



Anuario Estadístico del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina 2015





Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina

Ministro de Turismo de la Nación y Presidente del Instituto Nacional de Promoción Turística

Gustavo Santos

Secretario de Turismo

Alejandro Eloy Lastra

Subsecretaria de Desarrollo Turístico

Silvana Elizabeth Biagiotti

Subsecretario de Promoción Turística

Fernando García Soria

Director de Estudios de Mercado y Estadística de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico

Subsecretaría de Desarrollo Turístico

Rodrigo Oliver

Secretario Ejecutivo del Instituto Nacional de Promoción Turística

Roberto Palais

Director de Productos Turísticos del Instituto Nacional de Promoción Turística

Pablo Sismanian

Presidente de la Asociación Argentina de Organizadores y

Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos

Enrique Antonio Pepino

Director Ejecutivo de la Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos

Fernando Llambí

Rector de la Universidad de Buenos Aires

Alberto Edgardo Barbieri

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires

Cesar Albornoz

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:

Rodrigo Oliver (MINTUR)

Fernando Llambí (AOCA)

Pablo Singerman y Camilo Makón (FCE-UBA)

Staff:

Emora Franco (INPROTUR)

Candela Bazan (INPROTUR)

Santiago Vega (INPROTUR)

Alicia Schiaretta (AOCA)

María Belén Gatiús Malbrán

Silvana Lamas

Sofía Bentancur

Magalí Urricelqui

Índice

1	Resumen Ejecutivo	11
2	Contexto Internacional	14
2.1	Estados Unidos.....	15
2.2	Europa	16
2.3	América Latina	16
2.3.1	Chile	17
2.3.2	Brasil	18
3	Situación Macroeconómica Nacional.....	20
3.1	Actividad Económica	20
3.2	Sector Fiscal	22
3.3	Monetario	23
3.4	Reservas Internacionales	24
3.5	Base Monetaria	25
3.6	Balance Comercial.....	26
4	Situación del Turismo	28
4.1	El turismo en el mundo.....	28
4.2	El turismo en Argentina	31
4.3	Turismo de Reuniones en el mundo	36
5	Resultados estadísticos del Turismo de Reuniones en Argentina.....	40
5.1	Reuniones identificadas.....	49
5.1.1	Distribución temporal	49
5.1.2	Tipos de reuniones.....	50
5.1.3	Distribución geográfica	52
5.2	Análisis del agrupamiento C&C.....	62
5.2.1	Temáticas de los C&C.....	62

5.2.2	Duración de los C&C	63
5.2.3	Cantidad de asistentes.....	63
5.2.4	Cantidad de asistentes promedio por temática de los C&C	64
5.2.5	Tipos de sedes de las reuniones C&C.....	64
5.3	Análisis del agrupamiento F&E	66
5.3.1	Temáticas de las F&E	66
5.3.2	Duración de las F&E	66
5.3.3	Cantidad de asistentes.....	67
5.3.4	Cantidad de asistentes promedio por temática de las F&E	68
5.3.5	Tipos de sedes de las reuniones F&E	68
5.4	Análisis del agrupamiento EDI	70
5.4.1	Duración de los EDI.....	70
5.4.2	Cantidad de asistentes.....	71
5.5	Análisis del agrupamiento INCENTIVOS.....	72
5.5.1	Temáticas de las INC	72
5.5.2	Duración de las INC.....	72
5.5.3	Tipos de sedes de las reuniones INC.....	73
5.6	Estudio de Demanda en C&C	74
5.6.1	Estudio de Demanda en C&C para turistas nacionales	74
5.6.2	Estudio de Demanda en C&C para los turistas extranjeros	83
5.7	Estudio de Demanda en F&E	93
5.7.1	Estudio de Demanda en F&E para turistas nacionales	94
5.7.2	Estudio de Demanda en F&E para turistas extranjeros	103
5.8	Estudio de Demanda en EDI.....	114
5.8.1	Estudio de Demanda en EDI para turistas nacionales	114
5.8.2	Estudio de Demanda en EDI para turistas extranjeros	124
6	Conclusiones	133
7	Glosario	136



Anuario 2015

Turismo de Reuniones en Argentina

Economía

PBI Mundial + 3%

Desaceleración de las economías emergentes
Crecimiento moderado de economías desarrolladas

La Economía

Argentina

Tendencia de signo negativo en los últimos 5 años

↑2,4% (2015 vs. 2014)

Turismo



Turismo de Reuniones



Ranking ICCA
Ciudades con 5 o más Congresos Internacionales

ARGENTINA



181 CONGRESOS
REPRESENTAN EL 4,45%
DE LOS 4063 C&C

Superando a New York, Rio de Janeiro, San Pablo, México, Dubai, Shanghai, Frankfurt, Tokio, Washington y Vancouver, entre otras

PUESTO 1 en todo el continente americano por séptimo año consecutivo.

También se destacan como destino de congresos internacionales

Bahía Blanca, Bariloche, La Rioja, Neuquén, Puerto Madryn, Resistencia, Río Cuarto, San Luis, San Salvador de Jujuy, Santa Fe, Santiago del Estero, Tandil y Ushuaia.

C&C Congresos y Convenciones
4.063

4.708
Reuniones
Identificadas en
Argentina
296
Incentivos
Identificados



F&E
Ferias y Exposiciones
497

EDI
Eventos Deportivos
Internacionales
148

**Anuario
2015**

65% Se realizaron
en **10**
localidades
35%
287 localidades



NACIONALES
AR\$ 1.182
EXTRANJEROS
AR\$ 2.647

EDI

\$
GASTO PROMEDIO DIARIO

NACIONALES
AR\$ 1.288

F&E

EXTRANJEROS
AR\$ 1.933

C&C
NACIONALES
AR\$ 1.612
EXTRANJEROS
AR\$ 2.776



Estadia promedio diaria

	NACIONALES	EXTRANJEROS
C&C	↑2,9 días	↓4,5 días
F&E	↓2,1 días	↓3,6 días
EDI	↓2,7 días	↓4,1 días



C&C

ASISTENTES
256.220
TURISTAS EXTRANJEROS
1.081.504
TURISTAS NACIONALES
912.656
LOCALES



F&E

ASISTENTES
123.878
TURISTAS EXTRANJEROS
3.597.068
TURISTAS NACIONALES
6.439.909
LOCALES

*Las flechas indican variaciones respecto al 2014

1 Resumen Ejecutivo

- En 2015, el **PIB mundial aumentó un 3,1%**, 0,3 puntos porcentuales menos que el crecimiento arrojado para el 2014. La merma del crecimiento estuvo influenciada por la desaceleración de las economías emergentes en general (que pasaron de un crecimiento de 4,6% en 2014 a 4% en 2015) y, dentro de este grupo, por Brasil y particularmente China. Las economías avanzadas, por su parte, crecieron tan sólo un 1,9%.
- Las **llegadas de turistas a nivel global** crecieron un 4,4% durante 2015 alcanzando la cifra de 1.184 millones, constituyendo de este modo un nuevo récord histórico, al ser el sexto año consecutivo de crecimiento superior a la media. El crecimiento en los destinos de las economías avanzadas (+5%) superó al de las economías emergentes (+4%) gracias, sobre todo, a los excelentes resultados de Europa (+5%). Los **ingresos generados por visitantes internacionales** en alojamiento, alimentación, ocio, compras y otros servicios y bienes ascendieron, según estimaciones de la OMT, a US\$ 1.232.000 millones en 2015, lo que representa un aumento del 3,6% con respecto al año anterior.
- Analizando la serie histórica de los últimos 5 años, se observa una tendencia de signo negativo en la evolución de la **economía argentina**. Sin embargo, la misma creció, durante el 2015, 2,4% con respecto al año anterior, que había caído -2,5%. La devaluación acumulada fue del 60%. Las reservas internacionales del Banco Central cerraron el año con USD 25.563 millones y la base monetaria se expandió un 35%.
- El 2015 mostró una caída del 3,3% de **arribos de turistas extranjeros** que arribaron a Argentina con respecto al 2014, alcanzando los 5,7 millones. Los arribos de extranjeros fueron 70% de países limítrofes. La cantidad de **residentes argentinos que viajaron al exterior** ascendió a 7,8 millones en 2015, representando un 19,8% de aumento con respecto al 2014.
- El 2015 mostró su segundo año de baja de **argentinos viajando por el país**. Disminuyó 4,8% con respecto al 2014. Esto tiene explicación por la distorsión cambiaria que incentivó los viajes al exterior y la especulación sobre la devaluación, que hizo que los argentinos anticipen sus viajes al exterior, en detrimento del turismo interno.
- Durante el año 2015, 19,5 millones de viajeros se hospedaron en establecimientos hoteleros y para hoteleros, representando un 0,8% más que el año anterior. **La tasa de ocupación hotelera fue, en promedio, del 42,5%**. La Ciudad de Buenos Aires fue el principal destino elegido por los turistas para pernoctar, representando el 26% del total.
- **El Turismo de Reuniones en el mundo:** Según la *International Congress & Convention Association (ICCA)*, durante 2015 fueron identificados 12.076 congresos internacionales en el mundo, implicando un crecimiento del 4,96% respecto del año anterior.
- Argentina alcanza en 2015 el puesto 23° del ranking mundial con 181 congresos internacionales realizados, con 10 reuniones menos, lo que implicó una caída de 5 posiciones respecto al año 2014. A

nivel latinoamericano, la Argentina se consolida en el tercer puesto detrás de Brasil (1º) y México (2º) en cantidad de congresos internacionales registrados. En 2015 hubo 11 destinos de la Argentina incluidos dentro del ranking de ICCA, con más de 5 congresos internacionales cada uno, entre los que se destaca la Ciudad de Buenos Aires, que ocupa por séptimo año consecutivo el primer puesto en cantidad de congresos internacionales en todo el continente americano.

- **El Turismo de Reuniones en Argentina:** a partir de la información remitida por los referentes técnicos de los destinos sede, en el 2015 se identificaron **4.708 reuniones** en Argentina, de las cuales 4.063 fueron aquellas agrupadas en Congresos y Convenciones (C&C)¹, 497 Ferias y Exposiciones (F&E)² y 148 Eventos Deportivos Internacionales. En cuanto a Incentivos (INC) se identificaron 296 reuniones.
- Las reuniones se concentraron en su mayoría durante el segundo semestre del año, principalmente entre los meses de agosto y noviembre, período en el que se desarrollaron cerca del 53% de las mismas.
- El destino sede con mayor cantidad de reuniones fue la Ciudad de Buenos Aires (24%), seguida por Mendoza, Córdoba, Mar del Plata, Rosario, Salta, La Plata, Santa Fe, Resistencia y San Miguel de Tucumán. En su conjunto, estas 10 localidades concentraron el 65% de las reuniones identificadas en el país, frente a un restante 35% distribuido en 287 localidades. Mientras que en el año 2014 las primeras 10 localidades concentraron el 67% de las reuniones identificadas en el país, frente a un restante 33% distribuido en 271 localidades.
- Se estima que a reuniones de C&C asistieron un total de **2.250.380** personas (un 10% menos que en el año 2014), de las cuales 1.081.504 fueron turistas nacionales (frente a 1.446.058 del 2014), 256.220 turistas extranjeros (299.184 en 2014) y 912.656 asistentes locales que son los residentes en el destino sede (747.961 en 2014). En tanto que a las F&E asistieron **10.160.855** personas (un 18% menos que en el año 2014), de las cuales 3.597.068 fueron turistas nacionales (frente a 3.667.980 del 2014), 123.878 turistas extranjeros (114.852 en 2014) y 6.439.909 asistentes locales (8.649.323 en 2014).³
- La estadía promedio de los turistas asistentes a C&C fue de 2,99 días para los turistas nacionales (representando un aumento del 8% respecto al 2014) y de 4,47 para los turistas extranjeros (representando una disminución del 5% respecto al 2014). Asimismo, la estadía promedio de los turistas asistentes a F&E fue de 2,05 días para los turistas nacionales (representando una disminución del 18% respecto al 2014) y de 3,57 para los turistas extranjeros (representando una disminución del 15% respecto al 2014). Por último, la estadía promedio de los turistas asistentes a EDI fue de 2,78 días para

¹C&C comprende: Conferencia, Congreso, Convención, Encuentro, Foro, Jornada, Seminario y Simposio.

²F&E comprende: Feria, Exposición y Workshop.

³Con relación a los EDI no se cuenta con datos de asistentes totales, ante la falta de información declarada por los referentes técnicos.

los turistas nacionales (representando una disminución del 11% respecto al 2014) y de 4,08 para los turistas extranjeros (representando una disminución del 9% respecto al 2014).

- El gasto promedio durante la estadía de los turistas nacionales asistentes a C&C fue de \$ 4.826; en tanto para los turistas extranjeros fue de \$ 12.409. El gasto promedio durante la estadía de los turistas nacionales asistentes a F&E fue de \$ 2.636, mientras que para los turistas extranjeros fue de \$ 6.894.⁴

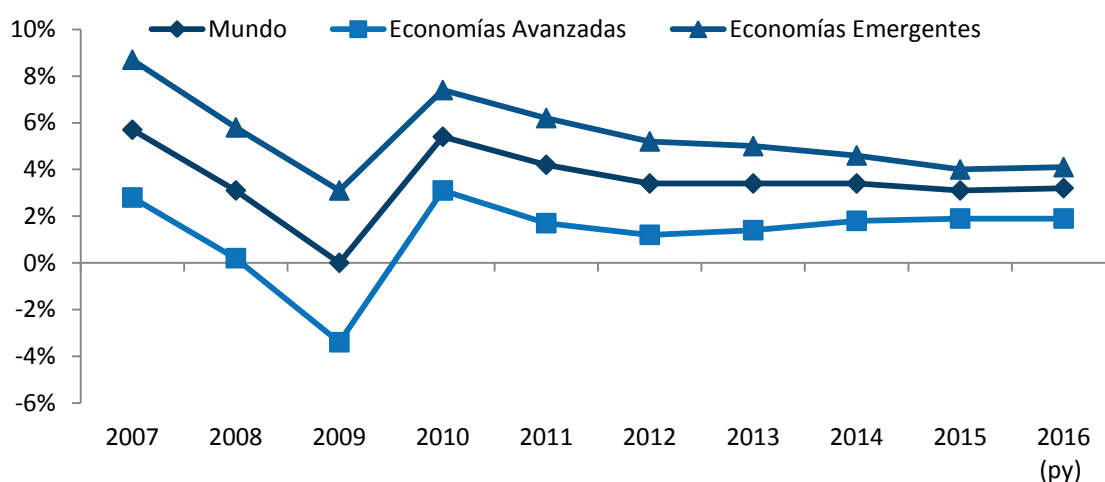
⁴A partir de los cambios en los criterios de medición de las estadísticas nacionales, se encuentra en proceso de análisis la expansión del gasto total.

2 Contexto Internacional

En las últimas décadas, las economías emergentes crecieron a tasas más altas que las economías avanzadas, e incluso que el promedio de crecimiento mundial. Se espera que esta tendencia se mantenga en los próximos años. En 2015, las economías en desarrollo registraron un crecimiento del 4%, mientras que las centrales lo hicieron tan sólo un 1,9%. El PBI mundial aumentó un 3,1% impulsado por la economía de los países en vías de desarrollo, y de Brasil y China en particular.

Gráfico N°1: Tasas de Crecimiento Mundial

Variación porcentual del PIB respecto a igual período del año anterior. 2007-2016



Fuente: Elaboración propia en base a datos World Economic Outlook. FMI.

(py)= datos proyectados

La crisis económica e institucional que está atravesando nuestro país vecino, se vio reflejada en una gran caída de su PBI (3,8%) durante el 2015. La República Popular China, a su vez, exhibió por primera vez desde 1990 una tasa de expansión menor al 7% (6,9% en 2015). Esta desaceleración en su crecimiento se vio influenciada por la caída bursátil y la devaluación del yuan en agosto del 2015.

Por el lado de las economías avanzadas, se destaca el aumento de 1,7 puntos de la Zona Euro, alcanzando su segundo año consecutivo de crecimiento, clara señal de recuperación frente a la crisis que explotó en el 2010 en los países periféricos de la Unión Europea, Grecia e Irlanda. Este desempeño se encuentra respaldado por los precios más bajos del petróleo, así como por la aplicación de políticas fiscales favorables y medidas de expansión monetaria por parte del Banco Central Europeo. La incertidumbre política generada por la ola de refugiados, y la salida por parte del Reino Unido de la Unión Europea, son riesgos internos de gran importancia.

Para el 2016, se espera una aceleración del crecimiento mundial de 0,1 puntos porcentuales. Por un lado, resulta riesgosa una desaceleración de la economía china, dada su magnitud e importancia en la actividad económica mundial, el comercio y la demanda de materias primas. Por otra parte, aún se espera el impacto en los mercados por el aumento de las tasas de interés de referencia que la Reserva Federal de Estados Unidos realizó en diciembre del 2015 por primera vez en casi diez años. Si bien no existe un comportamiento lineal ni hay consenso de la repercusión del aumento de la misma en la economía mundial, la CEPAL alerta sobre una probable menor disponibilidad de financiamiento para mercados emergentes, en el sector financiero.

