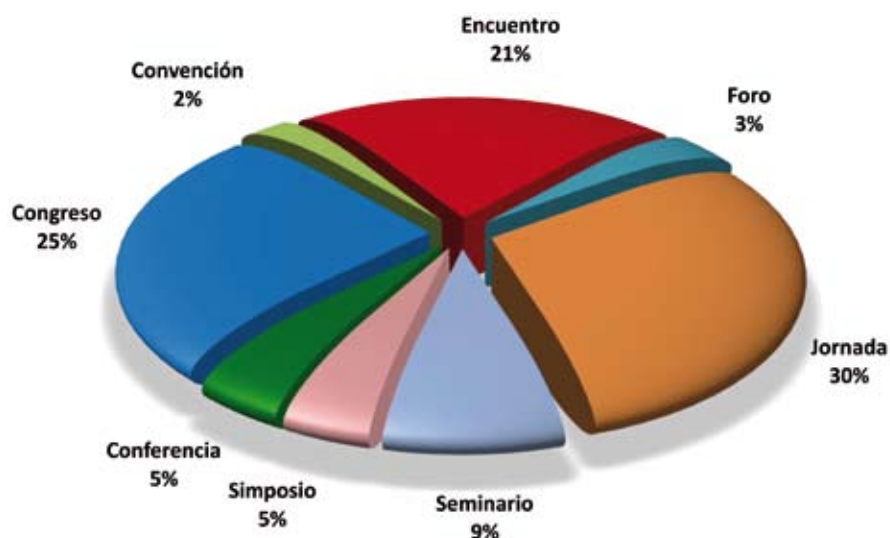
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

Entre los C&C se destacaron la 1° Cumbre Mundial de Sociedades Ecocardiográficas, el 22° Congreso Latinoamericano de Avicultura, el 42° Congreso Internacional de Apicultura, el 15° Congreso Mundial de Psiquiatría, el 3° Simposio Mundial de Avances en Flebología y Linfología, el 23° Congreso Internacional de la Asociación Mundial para el avance de la Parasitología Veterinaria (WAAVP) y el 14° Congreso Mundial de Historia Conceptual: Inestabilidad y Cambio de los Conceptos, entre otros.

En tanto, dentro de los EDI, es importante mencionar el Rally Dakar, la Copa América de Fútbol, el 40° Mundial de Hockey sobre Patines, la Liga Mundial de Voleibol y el Campeonato Mundial de Polo.

Dentro del grupo C&C, los tipos de reuniones que mayor participación acumulan son las Jornadas con un 30%, los Congresos con 25% y los Encuentros con 21%, mostrando una participación similar a la del año 2010. Por otra parte, los tipos Convención, Foro, Conferencia y Simposio tienen un peso relativo minoritario en el total de reuniones del grupo, representando conjuntamente el 15% del total de reuniones del grupo.

**Gráfico 20: Distribución por Tipo de Reunión\* – C&C**



**\*Ver punto 7. Glosario al final del documento para una definición de la tipología de reuniones.**

Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede.

El grupo F&E divide su total de reuniones entre una mayoritaria participación de las Exposiciones que representan el 70% del total, mientras que las Ferias completan el 30% restante, manteniendo un equilibrio relativo respecto del año 2010, en el cual se marcó un 31% para las Ferias y un 69% para las Exposiciones.

**Gráfico 21: Distribución por Tipo de Reunión\* – F&E**



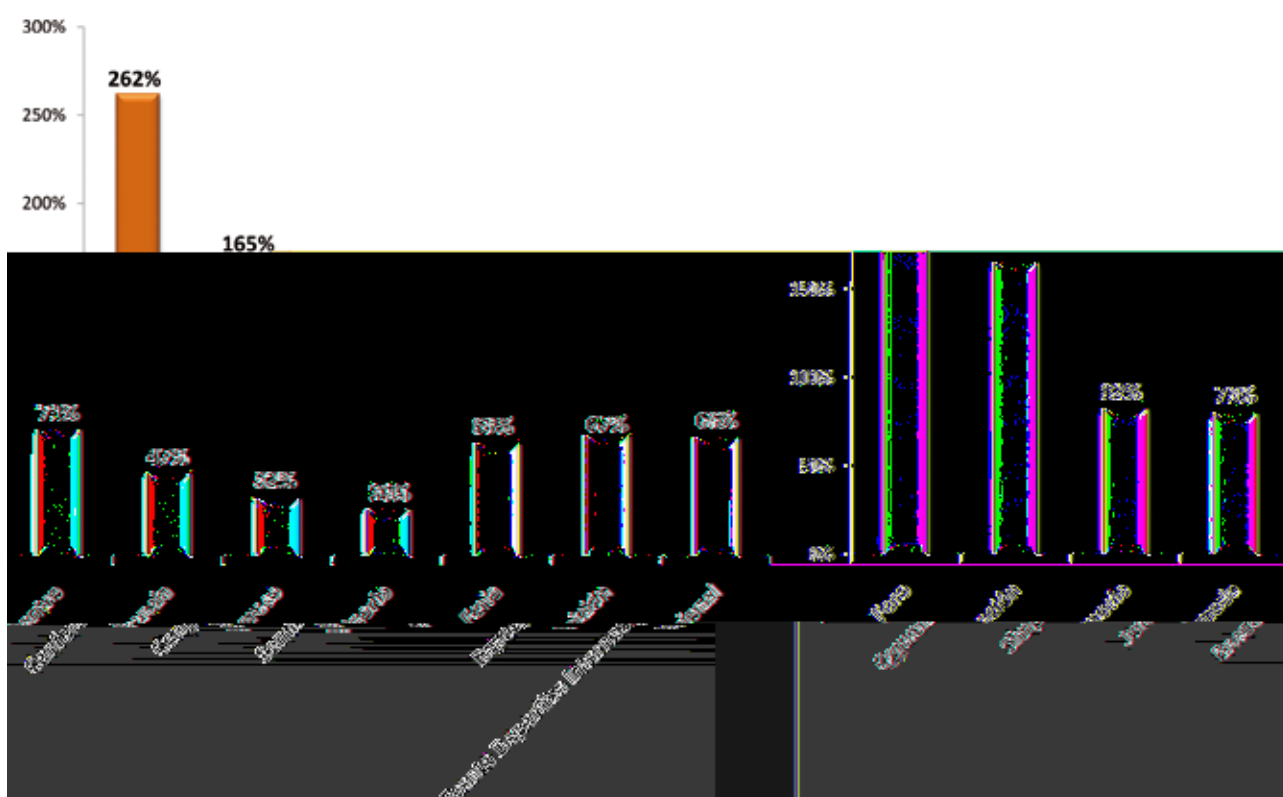
**\*Ver punto 7. Glosario al final del documento para una definición de la tipología de reuniones.**

Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede.

Finalmente, al desagregar cada uno de los grupos en los tipos de reuniones que lo integran, dentro de C&C, encontramos una importante alza interanual (2010 – 2011) en los tipos de reunión que poseen mayor participación en el total de los C&C identificados, siendo las más destacables las de Jornadas (79%), Encuentros (71%) y Congresos (32%). Es necesario mencionar el importante aumento interanual que presentan Foros (262%) y Convenciones (165%), a pesar de ser tipos de reuniones que tienen una participación minoritaria en el total del año 2011.

En tanto, dentro de F&E, tanto las Ferias como las Exposiciones han mostrado un aumento interanual considerable con 63% y 67% respectivamente. Por su parte, los Eventos Deportivos Internacionales también mostraron un importante crecimiento del 66% de 2010 a 2011.

Gráfico 22: Distribución por Tipo de Reunión – Variación Interanual 2010 - 2011

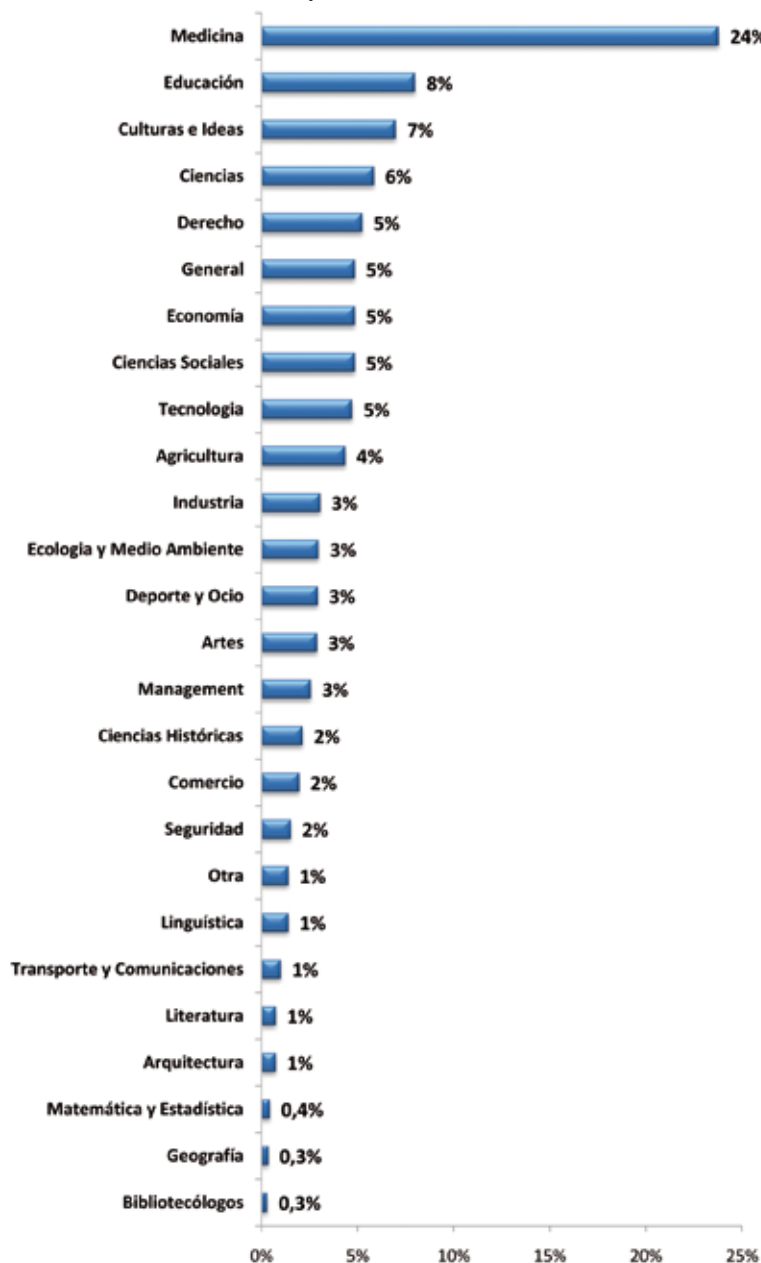


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

## 5.1.4 Temática de las Reuniones

Dentro del grupo C&C y en función de las categorías definidas por ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones por sus siglas en inglés) en relación a las temáticas de las reuniones, se destaca Medicina que representa el 24% del total; luego se ubica Educación con 8% y en tercer lugar, Cultura e Ideas (7%). Por otra parte, los menores porcentajes de participación se los llevan las temáticas Matemática y Estadística, Geografía y Bibliotecología.