Cuadro N° 1: Tasas de Crecimiento Mundial

En porcentaje. 2013-2016

	2013	2014	2015	2016 (py)
PBI Mundial	3,4	3,4	3,1	3,2
Economías Avanzadas	1,4	1,8	1,9	1,9
Estados Unidos	2,2	2,4	2,4	2,4
Eurozona	-0,5	0,9	1,6	1,6
Alemania	0,4	1,6	1,5	1,5
Francia	0,7	0,2	1,1	1,1
Italia	-1,7	-0,3	0,8	1,0
España	-1,7	1,4	3,2	2,6
Japón	1,4	-0,0	0,5	0,5
Reino Unido	2,2	2,9	2,2	1,9
Economías Emergentes	5,0	4,6	4,0	4,1
América Latina y el Caribe	2,9	1,3	-0,1	-0,5
Brasil	2,7	0,1	-3,8	-3,8
Argentina	2,9	0,5	1,2	-1,0
Chile	4,3	1,8	2,7	1,5
China	7,7	7,3	6,9	6,5
India	6,6	7,2	7,3	7,5

Fuente: Elaboración propia en base a datos World Economic Outlook. FMI

2.1 Estados Unidos

La economía estadounidense continúa mostrando solidez en su recuperación. Con el crecimiento del 2,4% de su Producto Bruto Interno; el 2015 se consolida como el cuarto año con tasas de crecimiento mayores al 2% y al promedio de crecimiento del total de las economías avanzadas. Esta recuperación dio lugar a una mejora sustantiva en materia de empleo, variable que se ha convertido en uno de los principales determinantes de la política monetaria norteamericana tras la crisis de 2008/2009. De hecho, en 2015 la tasa de desempleo fue de 5,3%, la más baja en siete años.

Las exportaciones crecieron un 1,13%; un ritmo menor que el de las importaciones, que lo hicieron a un 4,9%. Para 2016, las perspectivas son buenas. Según el FMI, la economía de Estados Unidos se expandirá un 2,4% y el desempleo caerá 0,4%.

2.2 Europa

La Zona Euro sigue mostrando señales de recuperación, figurada en una tasa de crecimiento positiva de 1,6%. Impulsada por el fuerte estímulo monetario por parte del Banco Central Europeo (ECB) y el Banco Europeo de Inversiones (BEI), es el segundo año consecutivo que muestra tasas de crecimiento positivas, dejando atrás las crisis de 2008, que generó tasas de crecimiento negativas para ese periodo y se extendió entre 2011 y 2013. Según datos del FMI, se proyecta mantener durante el 2016 un nivel de crecimiento de 1,6%.

La expansión estaría liderada por España, con una suba de 2,6%, consolidando su recuperación luego del crecimiento de 3,2 % - 1,6 puntos porcentuales por encima del promedio de la eurozona- durante el 2015.

Las medidas de fomento a la demanda aplicadas por la Unión Europea, aún no dinamizaron la actividad al punto tal de paliar las altas tasas de desempleo que exhibe la región. Si bien sigue una tendencia a la baja luego de llegar a su pico de 11,98% en 2013, aún sigue exhibiendo valores por encima del 10% (10,9% en 2015). Para los casos particulares, el panorama se torna más difícil: durante el 2015, Grecia mantuvo una tasa de desempleo del 25%, España, de 22% e Italia de 11,9%.

2.3 América Latina

En 2014, de acuerdo a la CEPAL⁵, el producto interno bruto (PIB) de América Latina y el Caribe se contrajo un 0,4%. El bajo crecimiento regional obedece principalmente al menor dinamismo alcanzado por las economías sudamericanas, que pasaron de crecer en promedio 0,6% en 2014, a caer 1,6% en 2015. En este sentido, la crisis económica en Brasil, la economía más grande de la región, explica este resultado.

Asimismo, los precios de los productos básicos que exporta la región se han deteriorado, afectando a los términos de intercambio. Se estima que, durante el 2015, el deterioro fue de 9% para la región. Para América del Sur, el precio de los productos exportados fue un 13% menor, comparado con el de los productos importados. Las mayores pérdidas las tuvieron los países exportadores de hidrocarburos como Colombia, Bolivia y Venezuela. Sin embargo, aquellos países exportadores de productos primarios, como la soja, también

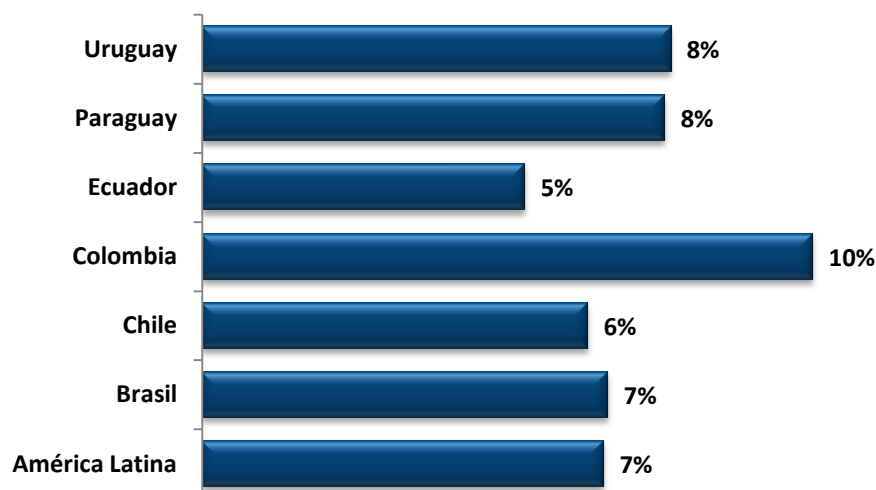
⁵Comisión Económica para América Latina y el Caribe

sufrieron grandes deterioros, sobre todo con la devaluación de la moneda china. Para 2016, se espera que la tendencia siga siendo negativa.

Las cifras son poco alentadoras también en términos de empleo: durante el 2015, la tasa de desempleo alcanzó el 6,6%, aunque con un leve aumento de 1,2% en el salario real promedio de la región.

Gráfico N°2: Tasa de desempleo

Año 2015



Fuente: Elaboración propia en base a datos de CEPAL.

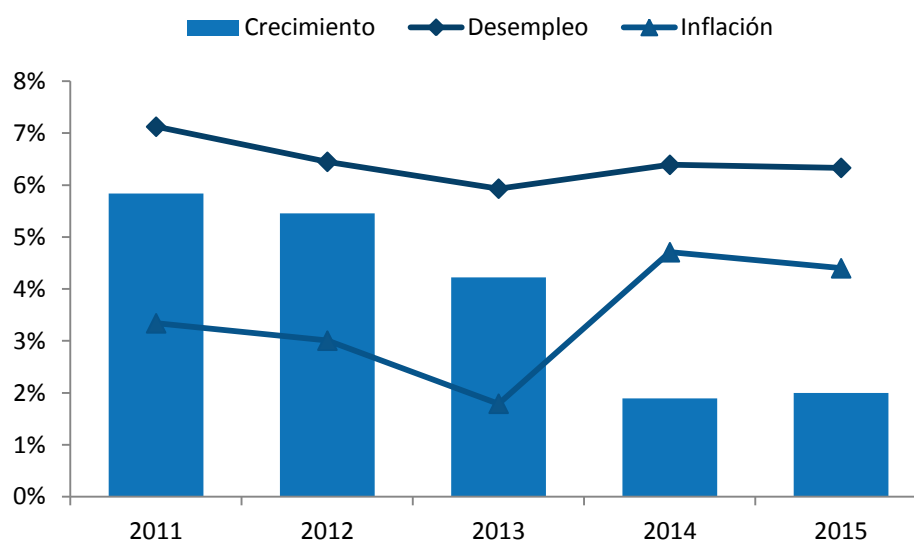
Para el 2016, la región enfrenta distintos desafíos. Si bien la CEPAL pronostica una tasa de crecimiento de 0,2%, esta no tendrá la fuerza suficiente para estimular la demanda laboral y la generación de empleos. Para aquellas economías más vinculadas con la evolución de China, principal demandante de sus exportaciones y una gran fuente de financiamiento, el escenario futuro se proyecta aún más débil.

2.3.1 Chile

Durante 2015 la economía chilena creció un 2%, un porcentaje de expansión apenas mayor al del año anterior (1,9%). Este país fue el que exhibió mayores tasas durante los años 2010 (5,8%) y 2012 (5,5%). El enfriamiento desde el año 2014 se explica por un retroceso en el sector minero debido al fin del ciclo de inversión, la caída de los precios del cobre y el declive en el consumo privado.

Gráfico N°3: Chile: Crecimiento, Inflación y Desempleo

Tasa de Variación frente al mismo periodo del año anterior. En porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a Instituto Nacional de Estadística (INE) de Chile

En 2015, la inflación media anual alcanzó un 4,4%. La tasa de desocupación llegó a un 6,3% (frente a un 6,4% en 2014), mientras que el balance fiscal del gobierno central pasó de un superávit del 0,5% del PBI en 2013, a un déficit del 2,1% en 2015, debido a la menor recaudación resultante de la débil demanda interna, a pesar de la reforma tributaria introducida en 2015 y la caída del precio del cobre.

Las perspectivas de la economía chilena para el año 2016 están condicionadas por el contexto internacional, del cual no se prevé que mejorará al menos en el corto plazo. En principio, se prevé una desaceleración para 2016, con un avance del PIB del 1,9% dado el bajo precio de cobre y la falta de recuperación de la demanda interna.

2.3.2 Brasil

La economía brasileña sufrió en 2015 la peor caída de su PBI (-3,8%) de los últimos 25 años, en un contexto de una crisis política e institucional que agrava a su vez su situación económica. Analistas del mercado consultados semanalmente por el Banco Central de Brasil proyectan una retracción del 3,54% en 2016 y, de cumplirse, el país acumularía dos años consecutivos con una variación negativa en su PIB por primera vez desde 1930.

Otros agregados macroeconómicos también muestran resultados desfavorables. La inflación trepó al 10,67% anual, el máximo nivel en trece años. Y el desempleo alcanzó **en 2015 una tasa promedio del 8,5 %**, la mayor desde la implementación de la nueva medición en 2012. La tasa de desempleo en 2014 había sido del 6,8 %. De

acuerdo con el IBGE⁶ 9,08 millones de personas estaban sin empleo en el último trimestre de 2015, lo que supone 2,6 millones más en comparación con el período octubre-diciembre de 2014.

La apuesta para la recuperación en 2016, pasa por el consumo privado, las exportaciones y luego por la inversión, para lo cual se aprobó un gigantesco plan de infraestructuras, que alcanza los 64.000 millones de dólares. Sin embargo, las perspectivas no son las mejores.

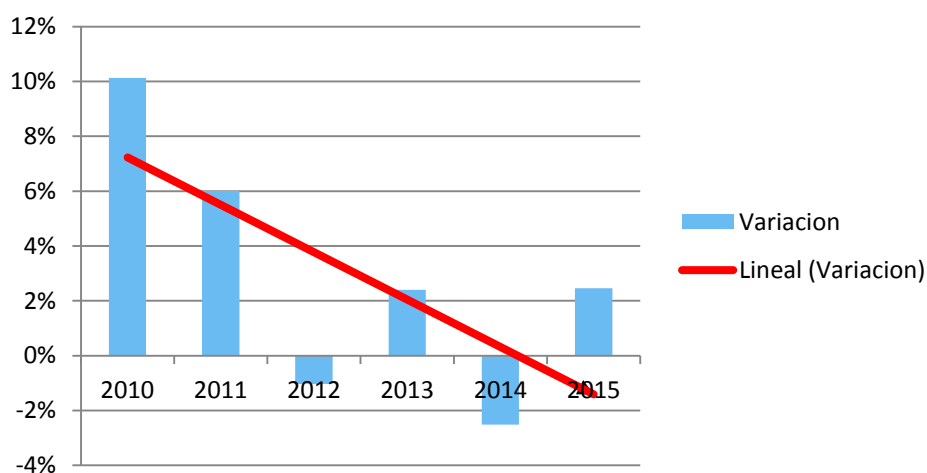
⁶Instituto Brasileiro de Geografia y Estatística

3 Situación Macroeconómica Nacional

3.1 Actividad Económica

Analizando la serie histórica de los últimos 5 años, se observa una tendencia de signo negativo en la evolución de la economía argentina. Sin embargo, la misma creció, durante el 2015, 2,4% con respecto al año anterior, que había caído -2,5%.

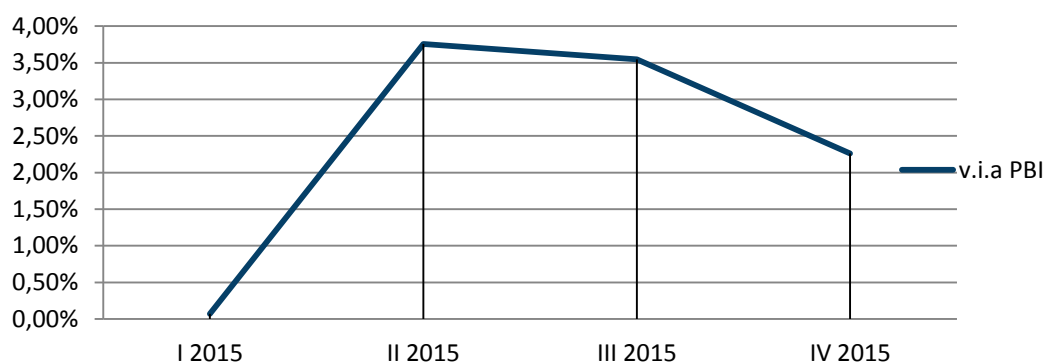
Gráfico N°4: Evolución de la variación interanual PBI argentino 2010-2015 (en pesos 2004)



Fuente: elaboración propia en base a datos del INDEC.

En términos desagregados por trimestre, el propio 2015 sufrió una marcada caída del producto bruto interno a partir del segundo trimestre del año.

Gráfico N°5: Variación interanual trimestral del PBI 2015



Fuente: elaboración propia en base a datos del INDEC.

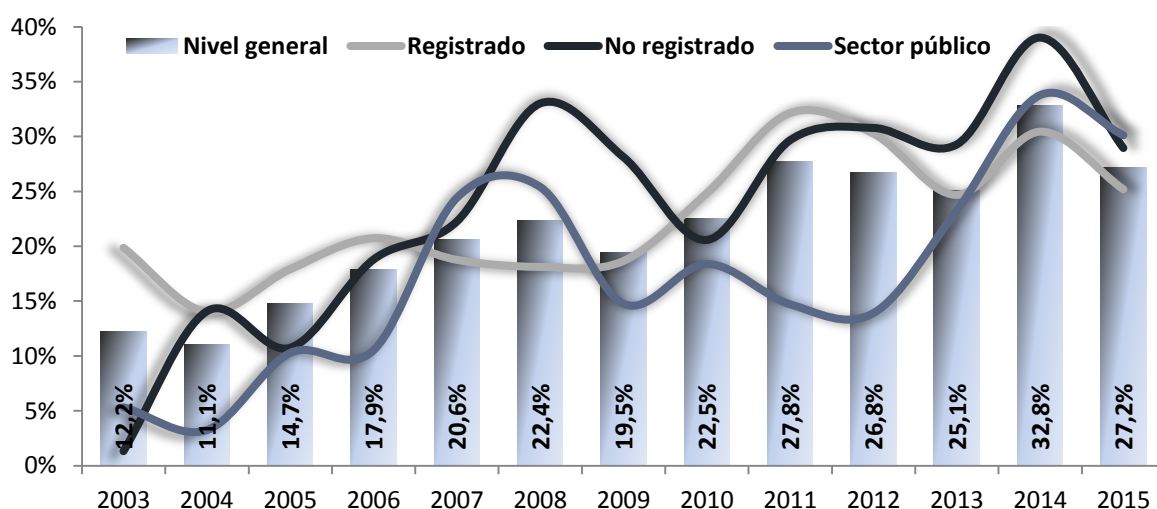
En 2015 el crecimiento de la economía estuvo impulsado por el sector agropecuario (6,7%) a partir de un nuevo récord histórico de la soja alcanzando los 60 millones de toneladas para la campaña 2014/2015. Con un crecimiento más moderado se encuentran la construcción (2,9%), la explotación de minas y canteras (2,8%) y el comercio mayorista, minorista y reparaciones (2,7%). Los sectores que tuvieron una baja performance en el crecimiento interanual fueron: la industria manufacturera (0,2%) y los **servicios de hotelería y restaurantes** (0,9%).

El nivel general de los salarios nominales promedió un incremento anual del 27,2%. Este incremento estuvo liderado por el sector público (30%), seguido por el sector privado no registrado, con un 29% de aumento. Las remuneraciones del sector privado registrado, por su parte, crecieron un 25% anual en promedio.⁷

En este contexto, las ventas en supermercados aumentaron un 28% con respecto a 2014 y las ventas en shoppings y centros de compras crecieron un 34,5% mostrando dinamismo a lo largo de todo el año, particularmente impulsado por las facilidades de compras en cuotas y la incertidumbre sobre el futuro tipo de cambio.