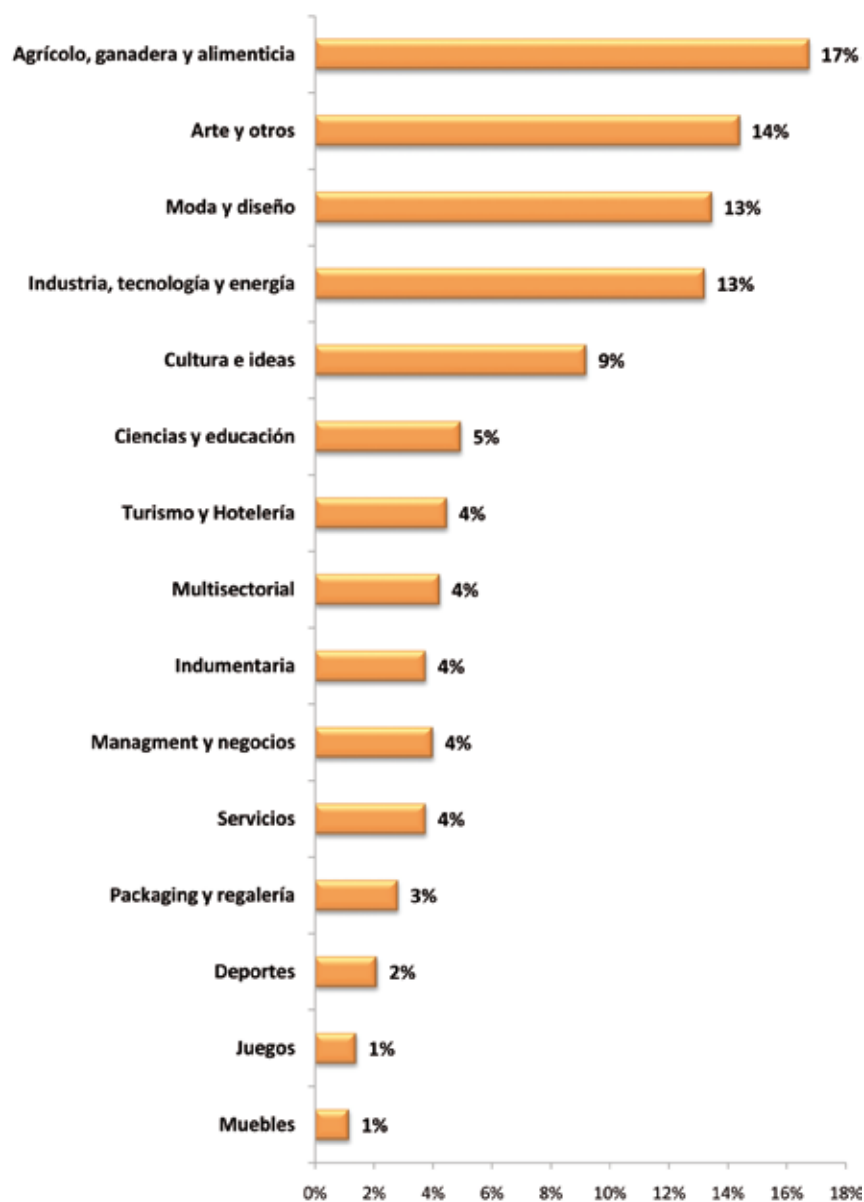
Gráfico 23: Distribución por temática de las reuniones – C&amp;C



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

En cuanto al grupo F&E, la temática que mayor participación presenta es la “Agrícola, ganadera y alimenticia” con un 17%, debido a la gran atracción que implican las llamadas Exposiciones Rurales en los destinos del país donde se realizan este tipo de eventos. Se destacan luego como temáticas relevantes del grupo “Arte y otros” con un 14% y “Moda y diseño” que representa un 13% del total.

Gráfico 24: Distribución por temática de las reuniones – F&E



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

## 5.2 Estudio de Oferta

El Estudio de Oferta contempla recabar información sobre las reuniones que se llevan a cabo en el país a través de la realización, por parte de los Responsables Técnicos Provinciales, de entrevistas personales a informantes clave de las entidades que organizan dichas reuniones (Organismos Oficiales de Cultura, Deporte, Educación, Salud, Prensa y Comunicación social; Cámaras y Asociaciones Empresarias; Colegios Profesionales; Universidades y Entidades educativas; Organizadores Profesionales de Ferias y Congresos).

Para el año 2011 el Observatorio se ha enfocado en el análisis específico de las reuniones que se agrupan en la tipología C&C con el objetivo de ahondar en este grupo de reuniones para corroborar la hipótesis de que existe una diferencia puntual entre los congresos y los restantes tipos de reuniones que conforman el grupo.

Se estima que a los 2.546 Congresos y Convenciones, que se realizaron durante 2011, asistieron un total de **1.834.456 personas**, de las cuales 1.339.153 fueron turistas nacionales, 275.168 turistas extranjeros y 220.135 asistentes locales (residentes en el destino sede).

El gasto total estimado de los turistas asistentes a C&C fue de **\$4.512.932.190** (pesos argentinos), estimación que ha tomado en cuenta los gastos que han realizado entre alojamiento, transportes (locales y aéreos de cabotaje), alimentos, excursiones, entretenimiento, compras realizadas y gastos de inscripción.

**Tabla 5: Principales Resultados Estadísticos para C&C en el año 2011**

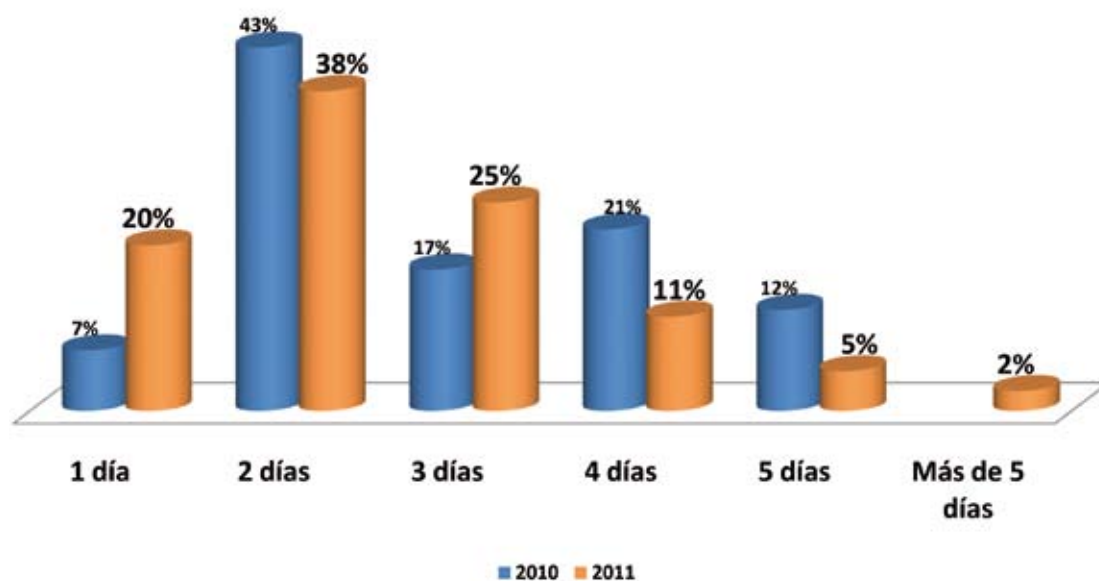
| C&C                                    | 2011             |
|----------------------------------------|------------------|
| Total de Congresos y Convenciones      | 2.546            |
| Total de Asistentes                    | 1.834.456        |
| Gasto total de los turistas asistentes | \$ 4.512.932.190 |

Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

### 5.2.1 Duración de C&C

Mientras en el año 2010 el 67% de las reuniones tuvieron una duración de entre 1 y 3 días, para el año 2011 el 82% de las reuniones presentaron ese mismo rango de duración. El año 2010 y el año 2011 se caracterizan ambos por tener la mayoría de sus reuniones una duración de dos días, 43% y 38% respectivamente.

Gráfico 25: Duración de C&C, comparación 2010 – 2011



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

## 5.3 Estudio de Demanda

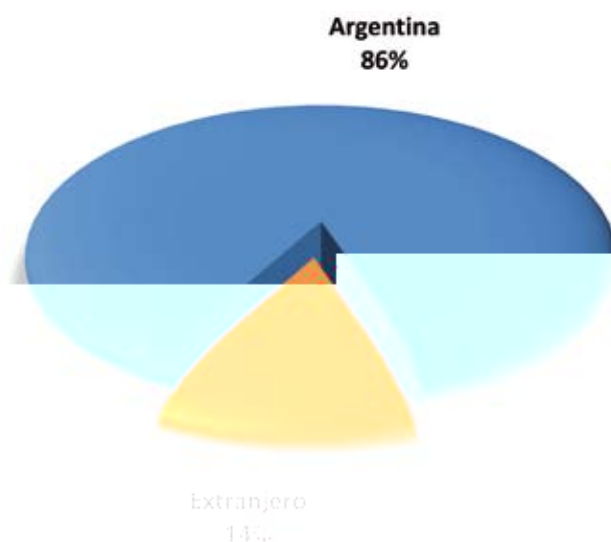
Durante el año 2011 el Observatorio llevó a cabo el procesamiento de encuestas con el fin de realizar el Estudio de Demanda, trabajo que ha sido realizado por los equipos técnicos de los diferentes destinos sede en los lugares donde se han desarrollado las reuniones.

Los datos que a continuación se exponen se refieren a los turistas que asistieron a las reuniones relevadas.

### 5.3.1 Lugar de residencia de los turistas asistentes

La primera variable de interés es la residencia de los turistas asistentes a las reuniones. De las reuniones relevadas durante el año 2011 para el total del país, se aprecia que un 83% son de origen nacional, mientras que el 17% son extranjeros.

Gráfico 26: Origen de los turistas asistentes

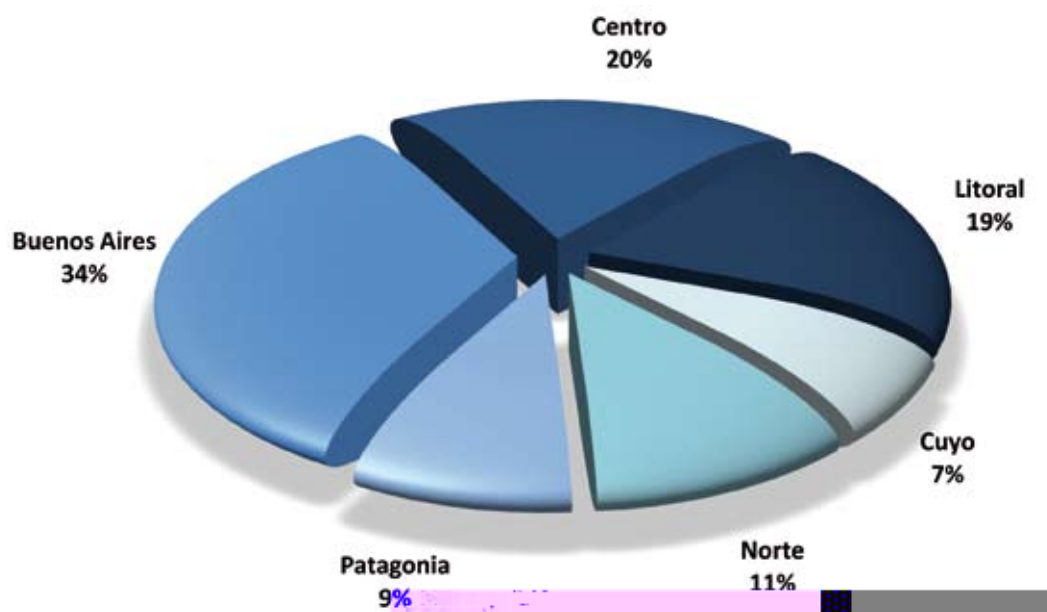


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

### 5.3.2 Lugar de residencia de los turistas asistentes nacionales

A la hora de analizar la procedencia de los asistentes nacionales a las reuniones, se aprecia que la mayoría (34%) proviene de la región Buenos Aires (CABA y Provincia de Buenos Aires), seguido por las regiones Centro con un 20%, y Litoral con un 19%. Luego, por debajo de estas tres regiones preponderantes se ubican la región Norte con un 11%, Patagonia con 9% y por último, Cuyo con un 7%.

**Gráfico 27: Origen de los turistas asistentes nacionales por región**



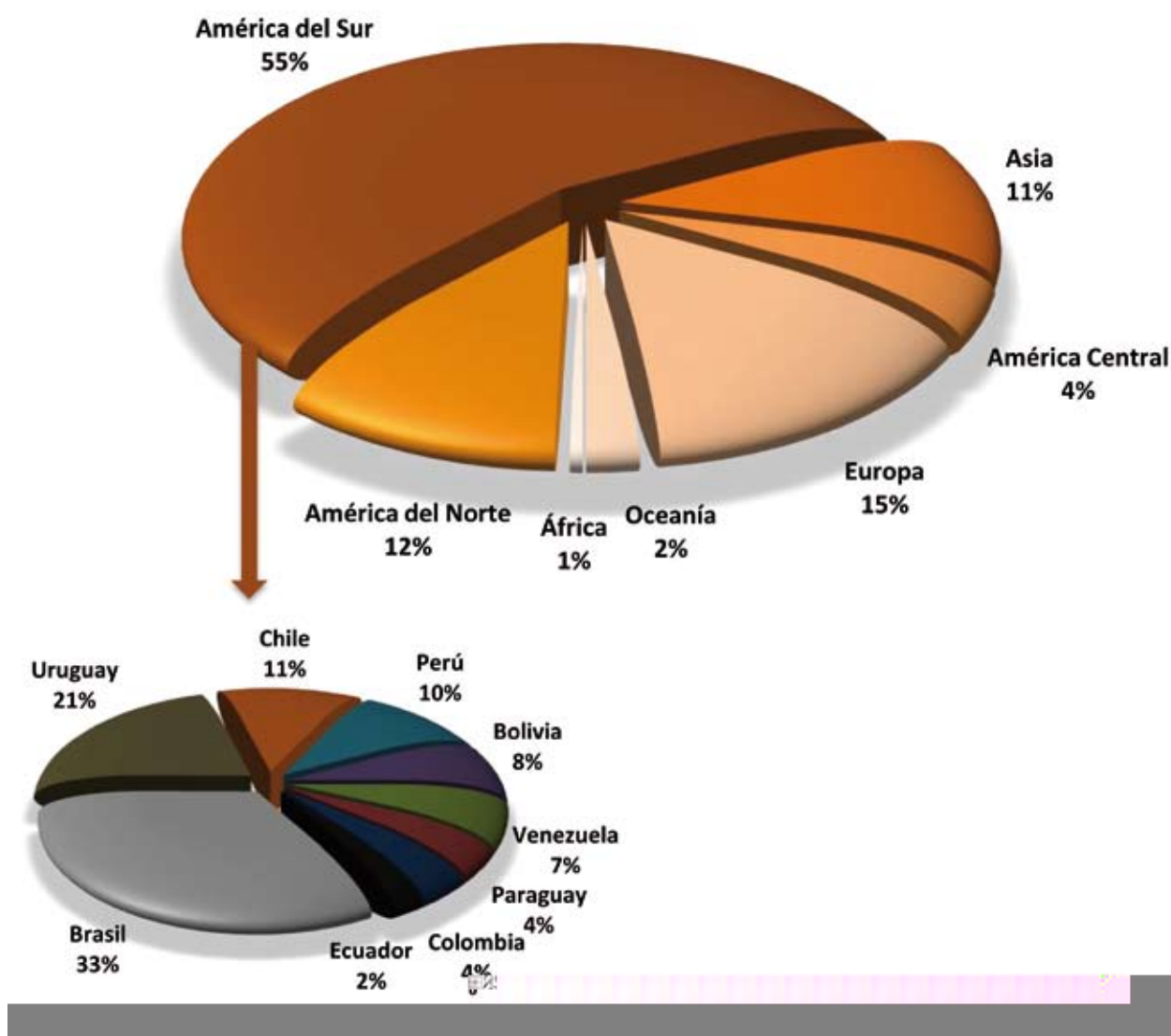
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

12. Regiones estipuladas por el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable.  
 Región Buenos Aires: Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Provincia de Buenos Aires  
 Región Centro: Córdoba.  
 Región Cuyo: Mendoza, San Juan, San Luis y La Rioja.  
 Región Norte: Catamarca, Jujuy, Salta, Santiago del Estero y Tucumán.  
 Región Litoral: Santa Fe, Entre Ríos, Corrientes, Misiones, Chaco y Formosa.  
 Región Patagonia: La Pampa, Neuquén, Chubut, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

## 5.3.3 Lugar de residencia de los turistas asistentes extranjeros

Entre los turistas asistentes extranjeros, el subcontinente sudamericano aporta el mayor caudal con el 55% de los visitantes, seguido por Europa con el 15%, América del Norte (12%) y Asia con el 11%. El subcontinente sudamericano se divide a su vez en una participación mayoritaria de Brasil (33%), seguido por Uruguay (21%), Chile con un 11% y Perú con un 10%.

Gráfico 28: Origen de los turistas asistentes extranjeros por continente

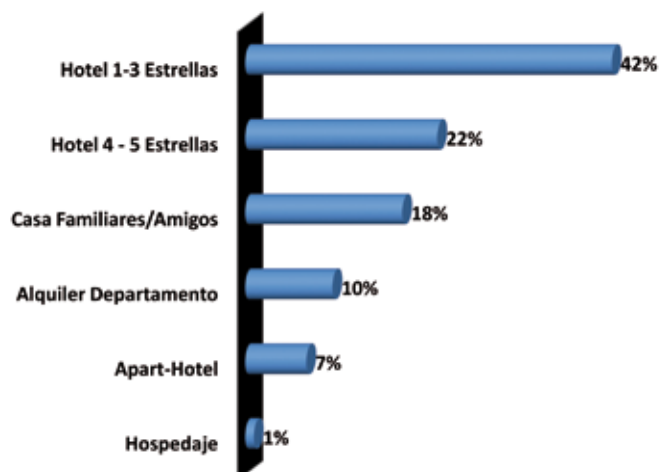


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

### 5.3.4 Tipo de Alojamiento utilizado

De la misma manera que en el año 2010, entre los visitantes nacionales el alojamiento más elegido fueron Hoteles entre 1 y 3 estrellas (42% de los casos). En segundo lugar, se ubican las respuestas de quienes se hospedaron en Hoteles de 4 y 5 Estrellas (22% del los casos). Por debajo se ubican quienes se alojaron en casas de sus familiares o amigos, representando un 18% del total de asistentes.

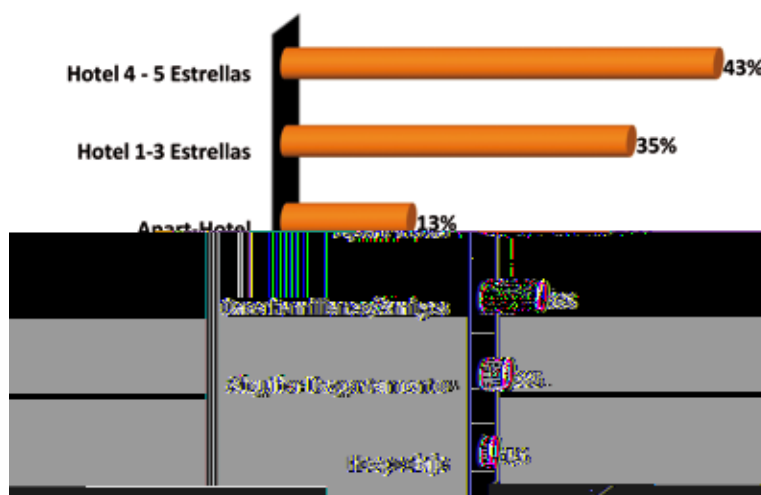
**Gráfico 29: Tipo de alojamiento – Turistas Asistentes Nacionales**



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

Entre los turistas asistentes extranjeros, la opción de alojamiento más elegido fueron los Hoteles 4 y 5 estrellas en el 43% de los casos. La segunda opción elegida fue el alojamiento Hotel 1-3 estrellas con el 35% de los casos.

**Gráfico 30: Tipo de alojamiento – Turistas Asistentes Extranjeros**

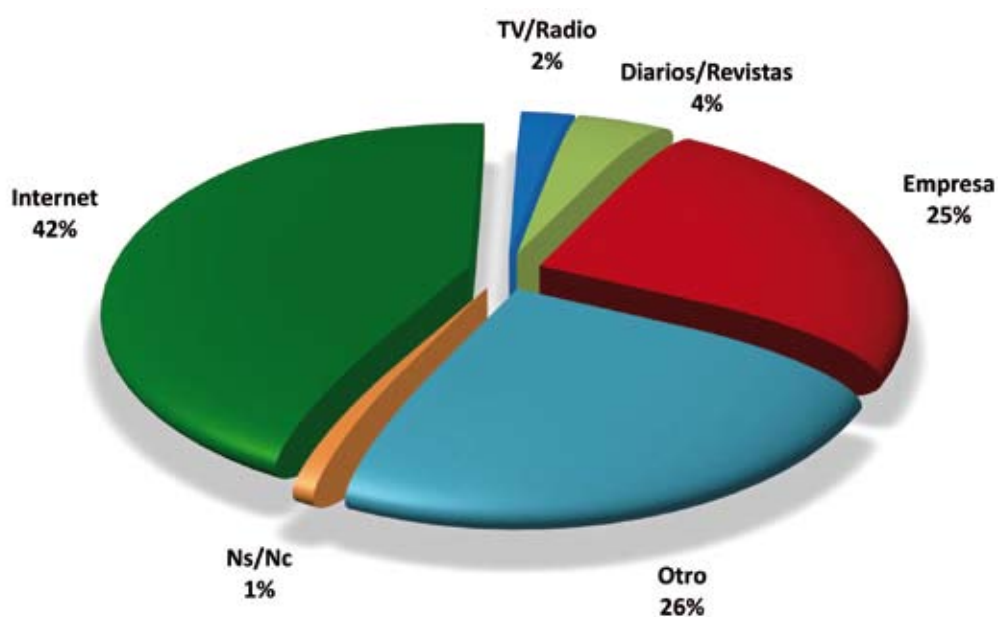


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

## 5.3.5 Medios de Información

El medio de comunicación a través del cual se informó del evento la mayor cantidad de los turistas asistentes nacionales (42%) fue Internet, que se posiciona cada vez más fuertemente como el medio más utilizado para la difusión de los eventos. En segundo lugar se ubican los turistas que respondieron que conocieron el evento a través de “otros” medios (entre los que se destacan organismos institucionales, afiches y otros medios gráficos, ámbito laboral, asociaciones y sociedades sectoriales), seguida por quienes lo hicieron por medio de la empresa organizadora del evento (25%).

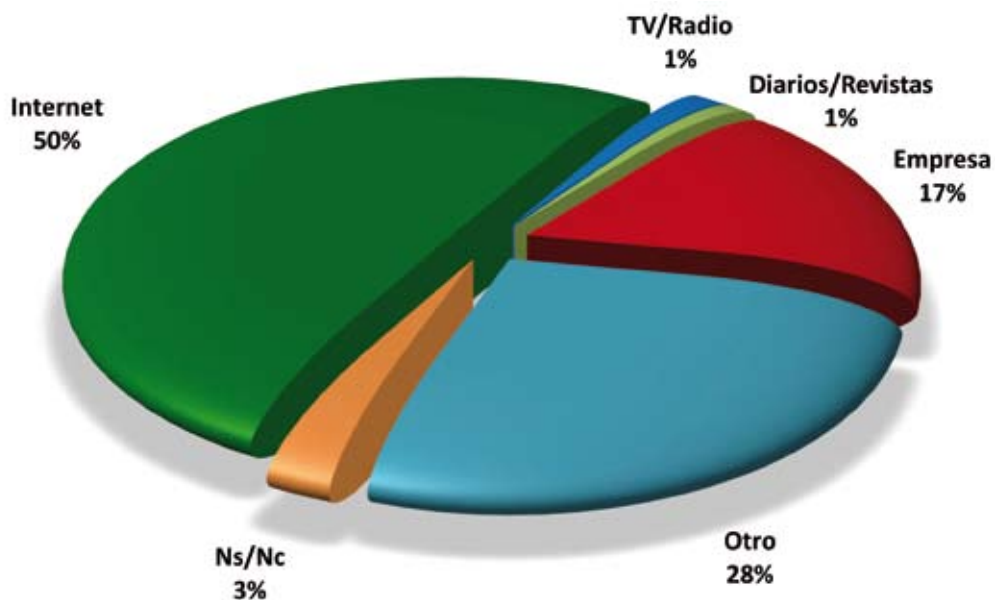
**Gráfico 31: Medios de Información a través de los cuales se informó de la Reunión**  
**Turistas Asistentes Nacionales**



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

Entre los visitantes extranjeros el medio más utilizado también fue Internet, ya que el 50% se informó a través de ella, mientras que la información a través de la empresa alcanza el 17% y la categoría “otros” medios de comunicación, un 28%.