Gráfico N°6: Dinámica Salarial

Índice de Salarios (INDEC), base abril del 2012=100. Variaciones anuales. Años 2003-2015



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC.

⁷ Fuente: INDEC

El Estimador Mensual Industrial (EMI), registró una leve evolución, del 1%, para el 2015. Los rubros que más crecieron fueron papel y cartón (7,4%), productos minerales no metálicos (6,9%), caucho y plástico (6,6%), metalmecánica excluida industria automotriz (4%), refinación de petróleo y alimentos y bebidas con igual crecimiento del (2,1%). Los que mostraron variaciones negativas fueron productos de tabaco (-9,5%), industrias metálicas básicas (-6,9%), productos textiles (-3,1%) y sustancias y productos químicos (-1,4%)

El Indicador sintético de la actividad de la construcción (ISAC)⁸, que muestra el nivel de actividad del sector construcción, indicó que el 2015 creció un 7% en comparación al año anterior. Si bien durante todo el año se observó un aumento de la construcción, en los meses de abril, junio y julio se registraron los mayores picos, alcanzando una evolución de hasta el 16%. El mayor dinamismo se vio en las obras para viviendas (8,6%) y obras de infraestructura (no viales) (7,1%).

La restricción a la compra-venta de moneda extranjera (“cepo cambiario”) generó consecuencias negativas en relación al turismo de reuniones, debido a la dificultad de los organizadores de eventos internacionales para girar utilidades al exterior.

Por otra parte, la falta de acuerdo con los *holdouts* generó una restricción al acceso de mercado de capitales globales, abreviando las factibilidades de inversión y de pago de deuda acumulada hasta el momento. Al no poder recurrir a nueva deuda para financiar la anterior, se optó por pago vía dos alternativas: la emisión monetaria y disminución de las reservas, lo que en consecuencia provocó una mayor inestabilidad y caída en los índices de confianza de la moneda local.

3.2 Sector Fiscal

Los Ingresos Totales del Gobierno Nacional alcanzaron los \$1.323.192 millones en el 2015, cifra que implicó un aumento del 29% respecto al 2014.

El componente del ingreso que más aumentó interanualmente fue el rubro transferencias corrientes al registrar un aumento del 609%, pasando de \$407 en 2014 a \$2.888 en 2015. Por su parte, el Gasto Primario (gasto antes de pago de intereses de deuda) fue de \$1.427.688,0 millones, con un aumento 34%. Al interior del gasto, se observa que el componente que más aumentó (47%) fue el de prestaciones de la seguridad social.

En este contexto, las finanzas públicas presentan un empeoramiento. El resultado primario, diferencia entre Ingresos Totales y Gasto Primario, registró por cuarto año consecutivo un saldo negativo, en 2015 alcanzo los \$

⁸Fuente: INDEC – Datos 2015 hasta octubre y contrastación con igual periodo 2014.

104.495 millones. En tanto, el Resultado Fiscal (diferencia entre Ingresos Totales y Gastos Totales) presentó un empeoramiento de 106% con respecto a 2014 y arrojó un déficit de \$ 225.636 millones.

3.3 Monetario

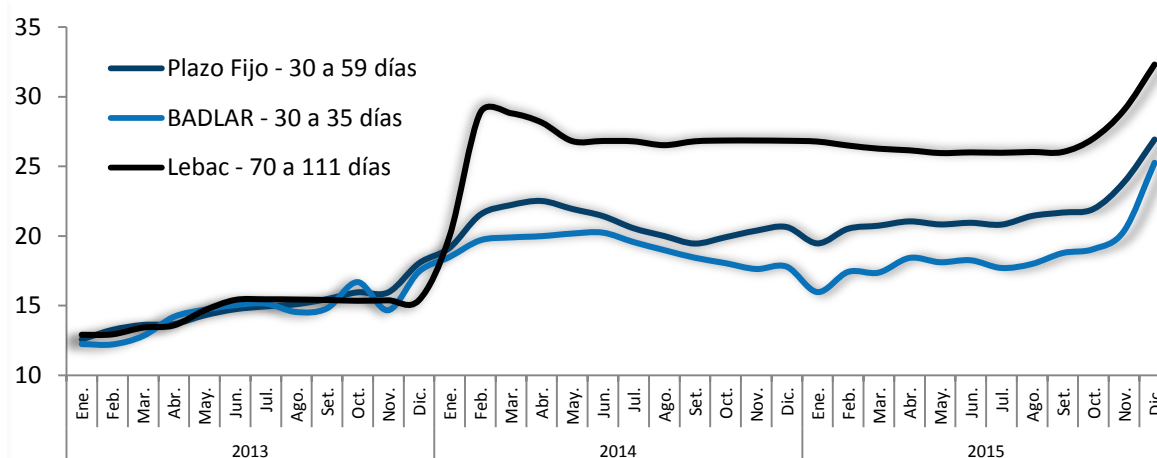
El 2015 presentó una devaluación acumulada, de punta a punta, del 60%. En el último mes del año, se establecieron profundos cambios en materia monetaria. Por un lado, se estableció un único tipo de cambio para toda clase de operaciones y se liberó del flujo de operaciones corrientes (sólo permanecieron algunas restricciones para transacciones de capital y para operaciones externas realizadas previo a la devaluación). Se mantuvo la obligación de liquidar exportaciones en el mercado de cambios y se liberó la compra de divisas hasta US\$2 millones mensuales para personas físicas y jurídicas. Adicionalmente, se acordó la conversión parcial de los yuanes correspondientes al swap de monedas concertado entre el BCRA y el Banco Central de la República Popular de China.

Otras de las iniciativas implementadas para paliar los efectos de la devaluación de la moneda y regular el valor del tipo de cambio, fue la eliminación de los límites que regían para las tasas de interés activas y pasivas y la modificación de la operatoria de mercado abierto. Se implementaron cambios en los procesos de licitación de LEBAC en pesos y en dólares, se amplió la variedad de instrumentos disponibles y se relanzaron las LEBAC en pesos ajustables por tipo de cambio, con el propósito de canalizar parte de los fondos que se estaban destinando a la compra de activos externos hacia opciones de inversión en pesos. Las restantes tasas de interés se movieron en línea con la tasa de referencia.

Las tasas de interés pasivas aumentaron respecto a lo observado hasta la primera quincena de diciembre. Dicho aumento fue impulsado por el Banco Central, que incrementó las tasas de interés de LEBAC, entre 4 p.p. para los plazos más largos y 8,5 p.p., para los menores. En las licitaciones posteriores, tras la normalización del mercado cambiario, parte de dichos incrementos fueron revertidos. Tal como se señala en el documento que establece los “Objetivos y planes respecto del desarrollo de la política monetaria, cambiaria, financiera y crediticia para el año 2016”, el Banco Central se propone reducir la tasa de expansión de la cantidad de dinero en forma significativa, y de manera rápida, dado que las elevadas tasas de emisión de los últimos meses son incompatibles con los objetivos planteados por esta Institución para los años venideros.

Gráfico N°7: Principales tasas de interés

En puntos porcentuales. Años 2013-2015



Fuente: Elaboración propia en base a datos del BCRA

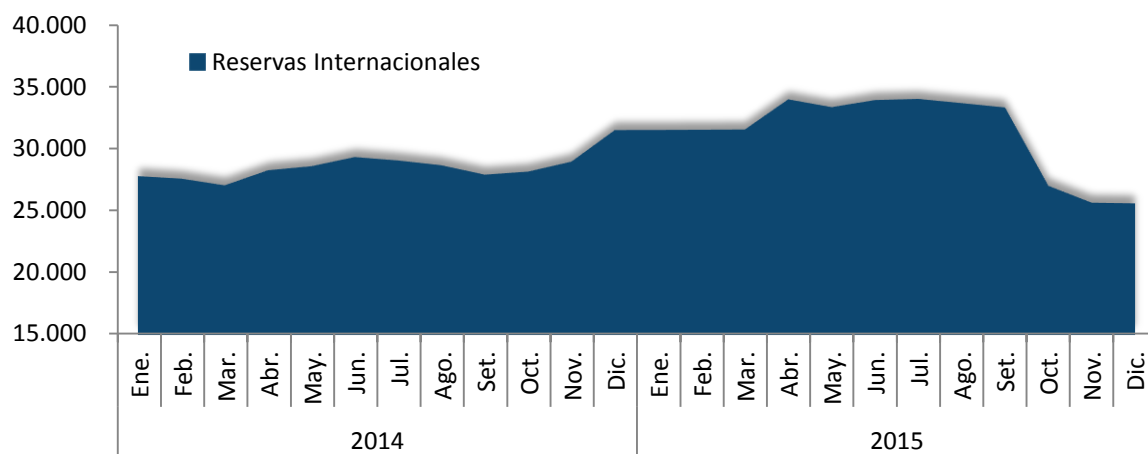
Los préstamos en pesos al sector privado finalizaron el 2015 con un crecimiento del orden del 39%, acumulando un aumento cercano a 19 p.p. en los últimos 12 meses.

3.4 Reservas Internacionales

A lo largo del 2015 se vio una recuperación de las reservas del Banco Central, que aumentaron USD 2.1 millones hasta agosto, alcanzando un total de USD 33.606 millones. Este crecimiento se ve revertido para el tercer trimestre, donde al banco central se redujeron sus reservas hasta cerrar el año con USD 25.563 millones. La reducción más fuerte se da en el mes de Octubre, dado que el 5 de este mes se concretó el pago de capital e intereses del BODEN 2015 por un total de US\$5.900 millones. Dicha operación, junto al pago de un bono de la Provincia de Buenos Aires, incidió en el saldo de las reservas internacionales del Banco Central, que finalizó octubre en US\$26.970 millones. Luego en noviembre la reducción estuvo esencialmente asociada a las ventas de divisas realizadas por el Banco Central en el mercado de cambios. Y Finalmente en diciembre la conversión parcial de los yuanes correspondientes al swap de monedas concertado entre el BCRA y el Banco Central de la República Popular de China. Así, el 22 de diciembre ingresaron a una cuenta en dólares a nombre del BCRA US\$3.086 millones, equivalentes a 20.000 millones de yuanes, esto desaceleró la caída de las reservas.

Gráfico N°8: Stock de Reservas Internacionales

En millones de dólares. Años 2014-2015

*Fuente: Elaboración propia en base a datos del BCRA.*

3.5 Base Monetaria

Los resultados de la Base monetaria del 2015 arrojan que la misma se expandió en 161.325 millones durante el 2015. Esta se explicada fundamentalmente por el financiamiento al sector público (\$ 177.926 millones), "Otros" (\$57.597 millones), que en diciembre de 2015 incluye una expansión monetaria de \$42.450 millones asociada a las operaciones de futuros de dólar y por el Crédito al sistema financiero (\$6.358 millones). En cambio, compensando la expansión y contrariamente con el 2014, la compra de divisas representa una contracción de \$71.882 millones y acompañada por una contracción de los títulos del Banco Central (\$8.734 millones). Se estima que para el 2016 se verán contracciones en la base monetaria, impulsada por los títulos del banco central y una baja en los adelantos al sector público.

Cuadro N° 2: Factores de explicación de la Base Monetaria

Año	Base Monetaria	Var. i.a.	Total	Compra de Divisas	Sector Público	Sector Financiero	Títulos del BCRA	Otros
2007	98.979	24%	18.912	32.321	-5.305	-4.383	-4.977	1.256
2008	109.449	11%	10.470	-3.075	-8.250	-5.539	19.193	8.140
2009	122.350	12%	12.901	12.638	204	791	-2.413	1.680
2010	150.408	23%	38.058	46.285	19.478	-5.306	-20.268	-2.131
2011	222.922	48%	62.514	13.315	32.575	3.822	14.977	-2.175
2012	307.351	38%	84.430	41.086	47.495	715	-3.320	-1.546
2013	377.197	23%	69.845	-32.331	94.082	11.718	-4.541	918
2014	462.565	23%	85.368	48.327	161.508	-26.797	-94.639	-3.032
2015	623.890	35%	161.325	-71.822	177.926	6.358	-8.734	57.597

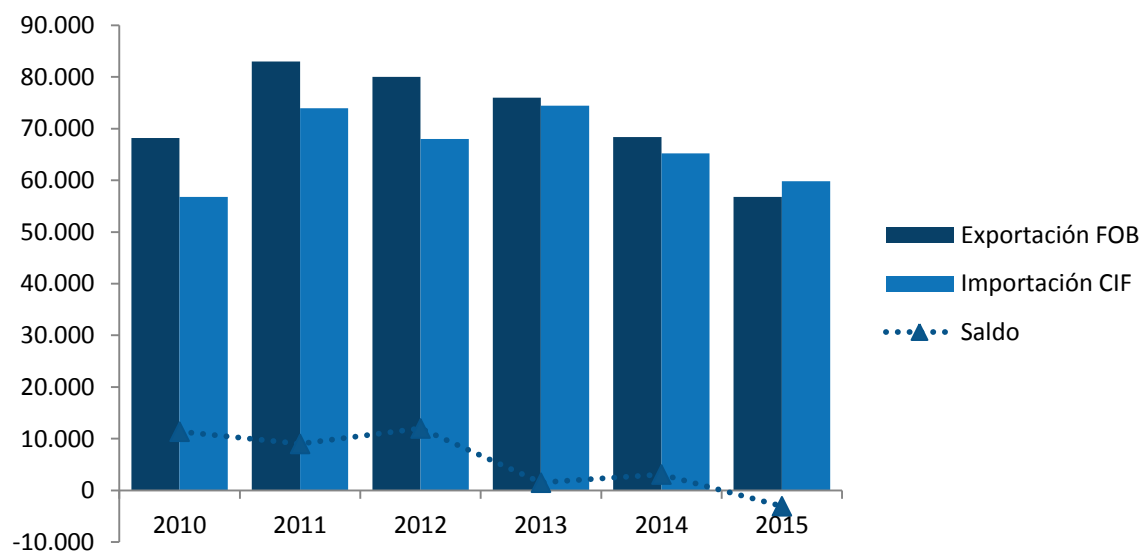
Fuente: Elaboración propia en base a datos del BCRA.

3.6 Balance Comercial

El año 2015 se caracterizó por presentar un resultado negativo en la balanza comercial. La explicación de este déficit está en una contracción general de nuestros mercados exportadores, la caída del mercado brasilero, que representa un 20% de las exportaciones totales del país. Entre el 2014 y 2015, hubo una caída del 27% de las exportaciones a ese país. La contracción total de las exportaciones fue de 16,95%, mientras que las importaciones cayeron 8,34%. De esta forma el saldo comercial se redujo un 198% posicionándose en los US\$ 3.035 millones.

Gráfico N°9: Balanza Comercial

En millones de dólares. Años 2010-2015



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC.

4 Situación del Turismo

4.1 El turismo en el mundo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2015 el turismo explicó el 10% del PBI mundial, 1 de cada 11 empleos y el 30% de las exportaciones de servicios. El buen comportamiento del sector contribuyó al crecimiento económico y a la creación de empleo en varias regiones del mundo. Si bien la demanda fue significativa en su conjunto, los resultados no fueron iguales en todos los destinos, debido a una gran fluctuación de los tipos de cambio en las principales economías, a la bajada de los precios del petróleo y otros productos básicos -que hicieron que aumentara la disponibilidad de ingresos en los países importadores, pero debilitaron la demanda en los países exportadores-, así como a la creciente preocupación en torno a la seguridad.

La llegada de turistas internacionales aumentó un 4,4% en 2015, alcanzando un total de 1.184 millones. El crecimiento fue mayor en los destinos de las economías avanzadas (+5%) que en las economías emergentes (+4%), gracias, sobre todo, a los excelentes resultados de Europa.

Europa, América y Asia y el Pacífico fueron las regiones que mayor crecimiento registraron, con tasas del 5%. Las llegadas a Oriente Medio se incrementaron en un 3% mientras que en África descendieron cerca del 3%, debido en gran parte a los resultados negativos del Norte de África, la subregión a la que se atribuyen más de un tercio de las llegadas a la región.

Europa, a su vez, lideró el crecimiento en términos absolutos y relativos, gracias en parte a la debilidad del euro frente al dólar de los EE.UU. y otras divisas importantes. Las llegadas ascendieron a 609 millones, 29 millones más que en 2014. Europa Central y del Este (+6%) se recuperó del descenso de llegadas del año anterior. Europa del Norte (+6%), Europa Meridional y Mediterránea (+5%) y Europa Occidental (+4%) también registraron buenos resultados, especialmente si se tienen en cuenta los numerosos destinos maduros que integran.

La región de Asia y el Pacífico (+5%) registró 13 millones más de llegadas de turistas internacionales el pasado año, hasta alcanzar los 277 millones, con resultados desiguales entre destinos. Oceanía (+7%) y el Sureste Asiático (+5%) encabezaron el crecimiento, mientras que Asia Meridional y el Noreste Asiático registraron un incremento del 4%.