**Gráfico 32: Medios de Información a través del cual se enteró del evento  
Turistas Asistentes Extranjeros**



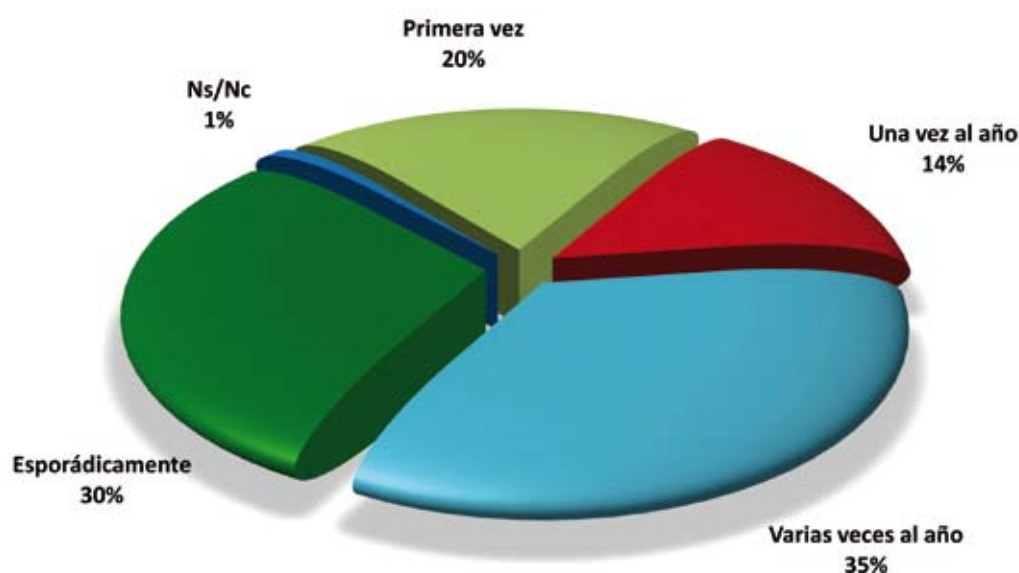
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

### 5.3.6 Frecuencia de visita

En este caso, la consulta pretende conocer con qué frecuencia es visitada la ciudad sede de la reunión para conocer cuál es el potencial de la misma como localidad turística, partiendo de si sus turistas asistentes han realizado su visita por primera vez, si retornan al destino esporádicamente o si lo hacen en repetidas oportunidades al año. A su vez, con un seguimiento en el tiempo de esta variable, se podría llegar a analizar el impacto del turismo de reuniones en la ciudad si consideramos un posible aumento en la periodicidad de la visita del turista asistente al destino (como se infiere, inicialmente, de la voluntad de retorno a la ciudad sede del punto 5.3.9).

Al estudiar la frecuencia de visita de los asistentes nacionales, la mayoría visita la sede varias veces al año (35%). Es seguida por la opción “Esporádicamente” con 30%.

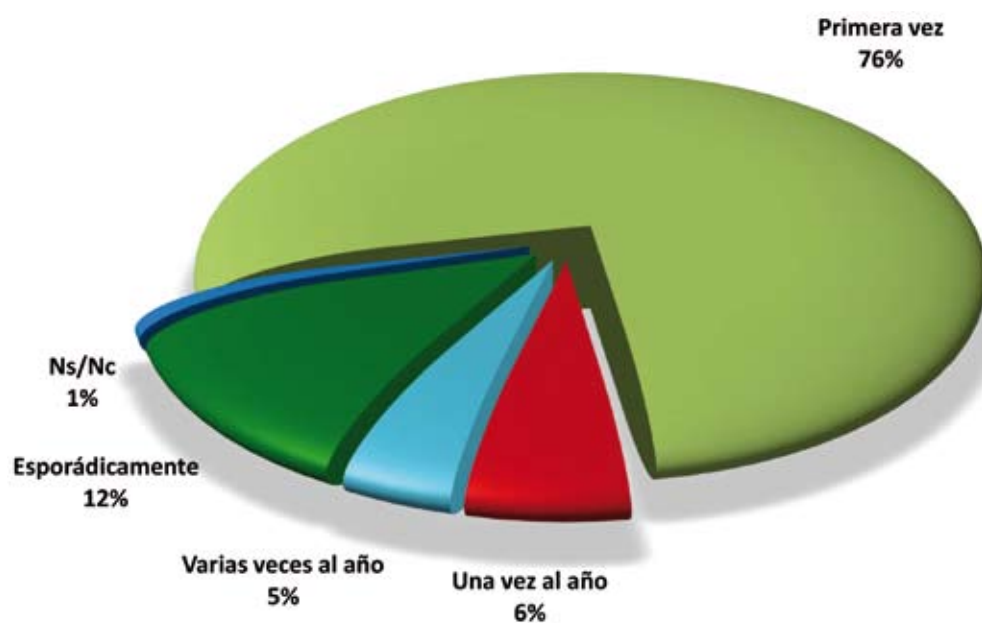
**Gráfico 33: Frecuencia de visita – Turistas Asistentes Nacionales**



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

Sin embargo, entre los extranjeros, para el 76% de los casos, fue su primera vez visitando la ciudad sede de la reunión, mientras que un 12% la visita esporádicamente.

**Gráfico 34: Frecuencia de visita – Turistas Asistentes Extranjeros**



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

### 5.3.7 Estadía en la ciudad sede

Esta variable busca observar el impacto que genera una reunión en la industria turística al analizar la estadía de sus turistas asistentes.

El promedio de la estadía en la ciudad sede para los turistas asistentes nacionales a C&C es de 3,2 días, mientras que es de 5,1 días para los turistas asistentes extranjeros. Por su parte, el grupo F&E presenta una estadía media de los turistas asistentes nacionales de 2,33 días mientras que para los turistas extranjeros es de 3,86 días.

Entre los turistas asistentes argentinos (a todas las reuniones) el 60% permanece por un período que abarca entre una y tres noches, mientras que sólo un 1% se queda por más de siete noches.

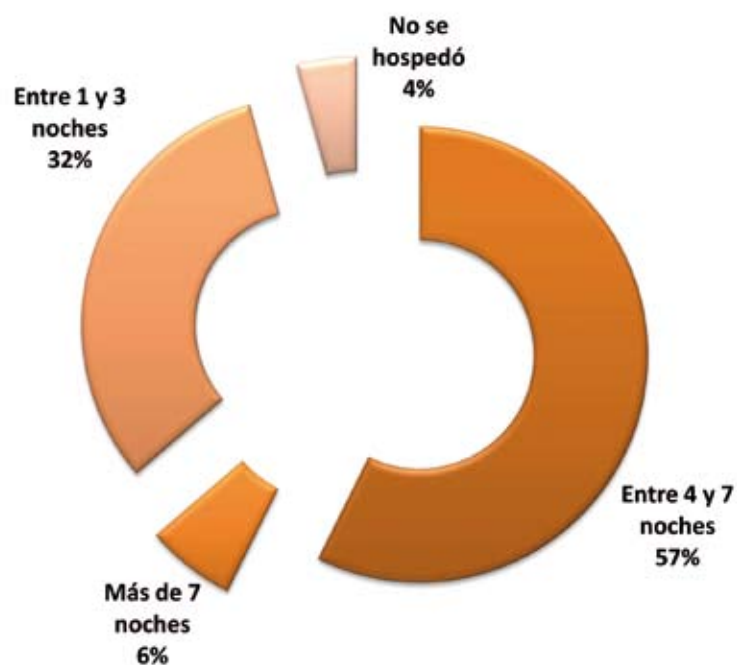
Gráfico 35: Estadía en ciudad sede - Turistas Asistentes Nacionales



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

En cambio, entre los extranjeros, el 57% permanece entre cuatro y siete días e incluso un 6% lo hace por más de una semana.

Gráfico 36: Estadía en ciudad sede - Turistas Asistentes Extranjeros



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

### 5.3.8 Compras realizadas

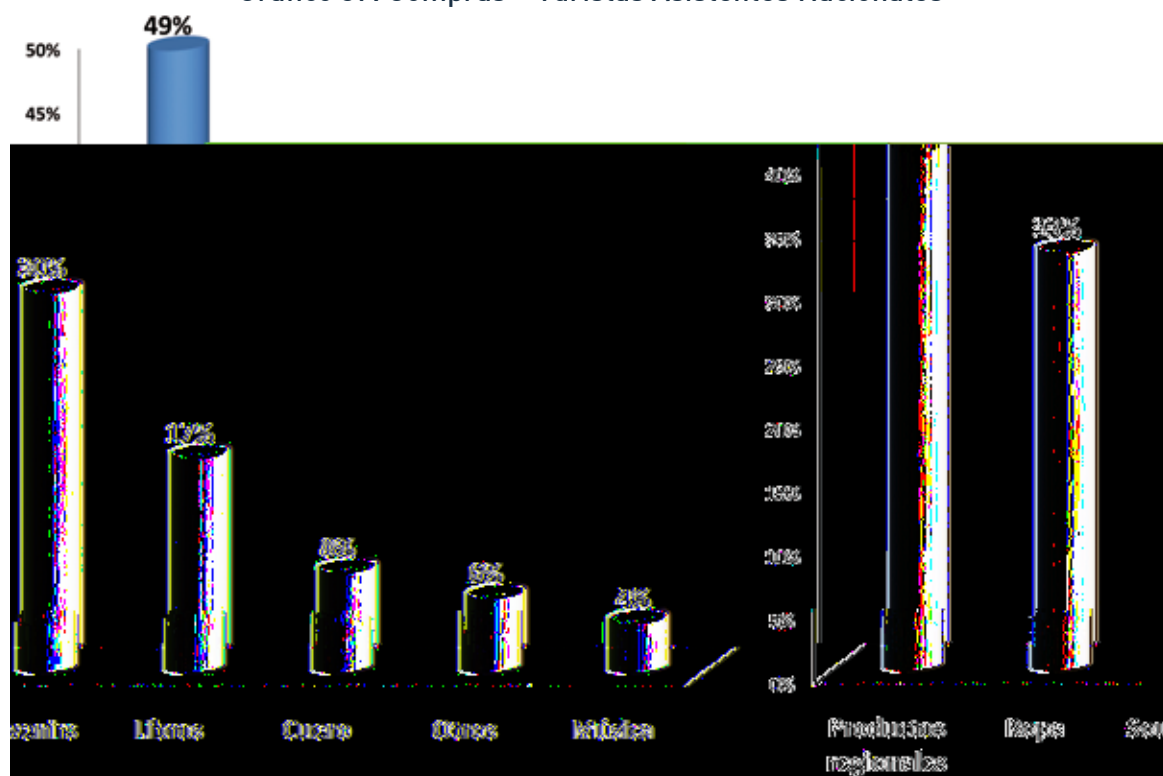
Las compras realizadas por los asistentes a las reuniones nos permiten conocer qué industrias se ven beneficiadas con el turismo de reuniones. Los principales indicadores utilizados para identificar dichas compras son: los productos regionales (incluye vinos, chocolates, artesanías, comidas), ropa, souvenirs, libros, cuero y otros.

Al analizar la preferencia por la compra de productos, si bien el análisis se divide entre asistentes nacionales y extranjeros, se observa que existe una marcada predilección por la compra de productos regionales. Luego, si bien invierten sus posiciones según el origen de los asistentes, la tendencia indica que la preferencia de compra se orienta a la ropa y los souvenirs con porcentajes por encima del 20% y debajo los libros.

Así, los asistentes nacionales prefirieron comprar como primera opción productos regionales, que contabilizan el 49% de los asistentes encuestados, el 33% ha elegido comprar ropa, el 30% souvenirs y el 17% compró libros. Sólo el 8% de los encuestados nacionales compró cueros y el 4%, música.

En comparación con el año 2010, la preferencia de compra por esos 3 tipos de producto (regionales, ropa y souvenirs) se mantuvo tanto para asistentes nacionales, siendo que la única variación considerable ha sido el aumento en la compra de Cueros, que en el 2010 alcanzaba sólo el 2% de las respuestas.

**Gráfico 37: Compras – Turistas Asistentes Nacionales**

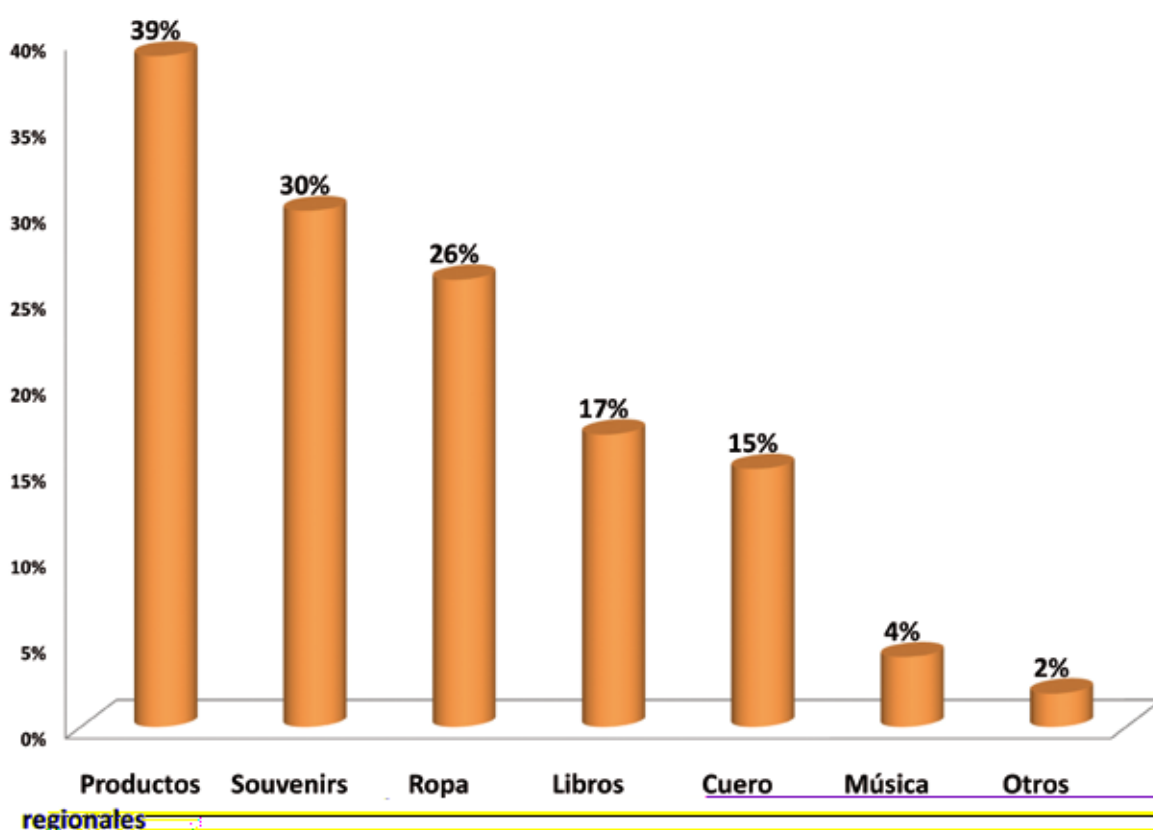


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

Por su parte, los asistentes extranjeros también eligieron como primera opción comprar productos regionales (39% de los encuestados), el 30% eligió comprar souvenirs y el 26% ropa. Al igual que los asistentes nacionales el 17% compró libros. Notamos una diferencia esperada en la compra de cuero por parte de los asistentes extranjeros (15%) en comparación con los nacionales (8%).

En comparación con el año anterior encontramos un importante reposicionamiento de los productos regionales que antes se encontraban en el cuarto lugar y ahora en el primero, superando a la preferencia por la compra de ropa, souvenirs y libros que mantienen ese orden, como en 2010, pero ahora por debajo de los productos regionales.

Gráfico 38: Compras – Turistas Asistentes Extranjeros



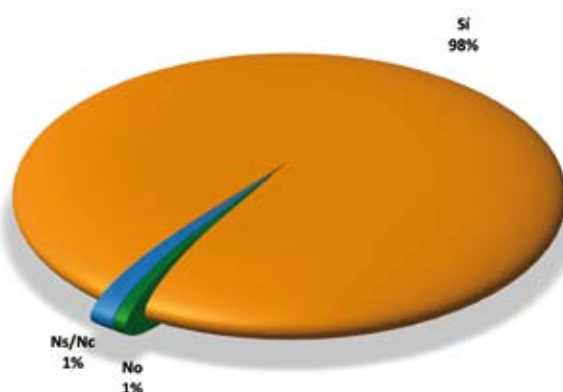
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

### 5.3.9 Voluntad de retorno

Esta pregunta de la encuesta fue diseñada con la intención de apreciar el efecto que genera la reunión sobre las potencialidades turísticas de la ciudad sede. Así, se consulta a los visitantes acerca de su deseo de retornar a dicha localidad.

Entre los visitantes nacionales, la respuesta fue contundente al igual que en 2010: 98% expresaron su deseo de regresar, sólo el 1% contestaron que no retornarían y el restante 1% se mostró esquivo a proveer una respuesta.

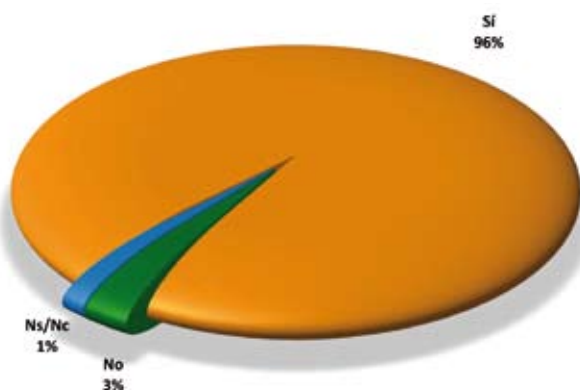
**Gráfico 39: Voluntad de retorno a la ciudad – Turistas Asistentes Nacionales**



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

Por su parte, entre los extranjeros aumentó el porcentaje de quienes respondieron que retornarían al destino sede, pasando de un 84% a un 96%, mientras que sólo el 3% contestó que no retornaría.

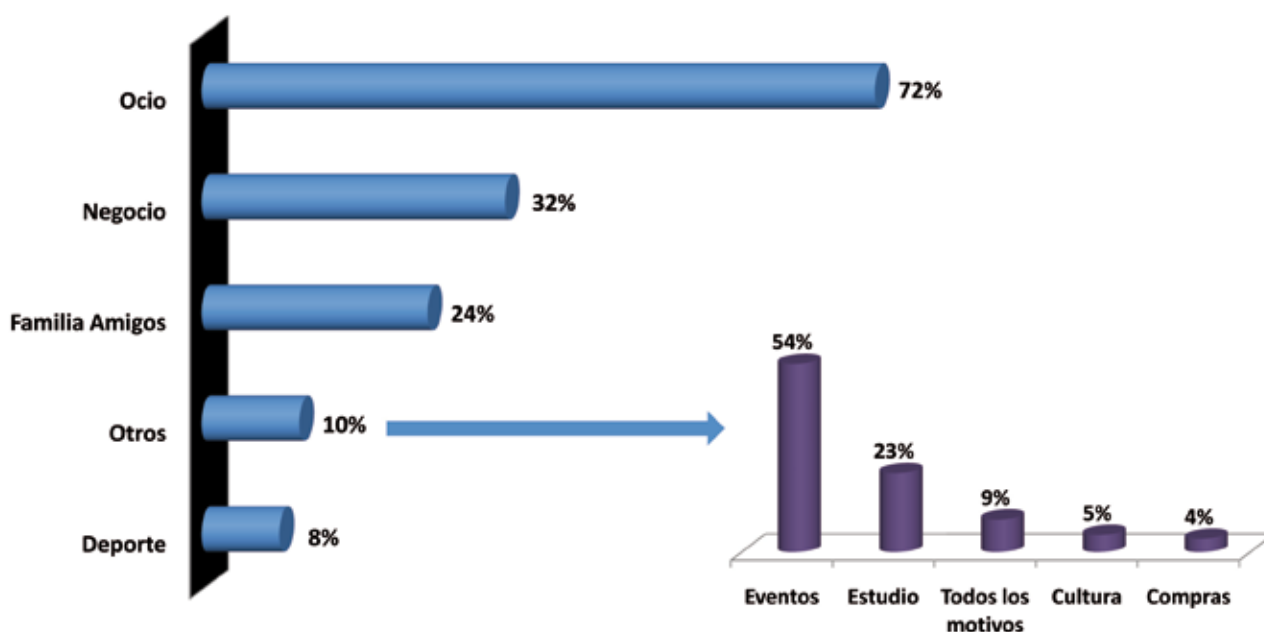
**Gráfico 40: Voluntad de retorno a la ciudad – Turistas Asistentes Extranjeros**



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

A la hora de expresar la razón por la que volverían a la ciudad sede de la reunión, entre los argentinos se ubica primero el ocio como respuesta, que fue elegida por el 72% de los encuestados, similar al 79% del 2010. En segundo lugar encontramos como razón de retorno la visita a familiares y amigos, seguida por los negocios. En relación a 2010 estas dos categorías siguen siendo junto al Ocio las razones preponderantes para volver a visitar la ciudad sede de la reunión. Dentro de la categoría "Otros" que suma el 10% encontramos que la razón prioritaria es la asistencia a otras reuniones (congresos, convenciones, seminarios, etc), y en segundo lugar para estudiar (23%).

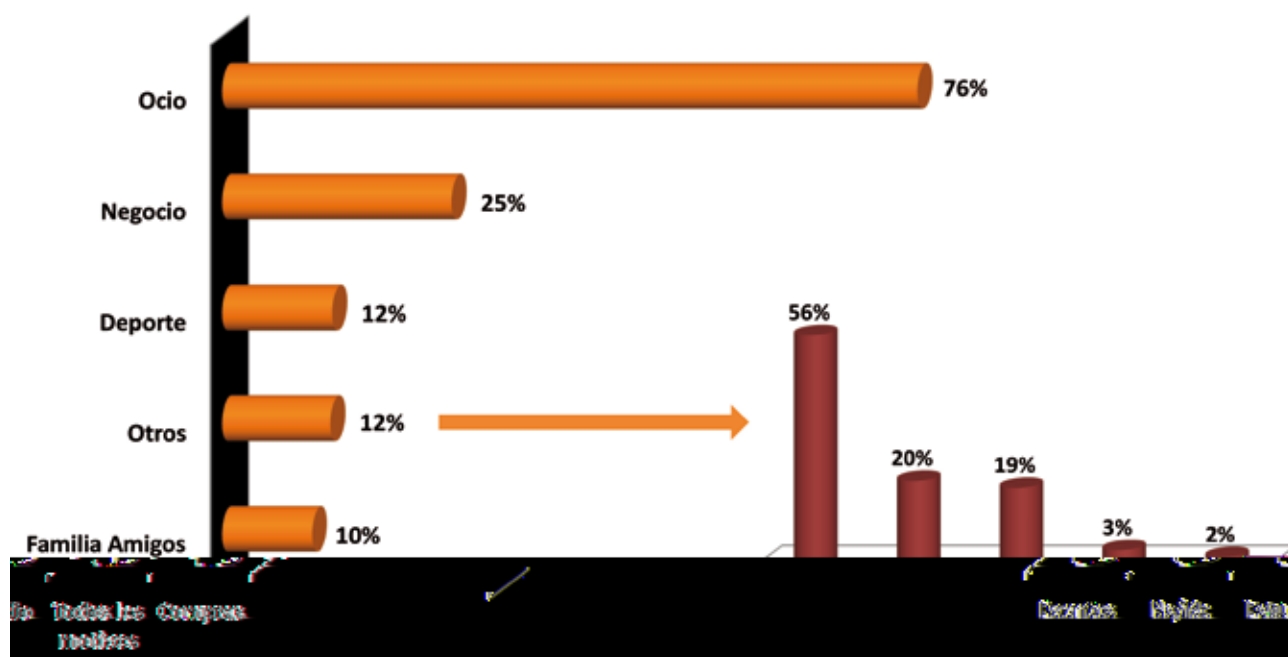
**Gráfico 41: Motivos de retorno a la ciudad de la reunión – Turistas Asistentes Nacionales**



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

Entre los extranjeros también aparece el ocio como la principal razón de retorno, la eligió el 76% de los asistentes, un 9% menos que en 2010, pero suficiente para seguir siendo la razón prioritaria. Luego se ubican los negocios y a diferencia de los asistentes nacionales la tercer razón es el deporte con un 12% de respuestas positivas. La opción Otros en este caso cuenta con un 12% de respuestas que se dividen en una mayoría que al igual que los argentinos volverían al destino sede para participar de otras reuniones o nuevas ediciones del mismo. En segundo término, un 19% retornaría para realizar estudios en la ciudad sede.