Las llegadas de turistas internacionales en América (+5%) crecieron 9 millones hasta alcanzar los 191 millones, consolidándose así los excelentes resultados de 2014. La apreciación del dólar estimuló el turismo emisor de los Estados Unidos, lo cual benefició sobre todo al Caribe y a América Central, que registraron ambas un

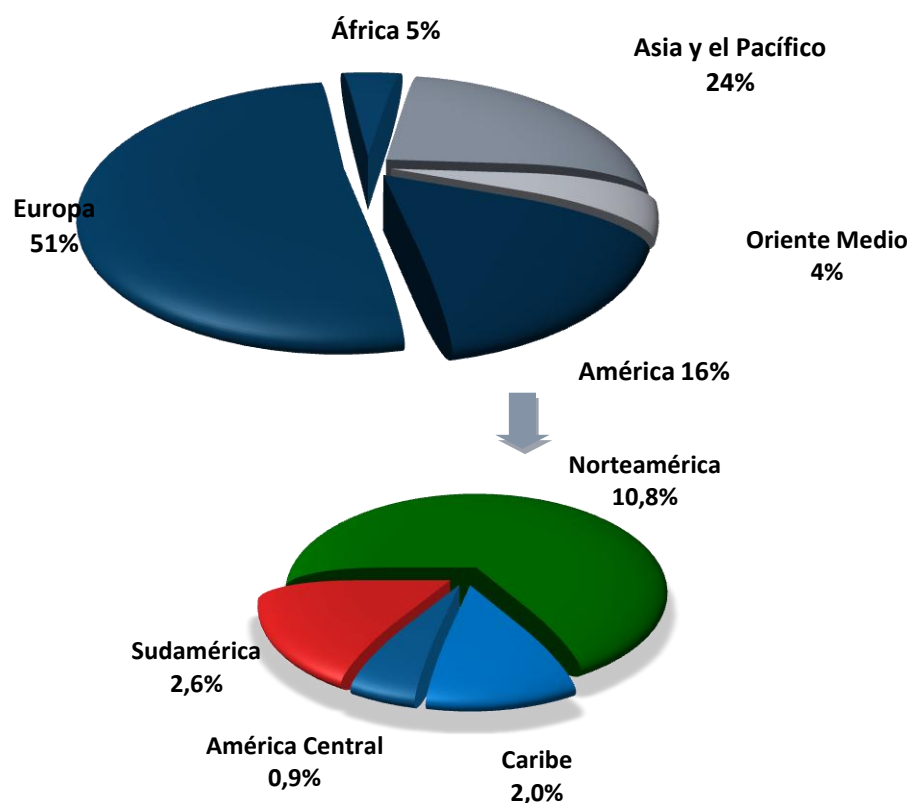
crecimiento del 7%. Los resultados en América del Sur y América del Norte (ambos +4%) fueron cercanos a la media.

Las llegadas de turistas internacionales en Oriente Medio aumentaron, según estimaciones, un 3% hasta un total de 54 millones, consolidando así la recuperación iniciada en 2014.

Los limitados datos de que se dispone para África apuntan a un descenso del 3% en las llegadas internacionales, llegando a un total de 53 millones. En el Norte de África las llegadas descendieron un 8% y en el África Subsahariana un 1%, aunque esta última volvió a los resultados positivos en la segunda mitad del año. (Los resultados para África y Oriente Medio deberían leerse con cautela, puesto que se basan en los datos limitados de que se dispone).

Gráfico N°10: Llegadas de turista internacionales por destino

Participación en el total. Año 2015



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Organización Mundial del Turismo

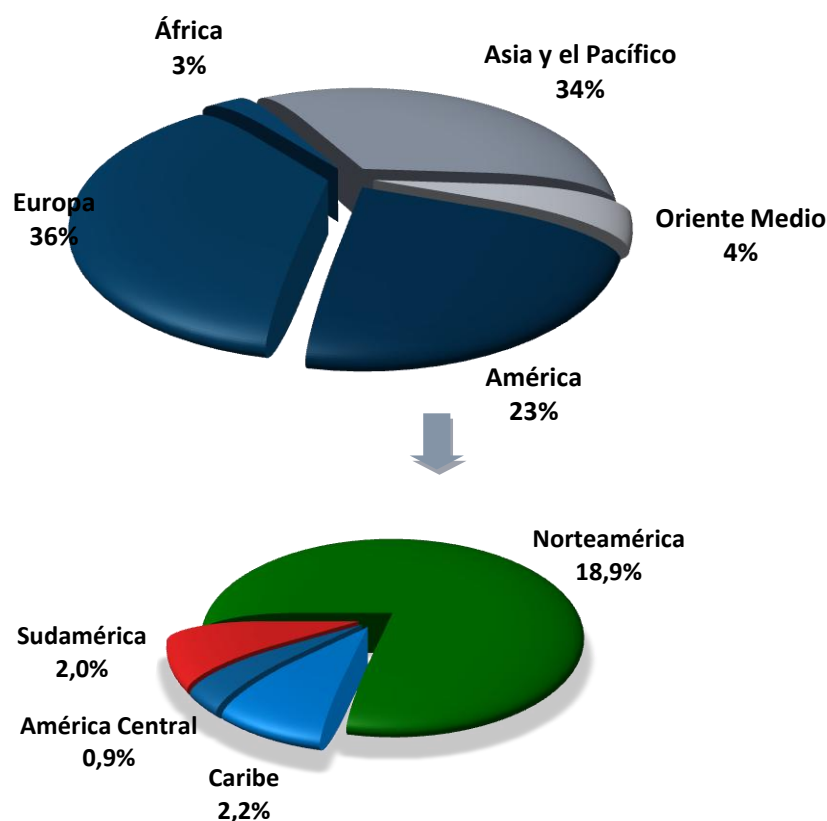
Los ingresos generados por el turismo internacional en destinos de todo el mundo alcanzaron en 2015 los US\$ 1.232.000 millones según datos de la OMT, 3,6% más que el año anterior.

Regionalmente, los ingresos de América, Asia y el Pacífico y Oriente Medio, aumentaron un 4% respecto al año anterior. Dentro del continente americano, se destaca el incremento en el Caribe, Centroamérica y Sudamérica del 7% versus el 3% de aumento en Norteamérica. En Europa, los ingresos por turismo internacional aumentaron un 3% y en África, 2%

De esta forma, las exportaciones generadas por el turismo internacional ascendieron a US\$ 1,4 billones.

Gráfico N°11: Ingresos por Turismo Internacional

Participación en el total. Año 2015



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Organización Mundial del Turismo

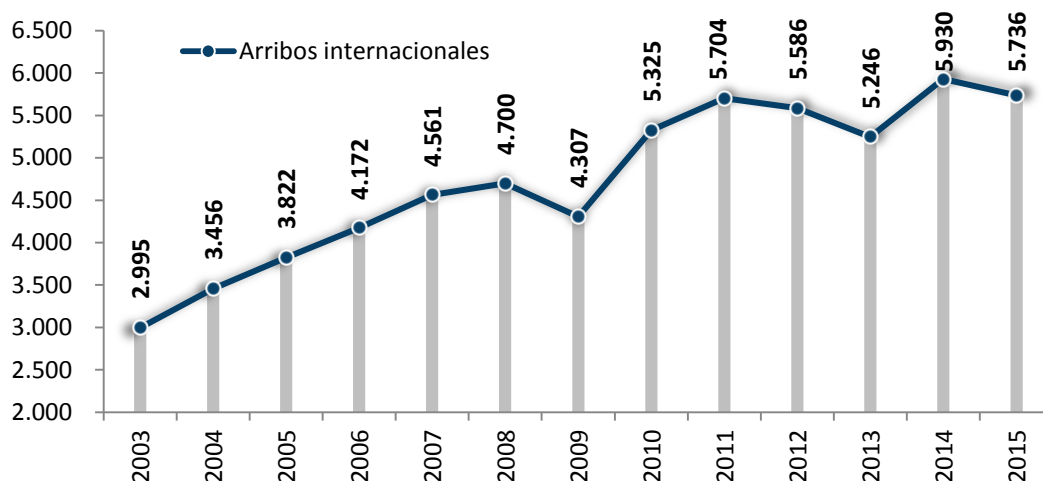
La Organización Mundial del Turismo prevé para el 2016 un crecimiento en las llegadas de turistas internacionales del orden del 3% al 4%. A nivel regional, se espera que el aumento sea mayor en las regiones de Asia y el Pacífico y las Américas (de 4% a 5% en ambos casos), seguidas de Europa (de 3% a 4%). Se calcula que las llegadas se incrementarán entre un 3% y un 5% en África y entre un 2% y un 5% en Oriente Medio.

Estos resultados están basados en el Índice de Confianza de la OMT, que siguen siendo muy positivos para el 2016, aunque a un nivel ligeramente inferior en comparación a los dos años anteriores.

4.2 El turismo en Argentina

El 2015 mostró una caída del 3,3% de los arribos en relación al 2014, alcanzando aproximadamente los 5.736.384 arribos, volviendo a una cantidad de turistas similar al año 2010. Particularmente, para el cuarto trimestre del año pasado la merma fue de 7% medido de forma interanual impulsado fuertemente por el descenso del mercado brasilero en un 25,7%. Si bien los últimos 5 años han sido los de mayor flujo de turistas en la Argentina, se evidencia un amesetamiento en los arribos, con caída en el último año. Desde el 2003 hasta el 2015 podemos observar un crecimiento del 92%, con un promedio de crecimiento anual del 6%, sin embargo, ese promedio cae al 1,75% en el periodo 2011-2015.

Gráfico N°12: Llegada de turistas no residentes-Todas las vías de ingreso



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC.

Se puede observar una tendencia al estancamiento del turismo receptivo a partir de las medidas restrictivas en tanto compra venta de moneda internacional. Es a partir de 2011, que el flujo de brasileños desciende notablemente, para continuar su caída hasta 2015. Por otra parte, se observa que el resto del turismo receptivo se mantiene en un estancamiento dado el contexto hostil.

Gráfico N°13: Evolución de Turismo receptivo según país de origen 2010-2015



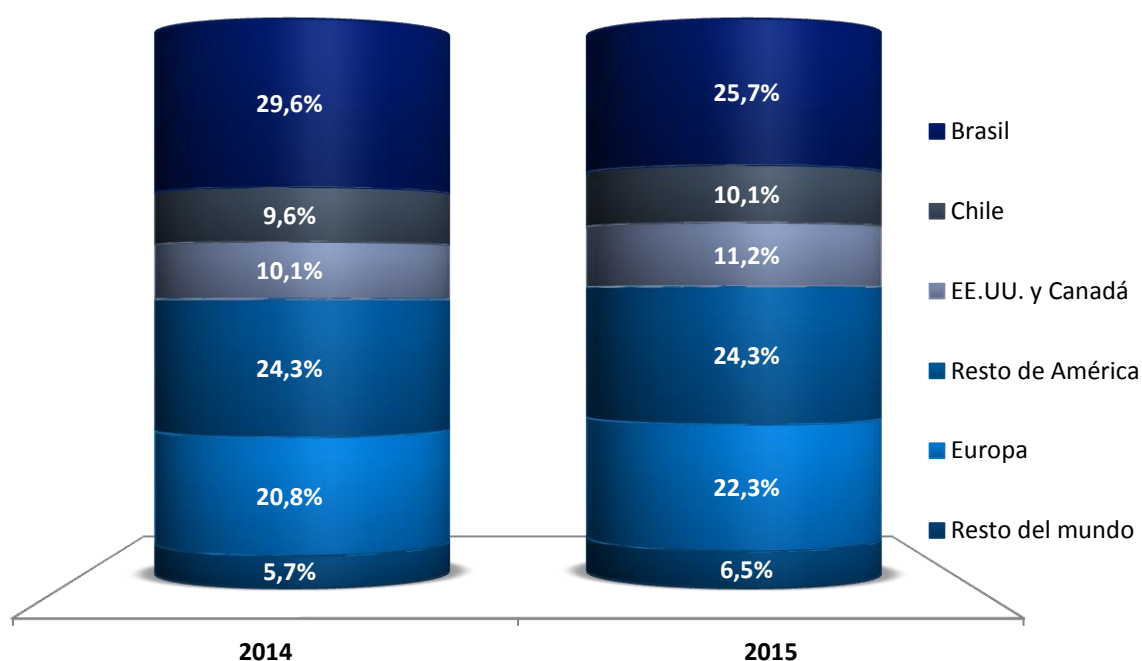
Fuente: elaboración propia en base a datos INDEC-ETI

Tomando los datos del Aeropuerto Internacional de Ezeiza y del Aeroparque Jorge Newbery⁹ se observa que Brasil continúa siendo de los países de mayor contribución, pero para el 2015 se ve una disminución del 19% de turistas de este origen. Contrariamente Chile aumentó su participación, a pesar de haber disminuido un 2% el total de turistas arribados del país trasandino. El resto de los países de América Latina mantuvieron iguales niveles de participación. Por último, tanto el continente Europeo, Estados Unidos y Canadá y el resto de los países (no limítrofes) aumentaron su nivel de participación.

⁹ Los datos se toman a partir de la publicación de la ETI, realizada el 18-05-2016. La misma no contempla todas las vías y se encuentra acotada, por este motivo se toma la muestra que resulta más representativa.

Gráfico N°14: Participación en las llegadas según lugar de residencia de los extranjeros

Aeropuerto Internacional de Ezeiza y Aeroparque Jorge Newbery

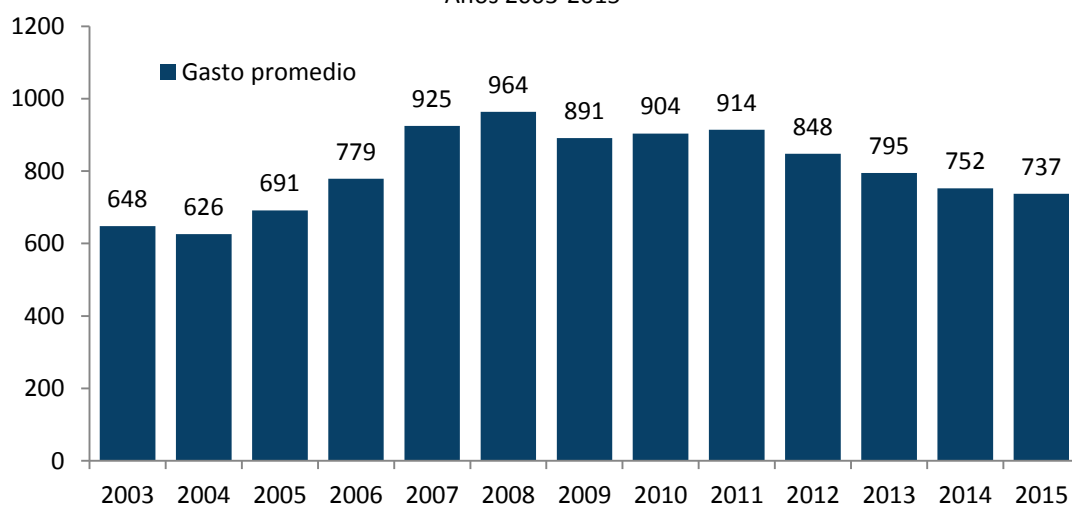


Fuente: Elaboración propia en base a INDEC.

El gasto promedio de turistas no residentes por año, medido en dólares, cayó un 2% interanualmente continuando con la marcada caída que se viene dando en los últimos 7 años. Si se lo compara con el 2008 (año de mayor gasto promedio), la caída acumulada es de 23,5%. El gasto total de los turistas internacionales en octubre 2015 fue de aproximadamente USD 167 millones, un 26,2% inferior al de ese mes en 2014. El gasto promedio diario en octubre de los turistas arribados por Ezeiza y Aeroparque fue de USD 85,7. Los turistas provenientes de Uruguay y Brasil fueron quienes más gastaron en promedio en el país, con USD 159,6 y USD 128,5 diarios, respectivamente.