Gráfico 42: Motivos de retorno a la ciudad de la reunión – Turistas Asistentes Extranjeros



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

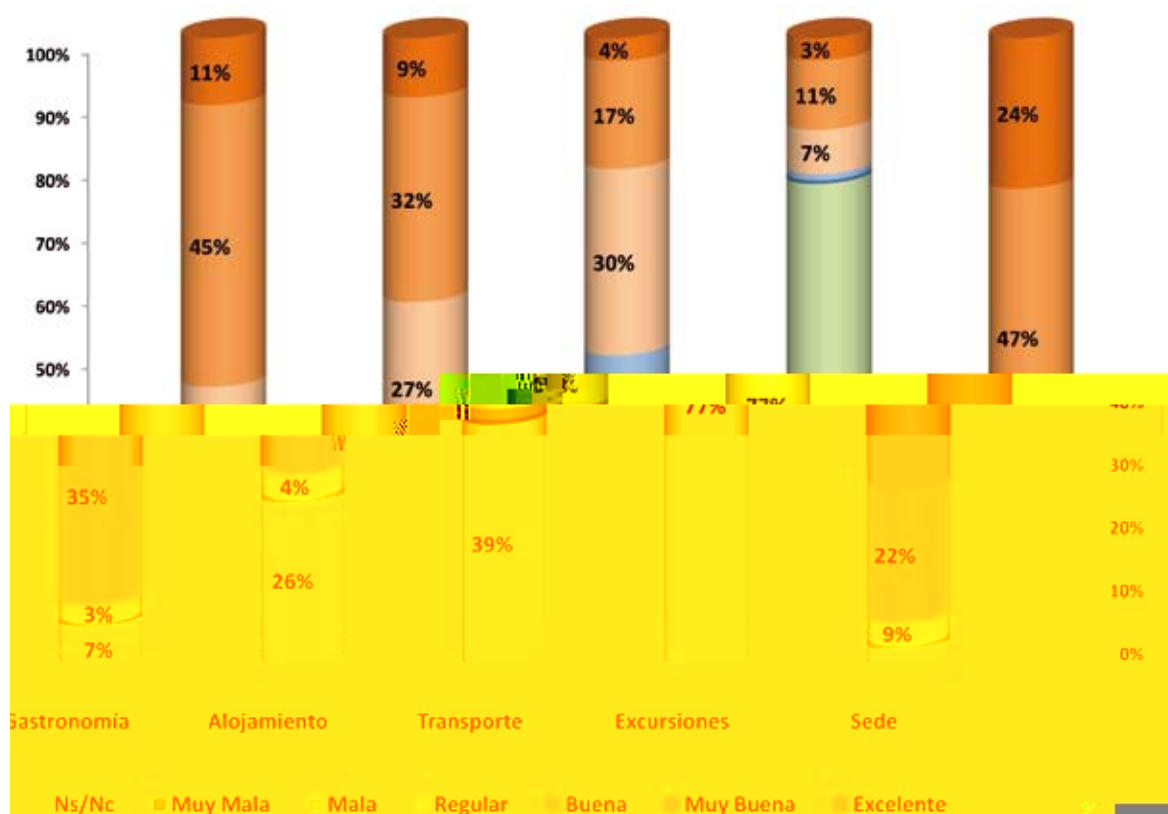
### 5.3.10 Evaluación de los servicios de la ciudad sede

Esta serie de consultas tienen el objetivo de evaluar la apreciación de los principales servicios turísticos por parte de los asistentes. Dicha información es de particular valor pues permite generar una retroalimentación a través de políticas públicas para corregir ciertos problemas que puedan surgir como resultado de la encuesta.

Los visitantes nacionales tuvieron, en general, una apreciación positiva de los servicios ofrecidos por el destino sede. Si observamos en particular cada categoría de dichos servicios se encuentra que la mejor calificación la posee la sede de la reunión, con un 24% de asistentes que la calificaron como "Excelente", un 47% como "Muy buena" y un 22% como "Buena". De la misma manera la gastronomía del destino obtuvo buenas calificaciones, recibiendo un 45% de respuestas como "Muy buena", un 35% como "Buena" y un 11% como "Excelente".

Por su parte, el alojamiento y el transporte recibieron buenas calificaciones como se observa en el gráfico, pero es mayor la cantidad de casos que no dieron una respuesta de preferencia. El porcentaje de estas "no respuestas" respuestas es elevado en el caso de las Excursiones debido a que no todos los asistentes han realizado alguna actividad de este tipo como para calificarla.

**Gráfico 43: Evaluación de los servicios – Turistas Asistentes Nacionales**

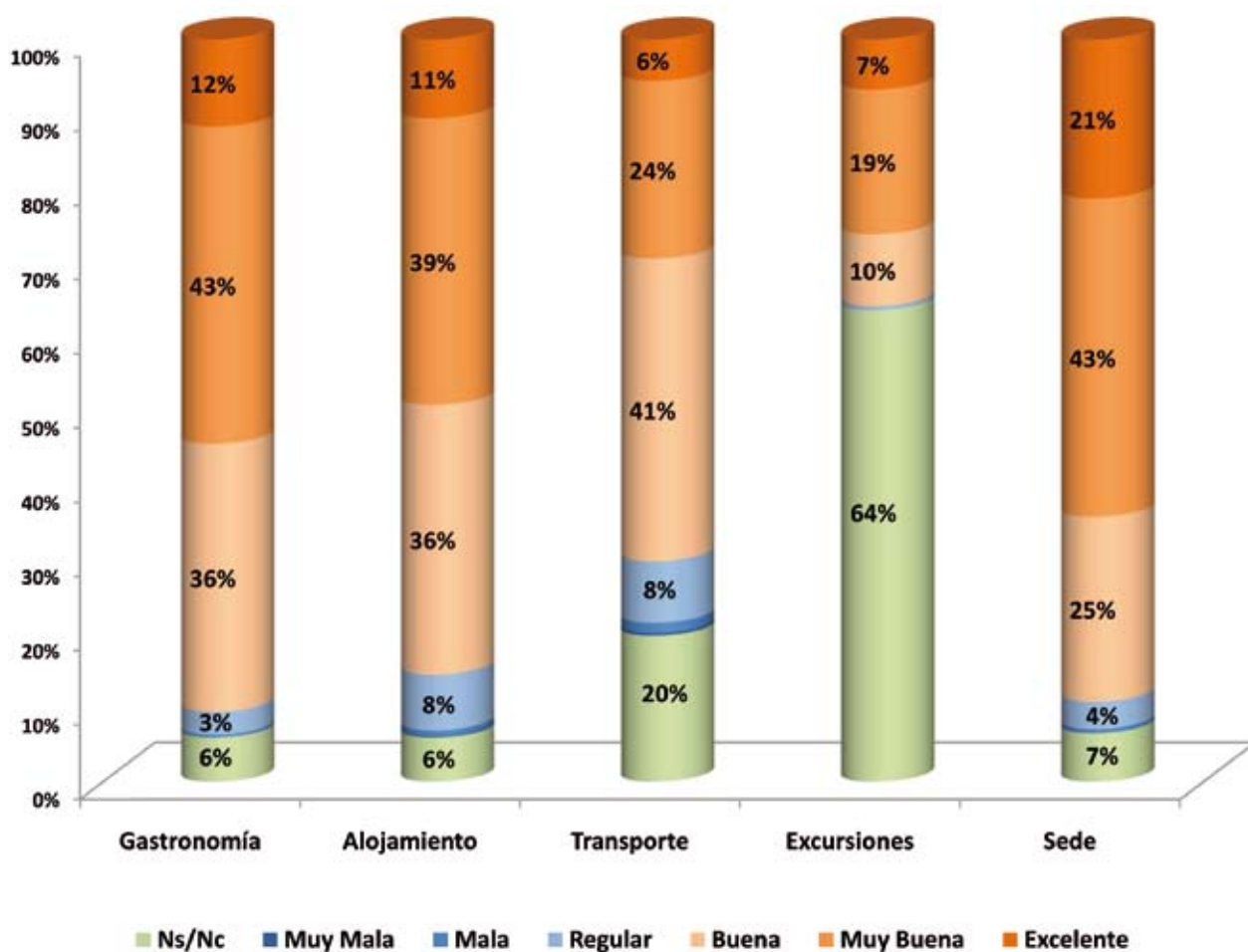


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

Al igual que los turistas asistentes nacionales, los de origen extranjero han tenido una valoración general positiva de los servicios del destino sede, contabilizando las respuesta negativas (“Regular”, “Mala” y “Muy mala”) bajos porcentajes en todos los tipos de servicio.

Los turistas asistentes extranjeros calificaron a los servicios gastronómicos como muy buenos en un 43% de los casos, como buenos en un 36% y como excelentes en un 12%. También se destaca aquí la muy buena calificación otorgada a la sede de la reunión, con un 21% de respuestas “Excelente”, un 43% “Muy buena” y un 25% que la calificaron como “Buena”.

Gráfico 44: Evaluación de los servicios – Turistas Asistentes Extranjeros



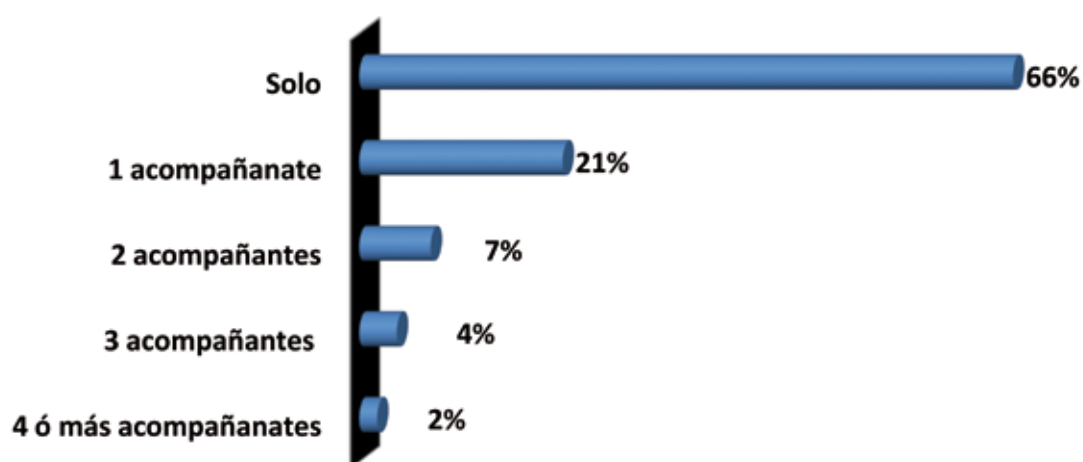
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

### 5.3.11 Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante

En la presente sección se analiza el tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante entrevistado. El Observatorio de Turismo de Reuniones definió al grupo familiar acompañante como el o los familiares directos que acompañan al entrevistado en el viaje como también acompañantes laborales (compañeros, colegas, asistentes, jefes, etc.) que compartan un mismo presupuesto para el viaje con destino a la reunión.

Entre los turistas asistentes nacionales, el 66% asistió sin acompañantes, un 4% menos que en 2010. En este sentido, el 21% respondió que viajó acompañado por una persona, lo que representa un 4% más que el año anterior.

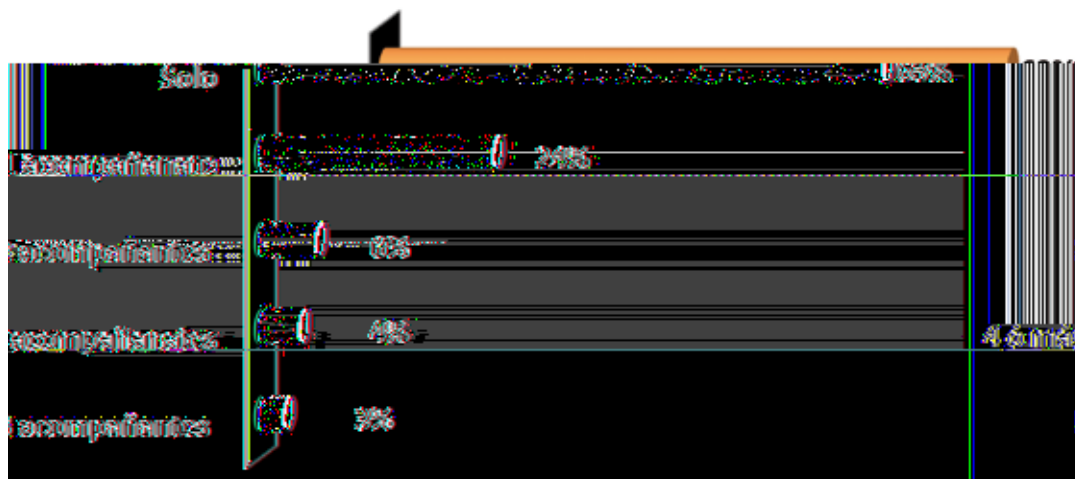
**Gráfico 45: Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante - Turistas Asistentes Nacionales**



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

Entre los extranjeros se dio la misma situación, siendo que el 63% viajó solo (un 15% menos que en 2010), mientras que el 24% prefirió ir acompañado por una persona, marcando una diferencia del 5% con el año anterior.

**Gráfico 46: Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante - Turistas Asistentes Extranjeros**



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

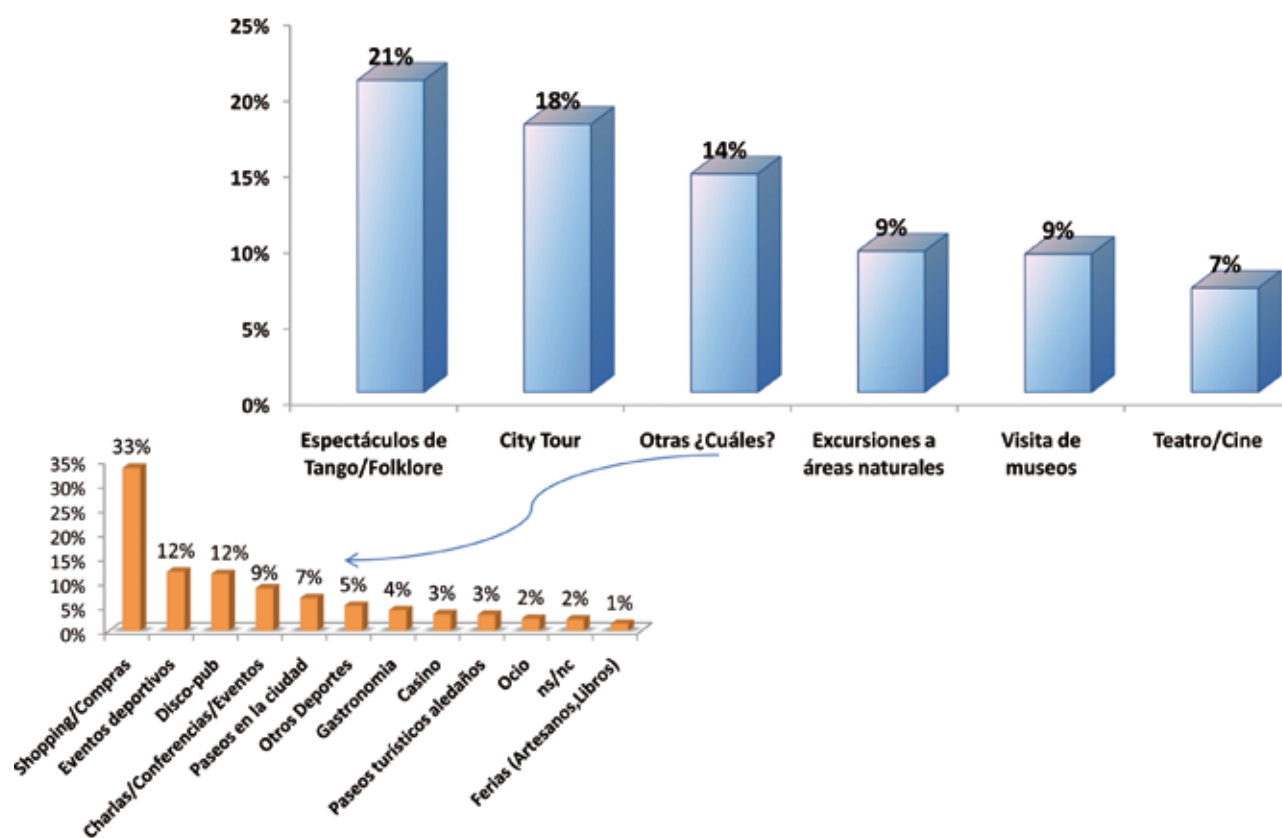
### 5.3.12 Actividades

El Estudio de Demanda se preocupa por conocer las actividades realizadas por los asistentes durante su viaje a la reunión, en el tiempo que no se encuentran participando del mismo. El objetivo de dicha información relevada es conocer las actividades turísticas que habitualmente se combinan o integran en un viaje con destino reunión.

La actividad Espectáculos de Tango fue la más practicada por los turistas asistentes nacionales, contabilizando un 21% del total de encuestados, mientras que los City Tours ocuparon el segundo lugar, dado que fue practicada por el 17% de los turistas asistentes nacionales.

Por otro lado la visitas a los museos como las excursiones a áreas naturales recibieron el 9% cada una de respuestas de preferencia. Por su parte, la categoría "Otras" representa el 14% de respuestas y, si la descomponemos, se observa que la actividad más elegida fueron los paseos de compras y shoppings (33%), seguida de lejos por la asistencia a eventos deportivos y las salidas a bares, discos y pubs (12% cada una).

Gráfico 47: Actividades – Turistas Asistentes Nacionales

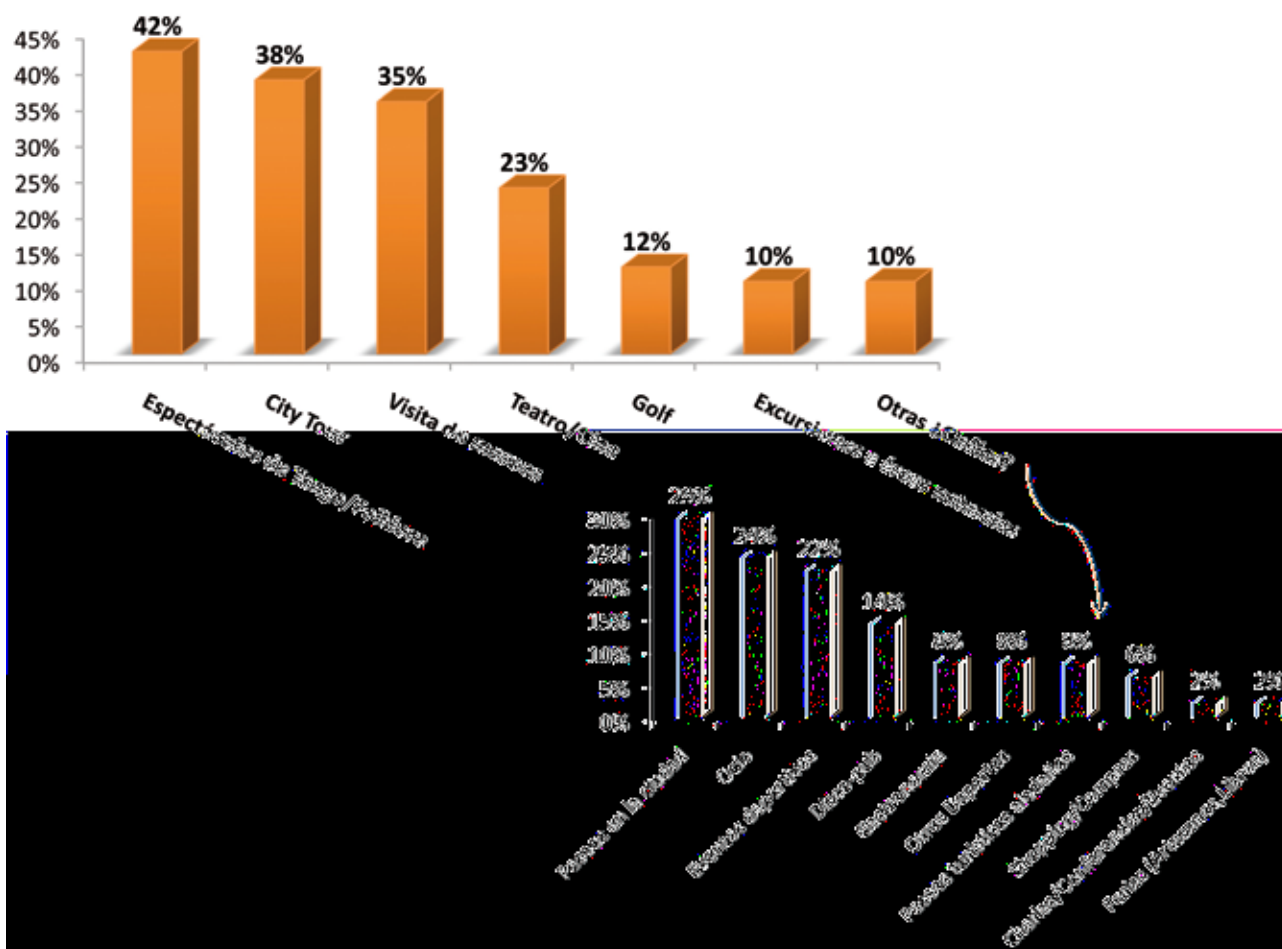


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

Entre los turistas asistentes extranjeros las actividades más frecuentemente realizadas fueron: Espectáculos de Tango y Folklore con 42%, seguidos por los City Tour que responden al 38% de los casos, seguidos a estos la visita a los museos alcanzó el 35% de respuestas positivas, los teatros y cines con un 23%.

Al descomponer la categoría "otras" (10% del total de turistas asistentes extranjeros) se aprecia que la categoría más elegida han sido los paseos por la ciudad (incluyendo visitas a Iglesias, paseos por sitios de interés público, etc. sin guía turística como el City-Tour), quedando en segundo lugar diferentes actividades referidas al ocio, seguidas por la asistencia a eventos deportivos.

Gráfico 48. Actividades – Turistas Asistentes Extranjeros



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

### 5.3.13 Gasto realizado durante la estadía

Una variable de importancia fundamental para conocer el impacto del turismo de reuniones como industria en progresivo crecimiento es el gasto realizado por los visitantes. La encuesta contempla los desembolsos hechos en alojamiento, transportes (local y aéreo de cabotaje), alquiler de vehículos, alimentos, excursiones, entretenimiento, compras realizadas y gastos de inscripción a la reunión y “otros” gastos no incluidos en las categorías anteriores.

Entonces, en primer lugar, debemos recordar la estadía media que se observa según el turista sea de origen nacional o extranjero, siendo que éste último se hospeda en el destino sede casi 2 días más, en promedio, que un turista argentino.

**Tabla 6: Estadía promedio según origen del turista asistente a C&C**

| <b>Turistas Asistentes</b>     | <b>Nacionales</b> | <b>Extranjeros</b> |
|--------------------------------|-------------------|--------------------|
| <b>Estadía Promedio (días)</b> | <b>3,2</b>        | <b>5,1</b>         |

Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

Analizando el gasto total realizado según el turista asistente concurrió a una reunión del grupo C&C, observamos que en caso de ser un visitante de origen nacional el gasto promedio durante su estadía fue de \$1.742, mientras que la estimación del desembolso por parte de un turista extranjero asciende a un total de \$7.923. Sin embargo, para que este dato sea más preciso se lo debe ajustar por la estadía media observada. En promedio los asistentes nacionales gastaron \$543 por día con una estadía media de 3,2 días; mientras que los extranjeros lo hicieron por \$ 1.554 por día con una estadía media de 5,1 días.