Gráfico N°15: Gasto promedio de turistas no residentes por año

Años 2003-2015

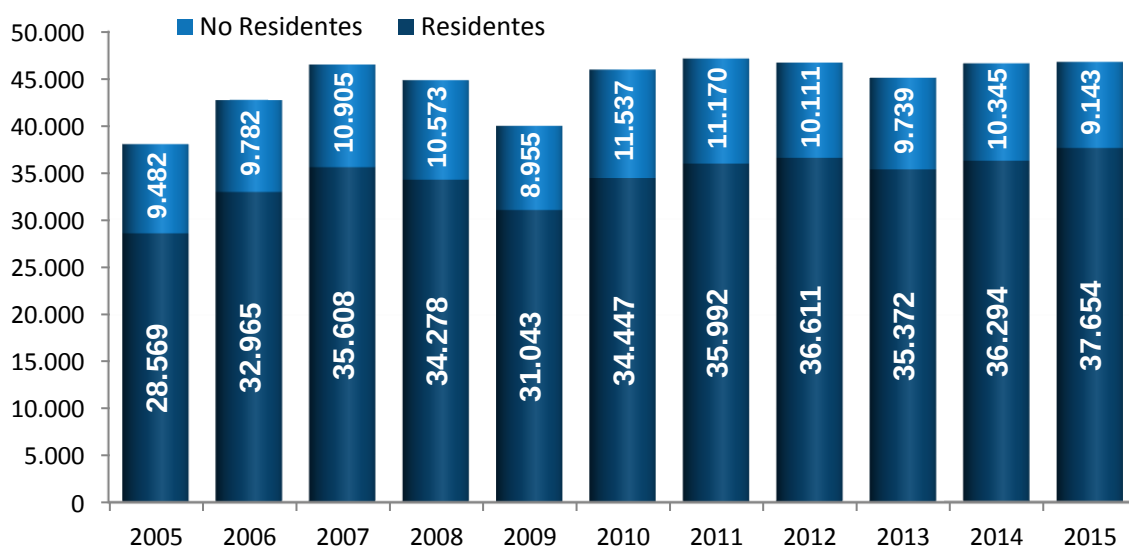


Fuente: elaboración propia en base a INDEC.

Respecto de la ocupación hotelera, durante el año 2015 19,5 millones de viajeros se hospedaron en establecimientos hoteleros y para hoteleros, representando un 0,8% más que el año anterior. La tasa de ocupación hotelera fue, en promedio, del 42,5%. Esta cifra significó una suba de 0.5 puntos porcentuales con respecto al promedio del 2014 (42%).

Las pernoctaciones de turistas residentes y no residentes en establecimientos hoteleros y para hoteleros sumaron en 2015 46,8 millones. Si bien la suma total muestra un leve crecimiento con respecto al 2014 (0,03%), se pueden observar grandes cambios en la composición: los pernoctes de residentes crecieron un 3,7%, mientras que los pernoctes de no residentes cayeron 11,6%.

Gráfico N°16 Pernoctaciones Totales. Residentes y No Residentes

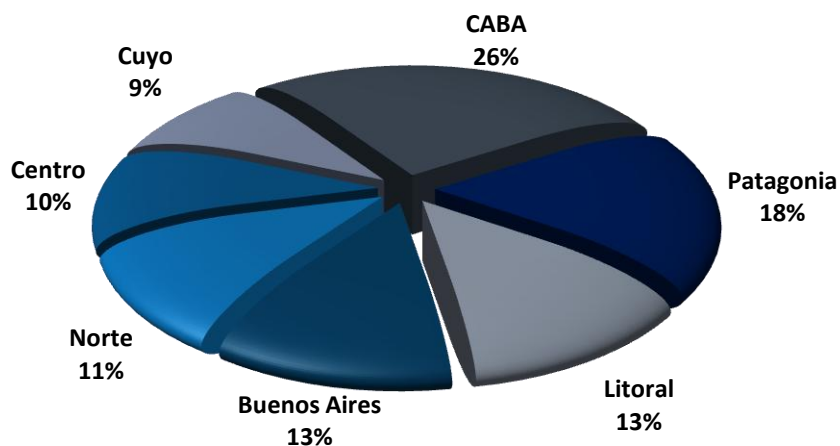


Fuente: Elaboración propia en base a EOH-INDEC.

La Ciudad de Buenos Aires fue el principal destino elegido por los turistas para pernoctar, representando el 26% del total. La región patagónica se ubicó en segundo lugar (18%) y luego el Litoral (13%). Buenos Aires fue desplazada al cuarto lugar este año pasando del 15,2% al 13%.

Gráfico N°17 Distribución de los pernoctes de residentes por destino

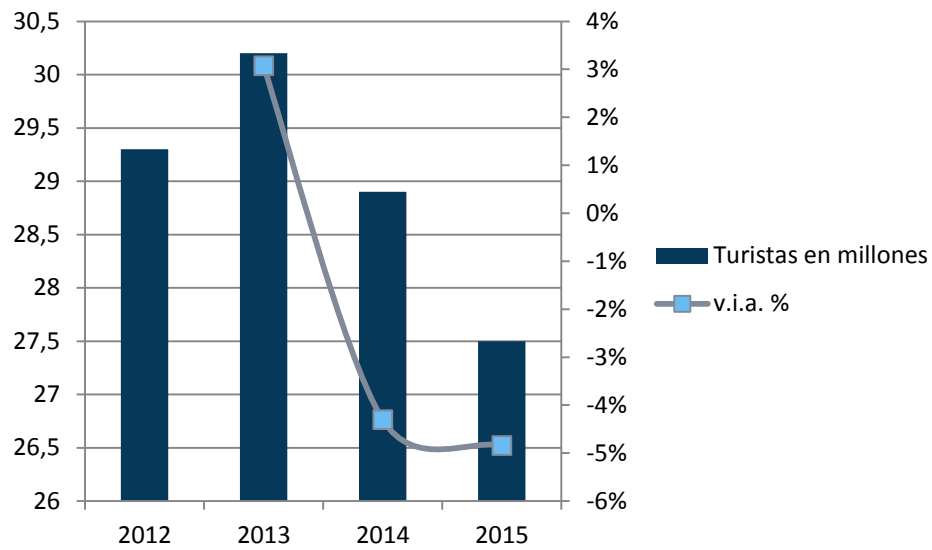
Año 2015. Participación en el total



Fuente: Elaboración propia en base a EOH-INDEC.

Por su parte, el turismo interno evidencia desde 2013, dos años de caídas consecutivas (-4,3% en 2014) y (-4,8% en 2015).

Gráfico N°18: Turistas argentinos que viajan por Argentina (en millones)



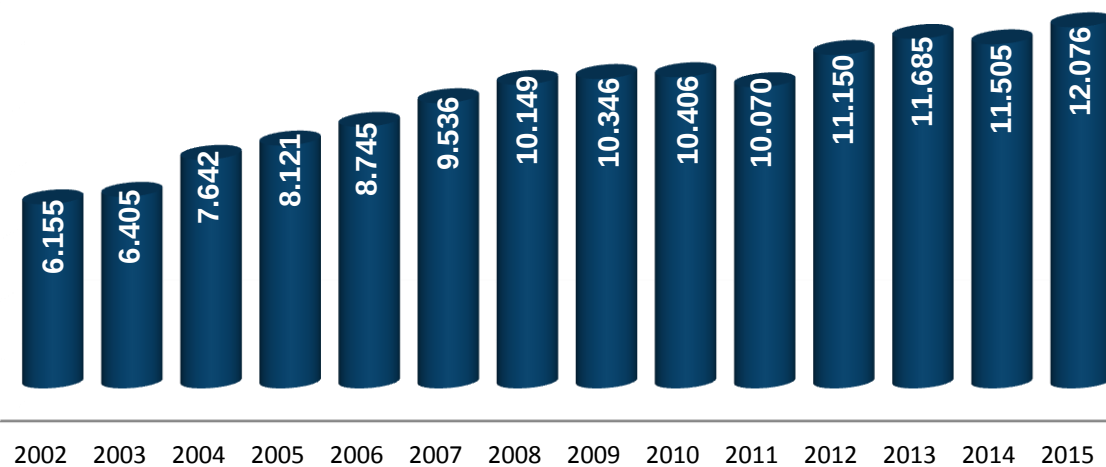
Fuente: elaboración propia en base a datos EVYTH MINTUR

4.3 Turismo de Reuniones en el mundo

En base a los datos publicados por la *International Congress & Convention Association* (ICCA), durante 2015 fueron identificados 12.076 congresos internacionales, 571 eventos más que el año anterior (implicando un incremento del 4,96%), y 391 más que en 2013, año récord en términos de congresos internacionales registrados, consagrando una nueva marca.

Gráfico N°19: Congresos Internacionales realizados

Cantidades interanuales. Año 2002-2015



Fuente: Elaboración propia en base a datos de ICCA.

El ranking mundial de países en términos al número de congresos organizados continúa siendo liderado por los Estados Unidos, con 925 congresos internacionales en 2015. El segundo puesto fue ocupado por Alemania (667), mientras que en tercer lugar asciende Inglaterra (582) dejando en cuarto lugar a España (572).

Cuadro N° 3: Congresos Internacionales por país

Año 2015

Ranking	País	Cantidad
1	Estados Unidos	925
2	Alemania	667
3	Reino Unido	582
4	España	572
5	Francia	522
6	Italia	504
7	Japón	355
8	China-P.R.	333
	Holanda	333
10	Canadá	308
11	Brasil	292
12	Portugal	278
13	Corea	267
14	Austria	258
15	Australia	247
16	Bélgica	216
	Suecia	216
18	Turquía	211
19	Dinamarca	204
20	Suiza	194
21	Polonia	193
22	México	184
23	Argentina	181
24	Singapur	156
25	República Checa	154

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ICCA.

Luego de 6 años ubicada dentro de los primeros 20, la Argentina, este año, ocupó el puesto 23 de los países del mundo como sede de congresos internacionales, con 181 congresos internacionales realizados, tan solo 10 menos que en el 2014, descendiendo 5 posiciones en relación al año anterior. Esto se debe a que a nivel global en todo el mundo creció la cantidad de eventos y en nuestro país sufrieron una pequeña caída. Así también

descendió una posición, ocupando el 3º Puesto en Latinoamérica, detrás de Brasil y México. Durante el 2015 se realizaron 1.345 congresos internacionales en Latinoamérica. Argentina representó el 13% de este total.

En relación al ranking por ciudades, en 2015 el primer puesto fue ocupado por la ciudad de Berlín; en segundo lugar, se ubicó la ciudad de París, que venía ocupando el primer puesto los últimos años, luego le siguen Barcelona, Viena y Londres. Cabe recordar que Viena ocupó el primer lugar en el ranking ICCA entre los años 2005 y 2012. Los primeros cinco lugares de la lista fueron ocupados por ciudades europeas.

La ciudad de Buenos Aires fue por séptimo año consecutivo la N°1 entre las ciudades de todo el continente americano en cuanto a congresos internacionales realizados, y compartió el puesto 26° con Lima, ambos con 82 eventos internacionales, superaron a ciudades como Nueva York, Rio de Janeiro, San Pablo, México, Milán, Shanghái, Tokio, Washington y Vancouver, entre otras.

Cuadro N° 4: Congresos Internacionales por ciudad

Continente americano. Año 2015

Ranking	Ciudad	Cantidad
1	Buenos Aires	82
	Lima	82
3	Vancouver	78
4	Santiago de Chile	68
5	Edinburgo	67
6	Rio de Janeiro	65
7	México	63
	Washington	63
9	Toronto	60
10	Nueva York	57
11	Boston	55
12	Bogotá	45
13	Chicago, IL	42
	Montevideo	42
15	Cartagena	36
	Medellín	36
16	Cancún	35
17	Panamá	34
18	Quito	30
	San Francisco	30
20	San Diego	29

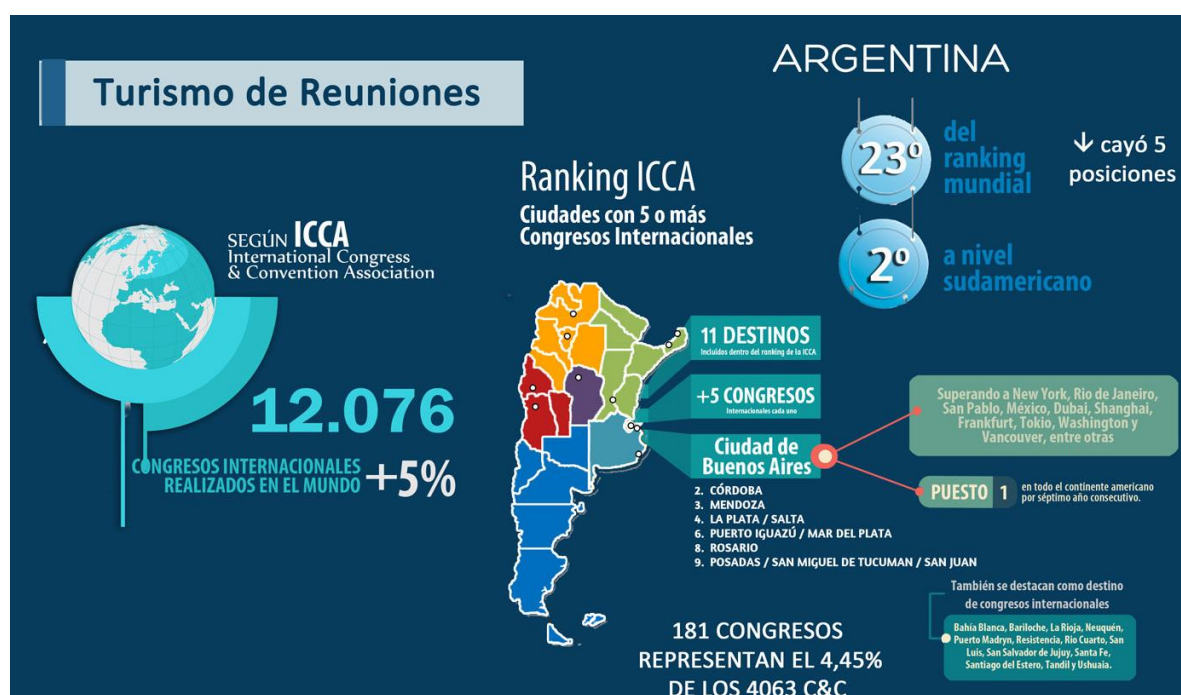
Fuente: Elaboración propia en base a datos ICCA.

Son 11 los destinos argentinos ubicados dentro del ranking internacional ICCA, con más de 5 congresos internacionales. Además de la Ciudad de Buenos Aires, que ocupa el 1º lugar en el país, Córdoba se ubica en el segundo puesto de los destinos argentinos con 18 congresos, Mendoza en tercer lugar con 15 congresos y La Plata y Salta comparten el cuarto puesto, con 9.

En el quinto lugar, se encuentran Puerto Iguazú y Mar del Plata con 8 cada una de ellas; Rosario con 7, y finalmente las ciudades de Posadas, San Juan y San Miguel de Tucumán con 5 congresos cada una.

Ilustración N°1: Situación de Argentina en ICCA

Año 2015



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

5 Resultados estadísticos del Turismo de Reuniones en Argentina

El Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina tiene por objeto 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 alcance cada vez más amplio se ve reflejado en el aumento de destinos sedes que colaboran 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 llevan adelante capacitaciones de manera permanente por parte del Observatorio a los equipos técnicos de trabajo de los diferentes destinos sede.

Los resultados del Anuario son posibles gracias al trabajo realizado por los *referentes técnicos* de las provincias y destinos sede del país y el equipo del Observatorio. El mismo presenta los resultados de la información estadística relevada por los destinos sede durante el año 2015, 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.

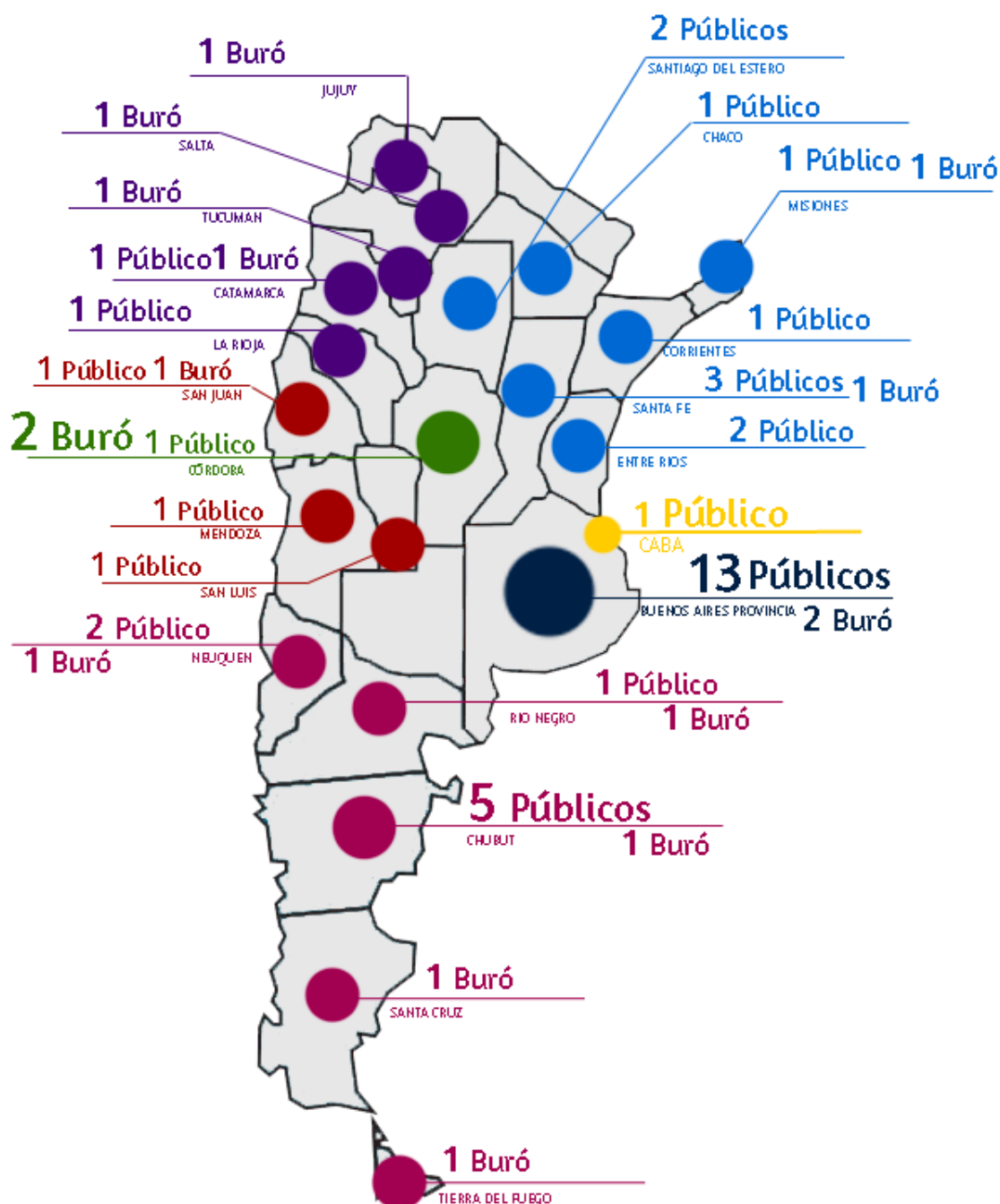
Durante el año 2015 el Observatorio contó con la colaboración de al menos un referente técnico, distribuidos en 50 destinos provinciales o destinos sede. Los mismos son pertenecientes a organismos de turismo públicos ya sean provinciales o municipales, siendo estos 38 (compuesto por 11 referentes provinciales y 27 locales), o provenientes del sector privado (16 referentes de Convention & Visitors Bureaux). En este sentido, contar con colaboradores en cada destino permite poder recabar los datos a través de la realización de entrevistas con formularios preestablecidos.

La continua creación de burós en los años recientes ha contribuido a posicionar y reposicionar a las ciudades sedes y a incorporar al turismo de reuniones a las agendas de trabajo, contribuyendo asimismo a una mayor cantidad de referentes técnicos en todo el país. Mientras que en 2007 existían en todo el país 7 burós, dicha cifra se ha elevado a 30 en 2015. Las provincias de Chaco, Corrientes y Formosa son las únicas que no poseen un Buró.

A continuación, se presenta una ilustración que exhibe la distribución geográfica de la red de referentes técnicos en todo el país, teniendo en cuenta por un lado a los organismos públicos y por otro a los Buró.

Ilustración N°2: Distribución de los Referentes Técnicos del OETR Argentina

Año 2015



Fuente: Elaboración propia en base a datos suministrados por INPROTUR

A continuación se detallan los referentes técnicos de los diferentes destinos sede que han colaborado con el trabajo del Observatorio para poder elaborar el Anuario 2015 OETR Argentina. Durante el transcurso del año 2011 el Observatorio contó con la colaboración en 27 destinos sedes de eventos; mientras que en el año 2015 colaboraron referentes de 50 destinos, es decir un incremento del 85% en el período.

Cuadro N° 5: Referentes Técnico del OETR Argentina

Destino	Referente Técnico	Entidad
Buenos Aires Azul	Andrés Arrazola	Dirección de Turismo y Recreación de la Municipalidad de Azul
Buenos Aires Bahía Blanca	Verónica Pelaez	Área de Turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca
Buenos Aires Campana	Hilda Labarthe	Área de Turismo de la Municipalidad de Campana
Buenos Aires Mar del Plata	Leandro Laffan	Departamento de Investigación y Desarrollo del Ente Municipal de Turismo de Mar del Plata
	Julián García	Bureau de Mar del Plata
Buenos Aires Necochea	Agustín Lastagaray	Necochea Convention Sport & Visitors Bureau
Buenos Aires Olavarria	María Emilia Martinese	Dirección de Turismo de la Municipalidad de Olavarria
Buenos Aires Pilar	Lucía Ordoñez	Dirección de Turismo de la Municipalidad del Pilar
Buenos Aires Pinamar	Patricia Tausend	Secretaría de Turismo, Cultura y Educación
Buenos Aires San Antonio de Areco	Andrés Ziporovich	Director de Turismo de San Antonio de Areco
Buenos Aires San Nicolás	Maricel Abdala	Coordinadora del área de Turismo de la Municipalidad de San Nicolás
Buenos Aires Tandil	Natalia Rocha	Secretaría IMT Instituto Mixto de Turismo Tandil
Buenos Aires Tigre	Eliana Armas	Secretaria de Turismo de Tigre
Buenos Aires Villa Gesell	Marina González	Secretaria de Turismo de Villa Gesell
Buenos Aires Provincial	Melina Caratti	Dirección Provincial de Producción y Asistencia de la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires
Catamarca SFdelV de Catamarca	Josefina Carabajal	Dirección de Promoción Turística de la Secretaría de Turismo de la Provincia de Catamarca
	María Luz Arias	Bureau de Congresos y Convenciones de Catamarca
Chaco Provincial	Javier Farina	Dirección de Planificación de la Secretaría de Turismo de la Provincia de Chaco
Chubut Comodoro Rivadavia	Liliana Soto	Dirección General de Turismo de Comodoro Rivadavia
Chubut Esquel	Natasha Paramosz	Dirección General de Turismo de Esquel
Chubut Lago Puelo	Yesica Edith Robles	Secretaría de Turismo de Lago Puelo
Chubut Puerto Madryn	Antonella Scicolone	Secretaria de Turismo Municipal Puerto Madryn

Destino	Referente Técnico	Entidad
Chubut Trelew	Estela Williams	ENTRETUR Bureaux Turístico de la Ciudad de Trelew
Chubut Provincial	Magalí Volpi	Promoción Turística de la Secretaría de Turismo y Áreas Protegidas de la Provincia de Chubut
Ciudad de Buenos Aires	Mónica Kapusta	Ente de Turismo de Ciudad de Buenos Aires
Córdoba Villa Carlos Paz	Vanessa Nieva	Secretaría de Turismo de Villa Carlos Paz
Córdoba Villa Gral. Belgrano	Paola Totonelli	Bureau Turismo de Reuniones
Córdoba Provincial	Margarita Balancini Mariangeles Samamé	Universidad Blas Pascal Agencia Córdoba Turismo y Córdoba Bureau
Corrientes Provincial	Inés Presman	Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Corrientes
Entre Ríos Concordia	Luciano Oviedo	Dirección de Turismo de la Ciudad de Concordia
Entre Ríos Paraná	Gabriela Villarroel	Departamento Estadísticas Municipalidad de Paraná
Jujuy Provincial	Carolina Vanesa Rivera	Dirección de Desarrollo de Productos Turísticos de la Secretaría de Turismo de Jujuy
La Rioja Provincial	Pablo Barros	Secretaría de Turismo de la Provincia de La Rioja
Mendoza Provincial	Martín Guerra	Dirección de Planificación Turística del Ministerio de Turismo de la Provincia de Mendoza
Misiones Puerto Iguazú	Sebastián Sarsfield	Iguazu Convention Bureau
Misiones Provincial	Facundo Martín Frizzola	Subsecretaría de Marketing y Promoción de Eventos del Ministerio de Turismo de Misiones
Neuquén Ciudad de Neuquén	Leandro Vera	Dirección de Promoción Turística de Neuquén
Neuquén S.Martín de los Andes	Daniela Areco	Área Observatorio Turístico de la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico de la Provincia de Neuquén
Neuquén Villa La Angostura	Marina Fernanda Gonzalez	Bureau Villa La Angostura
Río Negro S. C. de Bariloche	Ana López Peña	Bariloche Bureau
Río Negro Viedma	Andrea Guimil	Area Técnica de la Subsecretaría de Turismo de Viedma
Salta Provincial	Belén Colque	Convention&Visitors Bureau de Salta
San Juan Provincial	Marcela Hinojosa Eliana Elizondo	Dirección de Turismo de la Provincia de San Juan San Juan Bureau
San Luis Provincial	Valeria Velasco Videla	Sistema de Información , Monitoreo y Estadística de Turismo
Santa Cruz El Calafate	Verónica Panigutti	El Calafate Bureau
Santa Fe Esperanza	María Cecilia Belotti	Área Turismo Municipalidad de Esperanza
Santa Fe Rosario	Bibiana Bocca Soledad Soria	Secretaría de Turismo Municipalidad de Rosario Rosario Bureau

Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina

Destino	Referente Técnico	Entidad
Santa Fe S. Fe de la Vera Cruz	María Virgina Fariz	Subsecretaría de Turismo de la Ciudad de Santa Fe
Santiago del Estero Santiago del Estero	Cecilia Iñiguez	Forum Santiago del Estero
Santiago del Estero Provincial	Cecilia Ibarra	Relaciones Institucionales de la Subsecretaría de Turismo de Santiago del Estero
Tierra del Fuego Ushuaia	Alejandra Álvarez de Oro	Ushuaia Bureau
Tucumán Provincial	Agustina Gut	EATT Tucumán Convention & Visitors Bureau

Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina

Por otra parte, sigue creciendo la infraestructura preparada para recibir eventos. Como resultado de un análisis acerca de los Hoteles, Centros de Exposiciones y Convenciones y Salones y complejos vigentes, se presenta un listado con la cantidad de espacios para eventos (hoteles, centros de exposiciones y convenciones y salones y complejos) disponibles en cada provincia.

Cuadro N° 6: Espacios para eventos en Argentina

Provincia	Hoteles	Centros de Exposiciones y Convenciones	Salones y Complejos
Buenos Aires	80	3	92
CABA	74	3	19
Córdoba	48	4	39
Santa Fe	28	9	23
Mendoza	25	3	5
Rio Negro	23	-	11
Neuquén	18	2	8
Misiones	16	2	4
Tucumán	16	1	10
Santiago del Estero	15	3	16
Salta	14	3	12
Chubut	13	4	18
Tierra del Fuego	13	-	11
Jujuy	11	-	12
Santa Cruz	11	-	5
San Luis	9	-	-
Entre Ríos	9	1	-
San Juan	8	-	8
Chaco	6	2	8
La Pampa	5	1	8
Corrientes	4	-	8
Catamarca	3	1	7
La Rioja	3	-	-
Totales	452	42	324

Fuente: Fuente: Elaboración propia en base a datos suministrados por INPROTUR

En este sentido, el 34% de los hoteles disponibles para la realización de reuniones se encuentran emplazados en CABA y Provincia de Buenos Aires, mientras que el 10% se ubica en la provincia de Córdoba. Algo similar ocurre con los salones y complejos, donde el 28% se concentra en la provincia de Buenos Aires y el 12% en Córdoba. En este caso, CABA aparece con el 5,9% del total, por debajo de Santa Fe, provincia que se destaca por poseer la mayor cantidad de Centros de Exposiciones y Convenciones dedicados a esta actividad en todo el país (9 en total).

A continuación, se presentan tres mapas en donde se encuentran volcados los datos de la cantidad de espacios para reuniones disponibles en cada una de las provincias, reflejados en la tabla anterior, de acuerdo a los tres tipos antes mencionados: Hoteles, Centros de Exposiciones y Convenciones, y Salones y Complejos.

Ilustración N°3: Cantidad de Centros de Convenciones

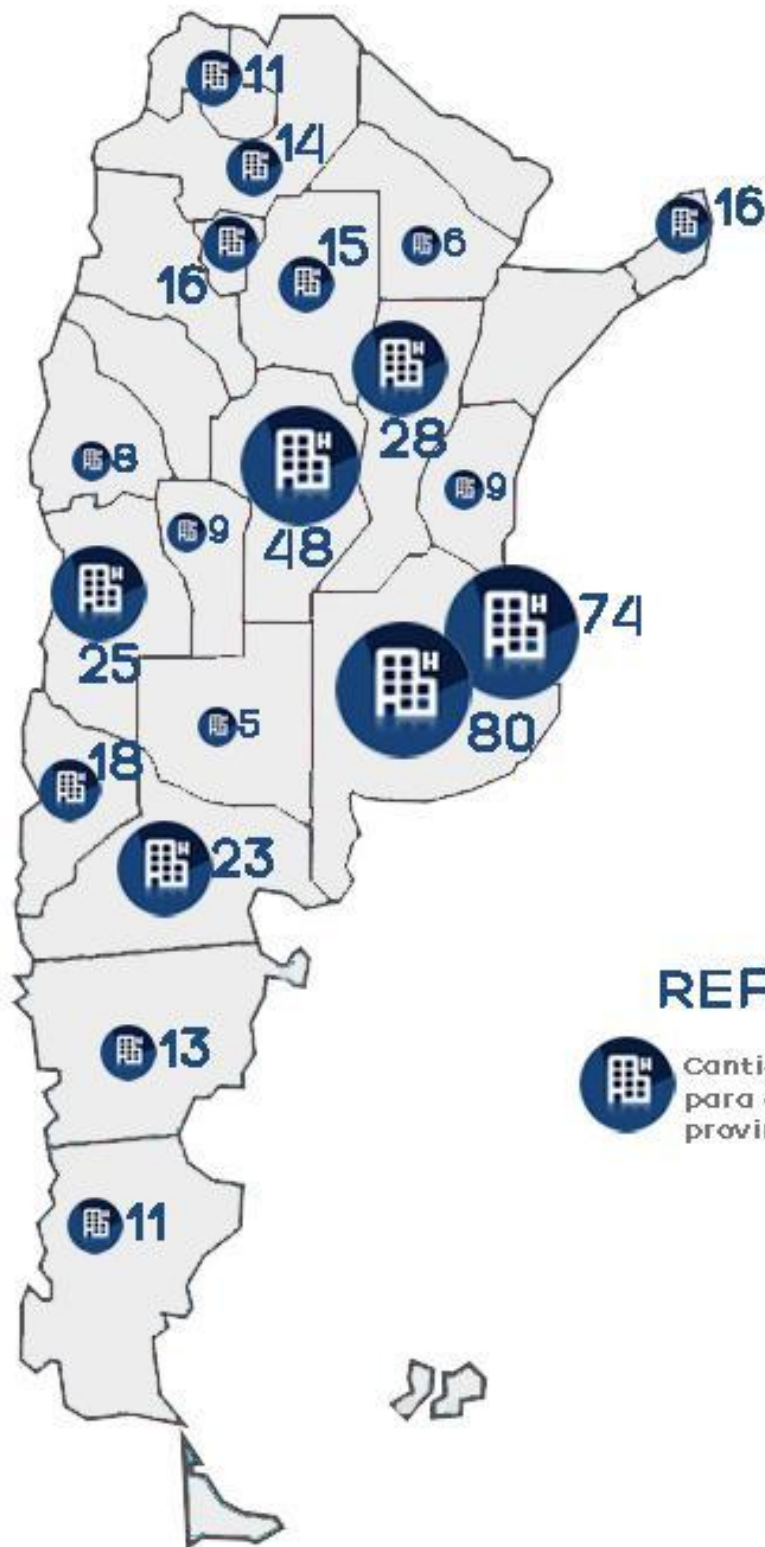
Año 2015



Fuente: Elaboración propia en base a datos suministrados por INPROTUR

Ilustración N°4: Cantidad de Hoteles con espacios para eventos

Año 2015



REFERENCIAS



Cantidad de Hoteles con espacios para eventos disponibles por provincia

Fuente: Elaboración propia en base a datos suministrados por INPROTUR

Ilustración N°5: Cantidad de Salones y complejos
Año 2015



REFERENCIAS



Cantidad de Salones y Complejos

Fuente: Diseño propio en base a información suministrada por el INPROTUR

5.1 Reuniones identificadas

Durante el año 2015 se identificaron **4.708 reuniones** en las agrupaciones Congresos y Convenciones (C&C), Ferias y Exposiciones (F&E) y Eventos Deportivos Internacionales (EDI).

Esta información es a partir de los datos proporcionados por los referentes de los destinos y relevada a través de diferentes fuentes por parte del equipo técnico del Observatorio. De esta manera, vale aclarar que al hablar de reuniones identificadas, se hace referencia solo a aquellas reuniones que se lograron captar, teniendo en cuenta que pueden haber quedado otras sin identificar. Si bien la brecha entre los eventos identificados y los realizados se estima es cada año menor, aún no se puede estimar a nivel país si hubo crecimiento o baja en la cantidad de reuniones realizadas.

Al realizar una comparación con los años anteriores, se puede observar que la identificación de reuniones informadas por los referentes técnicos de los destinos se vio incrementada en cantidad y calidad de los datos, reflejándose un incremento del 1,2% respecto al año anterior considerando dichas agrupaciones. Esto se debe no sólo a la mejora en la metodología de trabajo implementada por el Observatorio, sino también al aumento de destinos sedes que colaboran con las tareas de recolección y carga de datos para la producción de resultados estadísticos del sector.