Según la Encuesta de Turismo Internacional (ETI) que realiza el INDEC, durante 2010 el gasto promedio diario por turista extranjero fue alrededor de \$430. Esto nos permite observar que el turismo de reuniones genera gastos entre los turistas asistentes extranjeros que son entre 3,5 y 4 veces superiores al promedio.

A continuación se presentan estos datos junto a su equivalente expresado en dólares estadounidenses.

**Tabla 7: Gasto promedio por persona en pesos para C&C**

| <b>Turistas Asistentes</b>         | <b>Nacionales</b> | <b>Extranjeros</b> |
|------------------------------------|-------------------|--------------------|
| Gasto Promedio Estadía por persona | \$ 1.742          | \$ 7.923           |
| Gasto Promedio Diario por persona  | \$ 543            | \$ 1.554           |

**Tabla 8: Gasto promedio por persona en dólares para C&C**

| <b>Turistas Asistentes</b>         | <b>Nacionales</b> | <b>Extranjeros</b> |
|------------------------------------|-------------------|--------------------|
| Gasto Promedio Estadía por persona | U\$S 409          | U\$S 1.860         |
| Gasto Promedio Diario por persona  | U\$S 127          | U\$S 365           |

Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

Por el otro lado, para el grupo F&E, un turista asistente nacional ha gastado \$1.120 promedio durante su estadía al evento, mientras que un turista asistente extranjero lo hizo por \$4.156. Ahora bien, ajustando este gasto según las estadías medias de cada tipo de asistente encontramos que un turista nacional ha gastado \$481 por día (con una estadía media de 2,33 días) al concurrir a una Feria o una Exposición, cuando un extranjero más que duplica dicho promedio al gastar \$1.077 por día (estadía media de 3,86 días).

**Tabla 9: Estadía promedio según origen del turista asistente a F&E**

| <b>Turistas Asistentes</b> | <b>Nacionales</b> | <b>Extranjeros</b> |
|----------------------------|-------------------|--------------------|
| Estadía Promedio (días)    | 2,33              | 3,86               |

**Tabla 10: Gasto promedio por persona en pesos para F&E**

| <b>Turistas Asistentes</b>         | <b>Nacionales</b> | <b>Extranjeros</b> |
|------------------------------------|-------------------|--------------------|
| Gasto Promedio Estadía por persona | \$ 1.121          | \$ 4.156           |
| Gasto Promedio Diario por persona  | \$ 481            | \$ 1.077           |

**Tabla 11: Gasto promedio por persona en dólares para F&E**

| <b>Turistas Asistentes</b>         | <b>Nacionales</b> | <b>Extranjeros</b> |
|------------------------------------|-------------------|--------------------|
| Gasto Promedio Estadía por persona | U\$S 263          | U\$S 975           |
| Gasto Promedio Diario por persona  | U\$S 113          | U\$S 253           |

Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

Al analizar el gasto centrado en el origen de los asistentes, encontramos una esperable aunque muy marcada diferencia entre el gasto de los mismos. Los turistas extranjeros que asistieron a Congresos y Convenciones han gastado por día 2,86 veces más que sus pares nacionales y los que concurrieron a Ferias y Exposiciones lo han hecho 2,24 veces más que un asistente nacional.

Sin embargo, al considerar que el turista extranjero usualmente permanece en la ciudad sede por más días que un turista nacional por lo que su impacto sobre la industria del turismo es mayor, siendo que en su estadía gasta 4,55 veces más que un turista nacional asistente a C&C y 3,71 veces cuando hablamos de F&E.

## 6. CONCLUSIONES



A pesar que durante el año 2011, el contexto internacional estuvo signado por los efectos de la crisis económico-financiera que se desató un par de años atrás, el desempeño económico de Argentina presentó un balance positivo. El PIB creció el 8,9%, ubicando al país en el segundo lugar, detrás de China, entre los países del G-20 que más crecieron en 2011. El crecimiento fue impulsado más fuertemente por los sectores productores de servicios (9,4% de crecimiento), entre estos, el sector Hoteles y Restaurantes creció un 7,9% en 2011.

Así, Argentina alcanzó el segundo lugar como receptor de turistas, dentro de América Latina. El principal receptor fue México y en tercer lugar se ubicó Brasil.

El Turismo de Reuniones, que es el objeto de análisis de este anuario, alcanzó un buen desempeño durante el 2011, quedando demostrado a partir del análisis que surge de los datos recolectados en base a los relevamientos llevados a cabo por el Observatorio Económico de Turismo de Reuniones en conjunto con los Organismos de Turismo de todo el país y de los Convention & Visitors Bureaus. Los resultados arrojan un total de 3.066 reuniones realizadas a nivel nacional, de las cuales 2.546 corresponden a la categoría de Congresos y Convenciones, 431 reuniones responden a la categoría Ferias y Exposiciones y las 89 reuniones restantes a Eventos Deportivos Internacionales. El total de asistentes para Congresos y Convenciones ascendió a 1.834.456 a nivel país, que generaron un gasto total de **\$ 4.512.932.190** para todo el país durante toda la estadía en la ciudad sede de la reunión.

La principal ciudad receptora de Turismo de Reuniones en 2011 fue la Ciudad de Buenos Aires donde se realizaron 753 reuniones, lo que representa un 25% del total de reuniones realizadas en el país. En segundo lugar se ubica la Ciudad de Córdoba con 267 reuniones, representando al 9% del total de reuniones, inmediatamente después se ubicó la ciudad de Rosario con 239 reuniones y una participación en el total de reuniones del 8%. En cuarto lugar se encuentra la ciudad de Santa fe con 212 reuniones y una participación del 7%. De esta manera, se observa una concentración geográfica de las reuniones realizados durante 2011, entre las primeras cuatro ciudades destinos, Ciudad de Buenos Aires, Ciudad de Córdoba, Rosario y Santa Fe, que acumulan el 49% de las reuniones relevados en todo el país por el Observatorio.

Al tener en cuenta el origen de los turistas asistentes a las reuniones el 83% fueron argentinos, mientras que el 17% de origen extranjero.

Las regiones que más turistas asistentes nacionales aportaron fueron la de Buenos Aires (Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Provincia de Buenos Aires) y la región Centro (Córdoba, Santa Fe, Entre Ríos y La Pampa). Entre los visitantes extranjeros, la mayoría provino de América del sur, los países que aportaron la mayor cantidad de turistas asistentes fueron Brasil (33%), Uruguay (21%) y Chile (11%)

Es para destacar que mientras los turistas asistentes argentinos visitan la ciudad sede de la reunión varias veces al año (35%), para la mayoría de los extranjeros ha sido su primera vez (76%). Así, los eventos ayudan a hacer conocidos destinos de nuestro país permitiendo que sus asistentes regresen en el futuro como lo confirma el hecho de que el 96% de los visitantes extranjeros expresaron su deseo de retornar principalmente por ocio. A su vez, la estadía media de los turistas asistentes del exterior (5,1 días) es mayor a la de los visitantes nacionales (3,2 días). El 60% de los argentinos permanece entre cero y tres días, mientras que el 57% de los extranjeros lo hace entre cuatro y siete días.

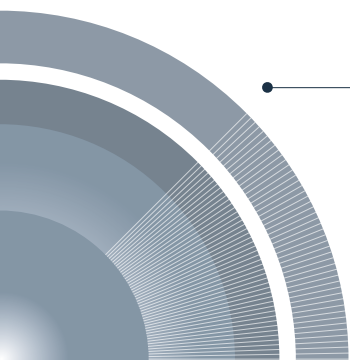
Entre los artículos comprados por los turistas nacionales se destacan los productos regionales en primer lugar, seguidos por la ropa y luego por los souvenirs. Por su parte, los extranjeros también priorizaron la compra de productos regionales, en este caso, seguida por los souvenirs y por ropa en tercer lugar. Entre las actividades realizadas, los city tours para los turistas nacionales y la visita a museos para los turistas extranjeros fueron las actividades más practicadas.

En líneas generales todos los servicios turísticos han recibido buenas evaluaciones, tanto por parte de los residentes nacionales, así como los extranjeros.

Al observar si los asistentes visitaron la sede acompañados, tanto los asistentes nacionales como los extranjeros lo hicieron con al menos una persona en el 21% y 24% de los casos respectivamente

A la hora de analizar los gastos totales realizados por los visitantes se aprecia que los argentinos gastaron en promedio \$1.742 pesos, mientras que los extranjeros gastaron \$7.923 pesos en la estadía por persona. Sin embargo, para que este dato sea más preciso se lo debe ajustar por la estadía media que es diferente según el origen del visitante. En promedio los asistentes nacionales gastaron \$543 pesos, mientras que los extranjeros \$1.554 pesos por día por persona. El turismo de reuniones genera gastos entre los asistentes extranjeros que son entre 2 y 3 veces superiores al promedio.

De esta manera se observa cómo en el año 2011, a pesar del crítico contexto internacional, el Turismo de Reuniones de la República Argentina siguió desarrollándose favorablemente. Es así que para el año 2012 se espera un crecimiento significativo del Turismo de Reuniones, tanto en cantidad de reuniones como en mayores niveles de gasto por parte de los turistas asistentes.



## 7. GLOSARIO

Tipología de reuniones que utiliza el Observatorio.

### Congresos y Convenciones (C&C)

**Congreso:** Reunión periódica que nuclea a los miembros de una asociación, organismo o entidad para debatir cuestiones previamente fijadas. Por lo general, se celebran una vez al año, aunque los de carácter internacional se suelen organizar cada 24 meses, y su duración oscila entre los dos y los cinco días.

**Jornada:** Encuentro que, con la modalidad de talleres o conferencias, trata un tema ante un auditorio y cuyos resultados se publican posteriormente. Esta denominación se debe a que cada tema se desarrolla durante un solo día, se realizan las disertaciones, se debate y se arriba a conclusiones en una misma jornada.

**Encuentro:** Una reunión que posee las características de una flexibilidad en la forma y dinámica que puede adquirir según lo determine el organizador, siendo variable su duración y el alcance de su convocatoria acorde a la temática que lo origina. Puede estar organizado por una asociación para fomentar una actividad concreta.

**Seminario:** Reunión de estudio donde se desarrolla en profundidad un tema determinado. Cada uno de los oradores expone en forma individual desde su área específica y desde su punto de vista. Suele darse como actividad integrada o paralela en algunos congresos.

**Conferencia:** Encuentro convocado por una persona, empresa o entidad para transmitir un mensaje o dar a conocer un tema en particular, generalmente por invitación. Deben ser de corta duración para poder aprovechar al máximo la atención del auditorio y tratan un temario limitado.

**Simposio:** Reunión de un grupo de entre tres y seis expertos o técnicos que exponen sucesivamente distintos aspectos del asunto tratado con una cantidad limitada de personas. Cada intervención se extiende durante 15 minutos y aborda un es

estudio de

convención

de

## Ferias y Exposiciones (F&E):

**Ferias:** Son comerciales. En la feria se vende y eventualmente el producto se entrega en el lugar. Predomina la comercialización de los productos y servicios in situ.

**Exposiciones:** Predominantemente son promocionales e institucionales y de envergadura o nivel superior. Sólo se exhiben y promocionan productos y servicios pero el proceso completo de venta no se realiza en el momento, independientemente de la magnitud de la muestra. Aquellas donde ocurre sólo su exhibición y promoción.

**Evento deportivo de alcance internacional (EDI):** Eventos que convocan a atletas de diferentes países a participar de un torneo o competencia que se realiza durante más de una jornada. Son eventos que se realizan de manera regular y su sede rota por diversos países. Por ejemplo: Juegos Sudamericanos ODESUR, Mundial de Básquet FIBA, Champions Trophy de Hockey, Rally Dakar, entre otros.