Se abarcaron 23 provincias, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y 297 localidades del país.

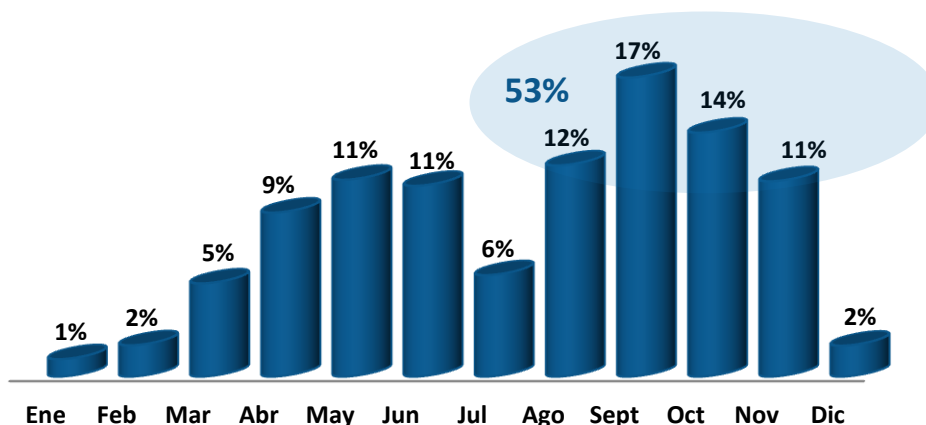
5.1.1 Distribución temporal

La mayor concentración de las reuniones tiene lugar durante el segundo semestre, en particular entre los meses de agosto a noviembre, con el 53% de las reuniones identificadas. El mes que se destaca como aquel que reúne la mayor cantidad de reuniones es septiembre, acumulando el 17% del total anual

No obstante, se observa que específicamente los meses de octubre y noviembre tuvieron una menor participación respecto al año anterior, considerando que el 2015 fue un año particular para el país debido a la celebración de las jornadas electorales que se desarrollaron entre los meses mencionados.

Gráfico N° 20: Distribución mensual de las reuniones

Año 2015



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

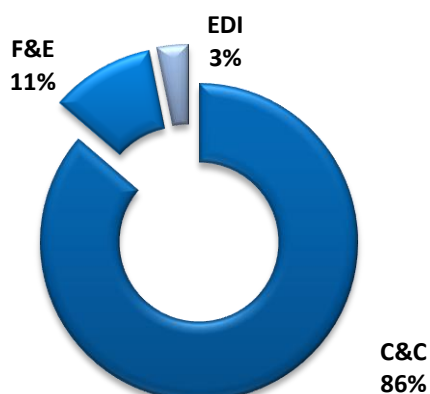
El turismo de reuniones se distingue por poseer un fuerte componente anticíclico, en relación a la estacionalidad particular de este sector que, a diferencia del turismo de esparcimiento, se concentra en los meses fuera del receso de actividades (estival, invernal, y feriados). En efecto, dos períodos del año concentran el 88% de las reuniones identificadas: los meses de marzo a junio y de agosto a noviembre.

5.1.2 Tipos de reuniones

En el año 2015 se observa que el 86% de las reuniones identificadas corresponden a la agrupación C&C; en tanto que el 11% representa a F&E y el 3% restante a EDI.

Gráfico N° 21: Distribución de las reuniones por grupo

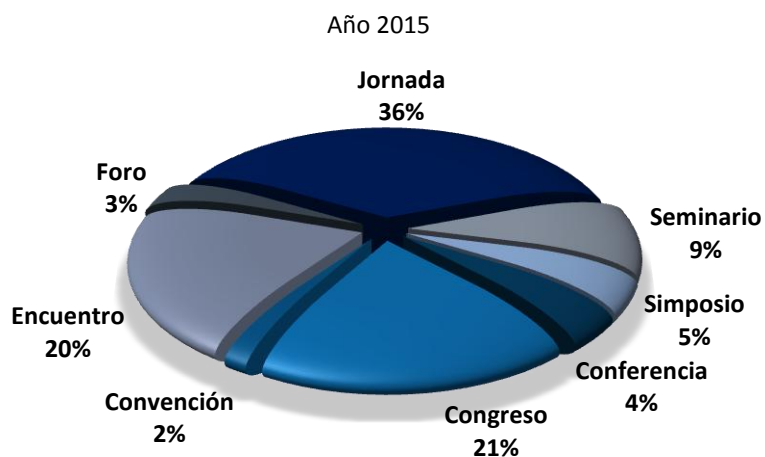
Año 2015



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

Por un lado, dentro de la agrupación C&C, se identificaron 4.063 reuniones. Los tipos de reuniones con mayor participación son las Jornadas (36%), seguida por los Congresos y los Encuentros (21% y 20% respectivamente). Por otra parte, los Seminarios, Simposios, Conferencias, Foros y Convenciones, enumerados en forma descendente, tienen un peso relativo minoritario en el total de reuniones identificadas en esta agrupación, representando en su conjunto el 23%.

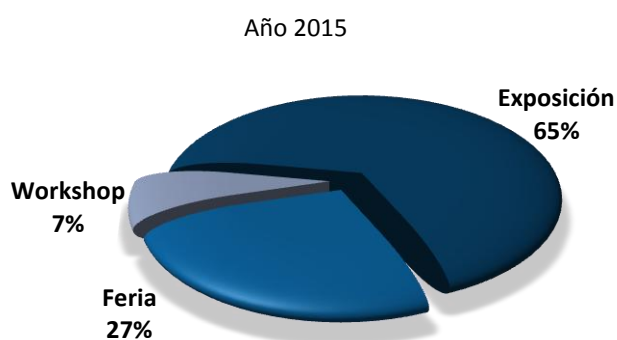
Gráfico N° 22: Distribución por Tipo de C&C



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

Por su parte, el grupo F&E, con una suma de 497 reuniones, divide dicha totalidad entre una mayoritaria participación de las Exposiciones, las cuales representan el 65%, mientras que las Ferias constituyen el 27% y los Workshops completan el total con sólo el 7% de participación.

Gráfico N° 23: Distribución por Tipo de F&E



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

Respecto los EDI se identificaron un total de 148 reuniones.

Finalmente, debido a un proceso de crecimiento del Observatorio y las inquietudes planteadas por los referentes de los destinos, quienes se nutren de la información para su gestión, en el año 2013 se decidió en conjunto incluir en la metodología del Observatorio la identificación de las reuniones de incentivo abarcándolas como un tipo de reunión dentro de la agrupación de Congresos y Convenciones (C&C). En el transcurso del 2014, comprendiendo que los eventos de Incentivo son reuniones con particularidades específicas, se ha decidido separarlo creando una cuarta agrupación: Incentivos (INC).

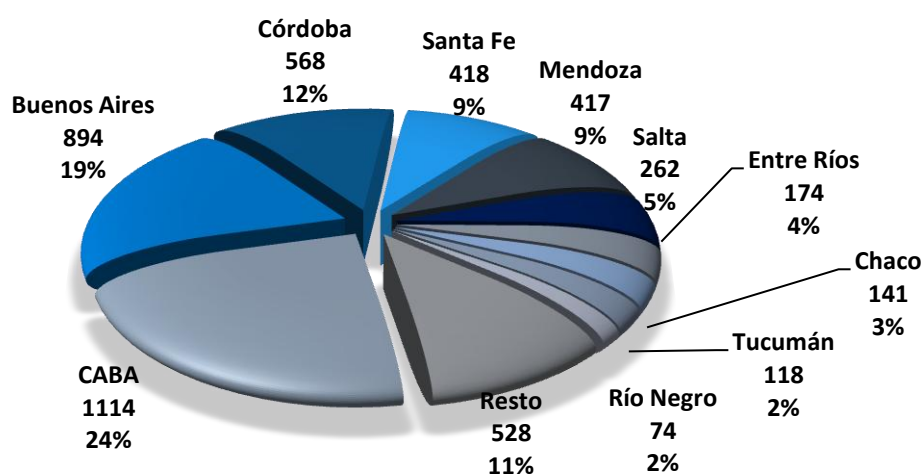
La identificación de dichas reuniones aún no está en su madurez en todos los destinos. En el año 2015 se identificaron 296 reuniones de Incentivo (INC) en todo el país.

5.1.3 Distribución geográfica

Con respecto a la distribución de las reuniones a nivel país, se registra que el 43% del total están agrupadas en la Ciudad de Buenos Aires y la Provincia de Buenos Aires, mientras que Córdoba, Santa Fe, Mendoza y Salta las escoltan con el 12%, 9%, 9%, y 5% respectivamente, ubicándose de este modo entre los primeros seis lugares.

Gráfico N° 24: Distribución Geográfica por Provincia

Año 2015

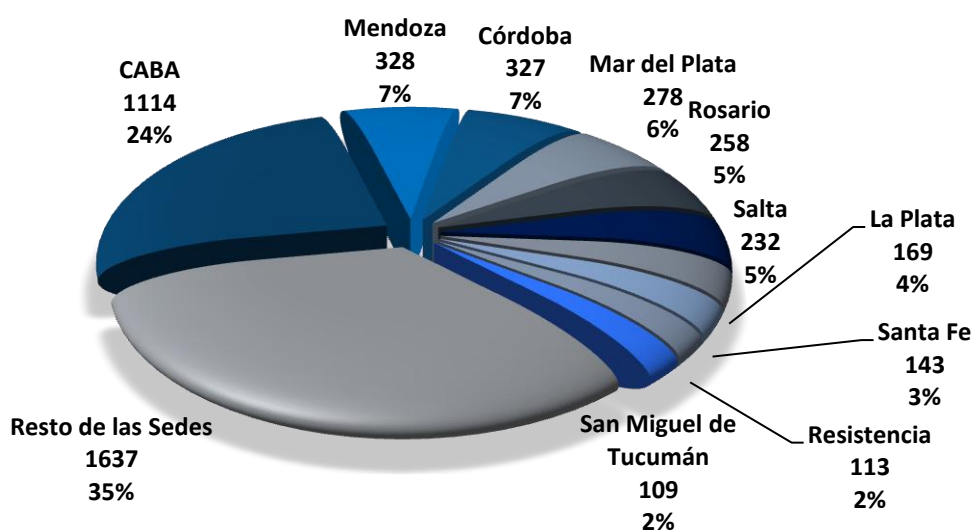


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede.

Al analizar la distribución geográfica de las reuniones por ciudad sede, se observa una concentración en las primeras cuatro ciudades: Ciudad de Buenos Aires (24%), Mendoza y Córdoba (7% cada una), y Mar del Plata (6%) representando de esta manera el 44% del total de las reuniones identificadas en el país; y junto con Rosario, Salta, La Plata, Santa Fe, Resistencia y San Miguel de Tucumán se ubican entre las primeras diez ciudades sedes con mayor cantidad de reuniones.

Gráfico N° 25: Distribución Geográfica por ciudad sede

Año 2015

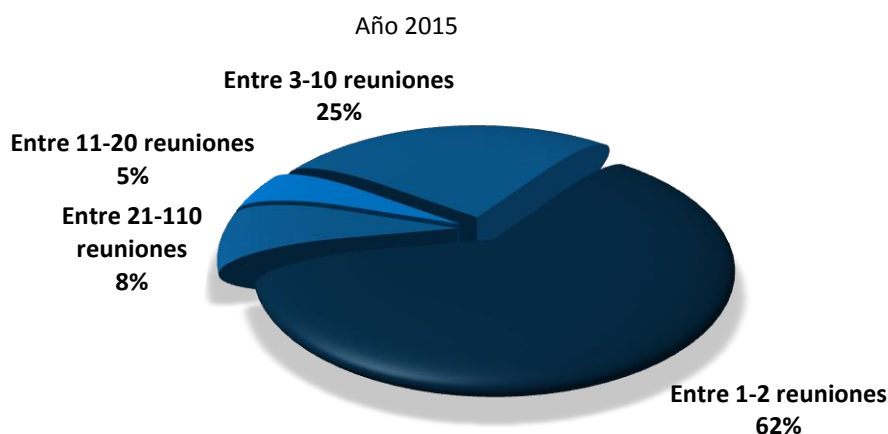


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede.

En este sentido, dichas ciudades concentran en conjunto el 65% de las reuniones, quedando el 35% restante distribuido en 287 localidades, que tuvieron entre 1 y 108 reuniones cada una.

Si se analiza este último grupo de localidades, en función de la cantidad de reuniones de las que fueron sede, se observa que el 8% concentró entre 21 y 100 reuniones; el 5%, entre 11 y 20 reuniones; el 25%, entre 3 y 10 reuniones; y el 62%, entre 1 y 2 reuniones.

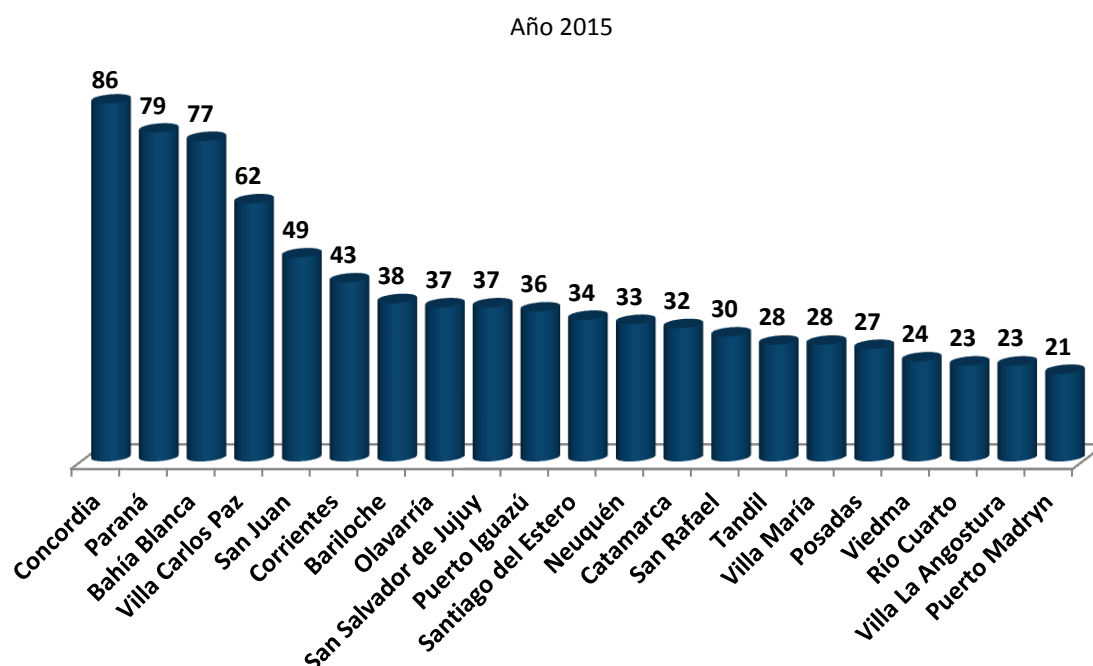
Gráfico N° 26: Porcentaje de localidades por rangos de reuniones identificadas



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

Realizando un análisis más detallado, entre el grupo de localidades que tuvieron entre 21 y 100 reuniones, se encuentran 9 capitales provinciales (Paraná, San Juan, Corrientes, San Salvador de Jujuy, Santiago del Estero, Neuquén, Catamarca, Posadas y Viedma, en orden descendente).

Gráfico N° 27: Localidades que tuvieron entre 21 y 100 reuniones identificadas

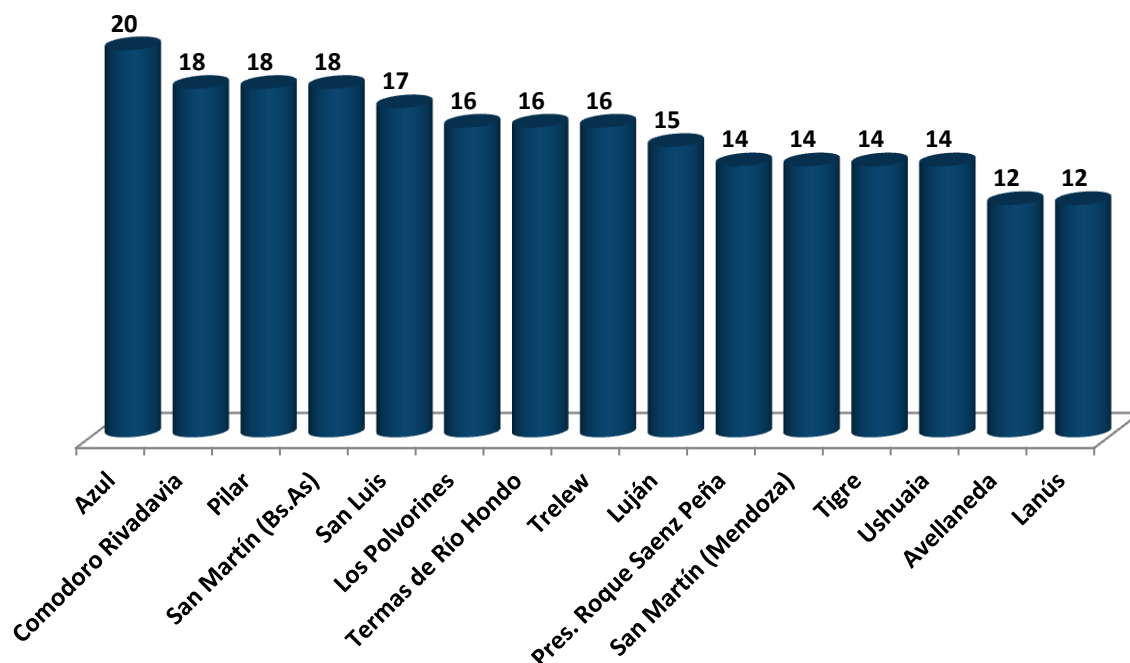


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede.

Por otro lado, en el grupo de aquellas localidades que tuvieron entre 11 y 20 reuniones se hallan 2 capitales provinciales (San Luis y Ushuaia).

Gráfico N° 28: Localidades que tuvieron entre 11 y 20 reuniones identificadas

Año 2015

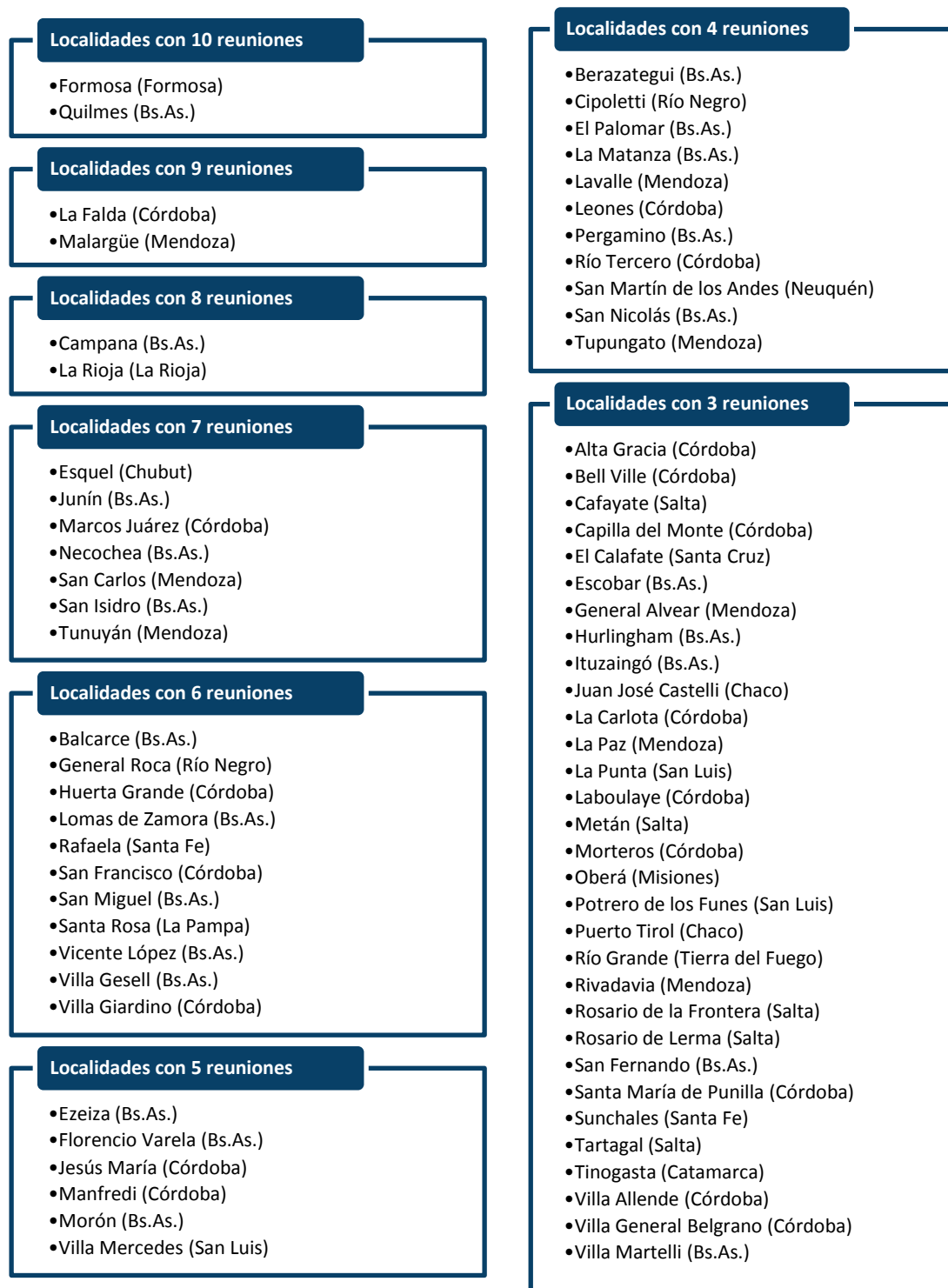


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede.

Por otro lado, en el gráfico a continuación se encuentran detalladas aquellas localidades en las cuales se identificaron entre 3 y 10 reuniones.

Gráfico N° 29: Localidades que tuvieron entre 3 y 10 reuniones identificadas

Año 2015



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

En la tabla a continuación se visualiza la comparación interanual 2015-2014 de aquellos destinos donde el OETR contó con la colaboración de referentes técnicos locales en la identificación de las reuniones en ambos años.

Cuadro N° 7: Variación interanual de cantidad de reuniones en los destinos con Referentes Técnico

Años 2014 – 2015¹⁰

PROVINCIA	LOCALIDAD	2014	2015	v.i.a.%
Ciudad de Buenos Aires	CABA	1.083	1.114	3%
Mendoza	Mendoza	322	328	2%
Córdoba	Córdoba	374	327	-13%
Buenos Aires	Mar del Plata	355	278	-22%
Santa Fe	Rosario	220	258	17%
Salta	Salta	237	232	-2%
Buenos Aires	La Plata	127	169	33%
Santa Fe	Santa Fe	175	143	-18%
Chaco	Resistencia	85	113	33%
Tucumán	San Miguel de Tucumán	139	109	-22%
Entre Ríos	Concordia	44	86	95%
Entre Ríos	Paraná	90	79	-12%
Buenos Aires	Bahía Blanca	44	77	75%
Córdoba	Villa Carlos Paz	55	62	13%
San Juan	San Juan	45	49	9%
Corrientes	Corrientes	46	43	-7%
Río Negro	Bariloche	36	38	6%
Buenos Aires	Olavarría	64	37	-42%
Jujuy	San Salvador de Jujuy	59	37	-37%
Misiones	Puerto Iguazú	20	36	80%
Santiago del Estero	Santiago del Estero	25	34	36%
Neuquén	Neuquén	16	33	106%
Catamarca	Catamarca	33	32	-3%
Buenos Aires	Tandil	30	28	-7%
Misiones	Posadas	13	27	108%
Río Negro	Viedma	26	24	-8%
Neuquén	Villa La Angostura	22	23	5%
Chubut	Puerto Madryn	31	21	-32%
Buenos Aires	Azul	14	20	43%

¹⁰ Del total de las 4.708 reuniones identificadas en 2015, 4.007 fueron identificadas por Referentes Técnicos, mientras que las 701 restantes fueron identificadas por el equipo del Observatorio.

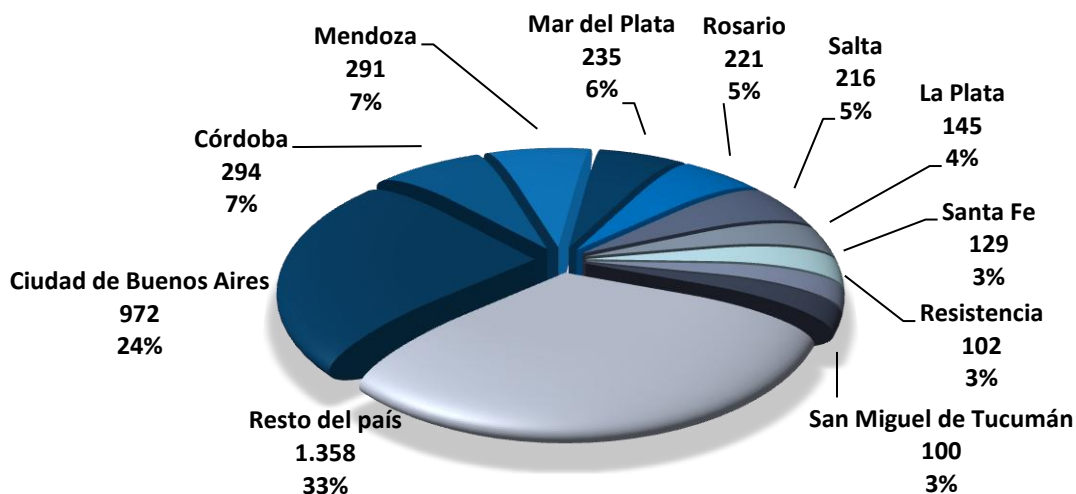
PROVINCIA	LOCALIDAD	2014	2015	v.i.a.%
Chubut	Comodoro Rivadavia	14	18	29%
Buenos Aires	Pilar	20	18	-10%
San Luis	San Luis	16	17	6%
Chubut	Trelew	20	16	-20%
Buenos Aires	Tigre	9	14	56%
Tierra del Fuego	Ushuaia	12	14	17%
Buenos Aires	Campana	2	8	300%
La Rioja	La Rioja	10	8	-20%
Neuquén	San Martín de los Andes	12	4	-67%
Santa Cruz	El Calafate	4	3	-25%
Buenos Aires	Pinamar	6	2	-67%
Santa Fe	Esperanza	2	1	-50%
Buenos Aires	San Antonio de Areco	3	0	-100%
Total		3.977	4.007	1%

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

En relación a la agrupación C&C, del total de 4.063 reuniones identificadas, el 67% se concentró en 10 destinos sedes. Incluso, el 54% se encuentra agrupado en seis localidades. En este sentido, la Ciudad de Buenos Aires reporta un 24%, mientras que el 30% restante se distribuye en 5 localidades: Córdoba y Mendoza (7%), Mar del Plata (6%), y Rosario y Salta (5%). Por su parte, con una participación menor se encuentra la ciudad de La Plata registrando un 4%, siguiendo las localidades de Santa Fe, Resistencia y San Miguel de Tucumán con un 3% cada una; mientras que el 33% sobrante corresponde al resto del país.

Gráfico N° 30: Distribución Geográfica por ciudad sede en C&C

Año 2015

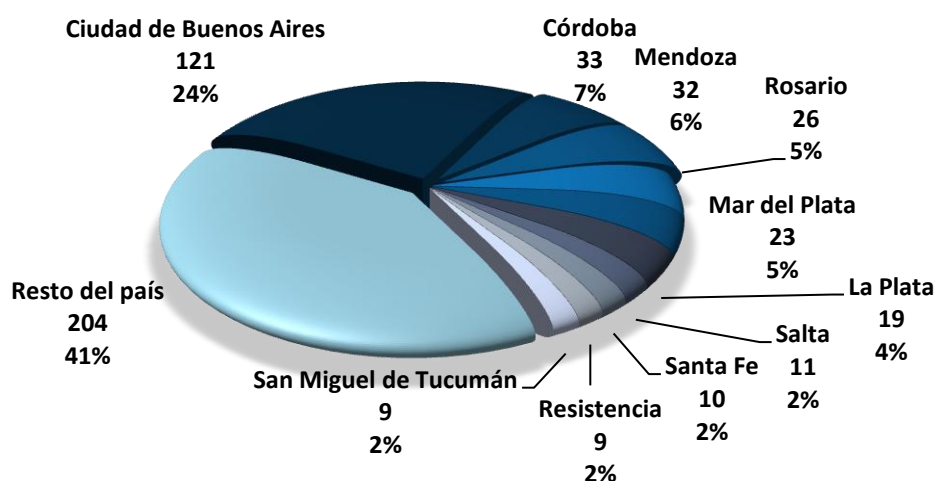


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede.

Considerando ahora al grupo de las F&E, el 59% de los 497 eventos registrados se llevaron a cabo en 10 destinos sedes, mientras que el 41% sobrante corresponde al resto del país, vislumbrándose de esta manera una mayor diversificación y participación por parte de otras localidades como sedes de F&E. El 51% se encuentra agrupado en 6 localidades: Ciudad de Buenos Aires (24%), Córdoba (7%), Mendoza (6%), Rosario y Mar del Plata (5%), y La Plata (4%); mientras que Salta, Santa Fe, Resistencia y San Miguel de Tucumán reportan individualmente un 2%.

Gráfico N° 31: Distribución Geográfica por ciudad sede en F&E

Año 2015

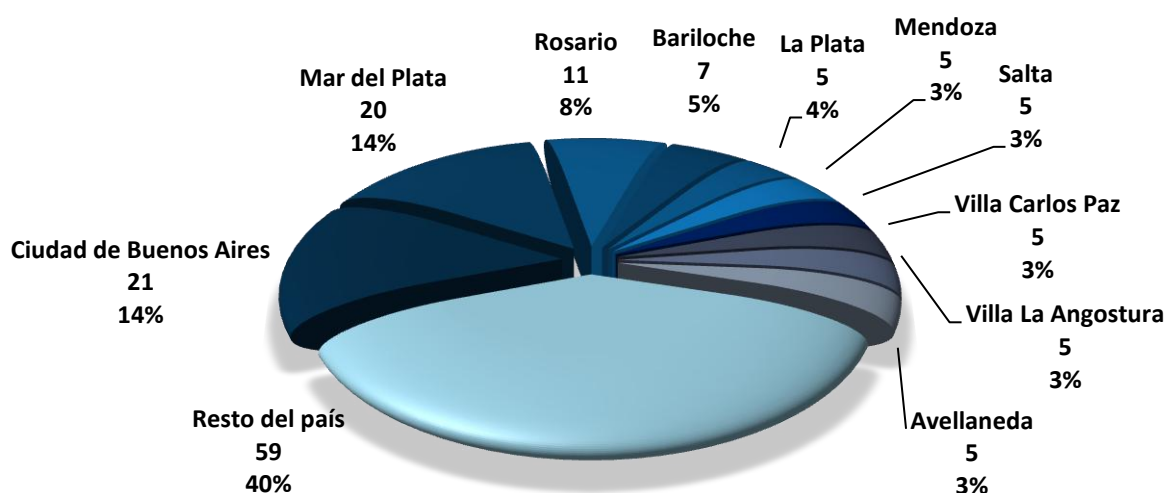


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede.

Por último, del total de los 148 EDI identificados, el 60% se concentró en 10 destinos sedes, mientras que el 40% corresponde al resto del país. De hecho, se observa que solo en 4 localidades se agrupa el 40% del total: Ciudad de Buenos Aires y Mar del Plata (ambas con un 14%), Rosario (7%), y Bariloche (5%).

Gráfico N° 32: Distribución Geográfica por ciudad sede en EDI

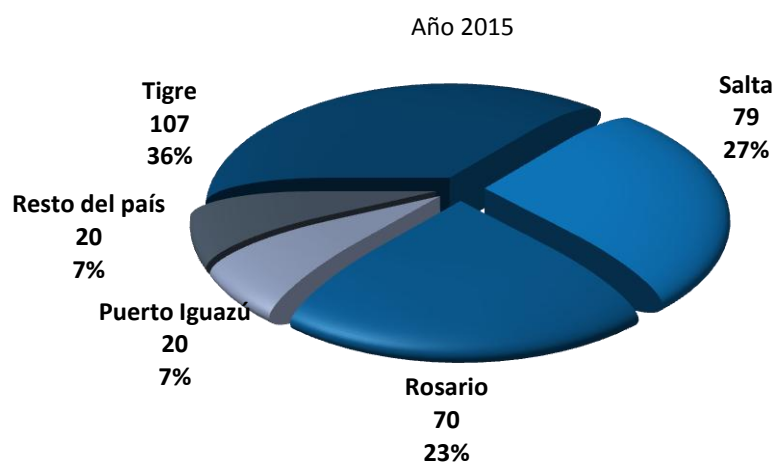
Año 2015



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

Considerando la muestra de las reuniones de incentivos, el 93% se concentró en 4 destinos sedes y el 7% restante en 11 localidades. En este sentido, Tigre reporta un 36%, mientras que el 27% corresponde a la ciudad de Salta, 24% a Rosario y el 7% a Puerto Iguazú. El 7% restante corresponden a 4 reuniones identificadas en las localidades de Ciudad de Buenos Aires y Villa La Angostura, 3 reuniones en Termas de Río Hondo, 2 reuniones en Santiago del Estero y 1 reunión en las localidades de Córdoba, La Plata, La Punta, Mar del Plata, Mendoza, Rosario de la Frontera y San Juan.

Gráfico N° 33: Distribución Geográfica por ciudad sede en INC



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

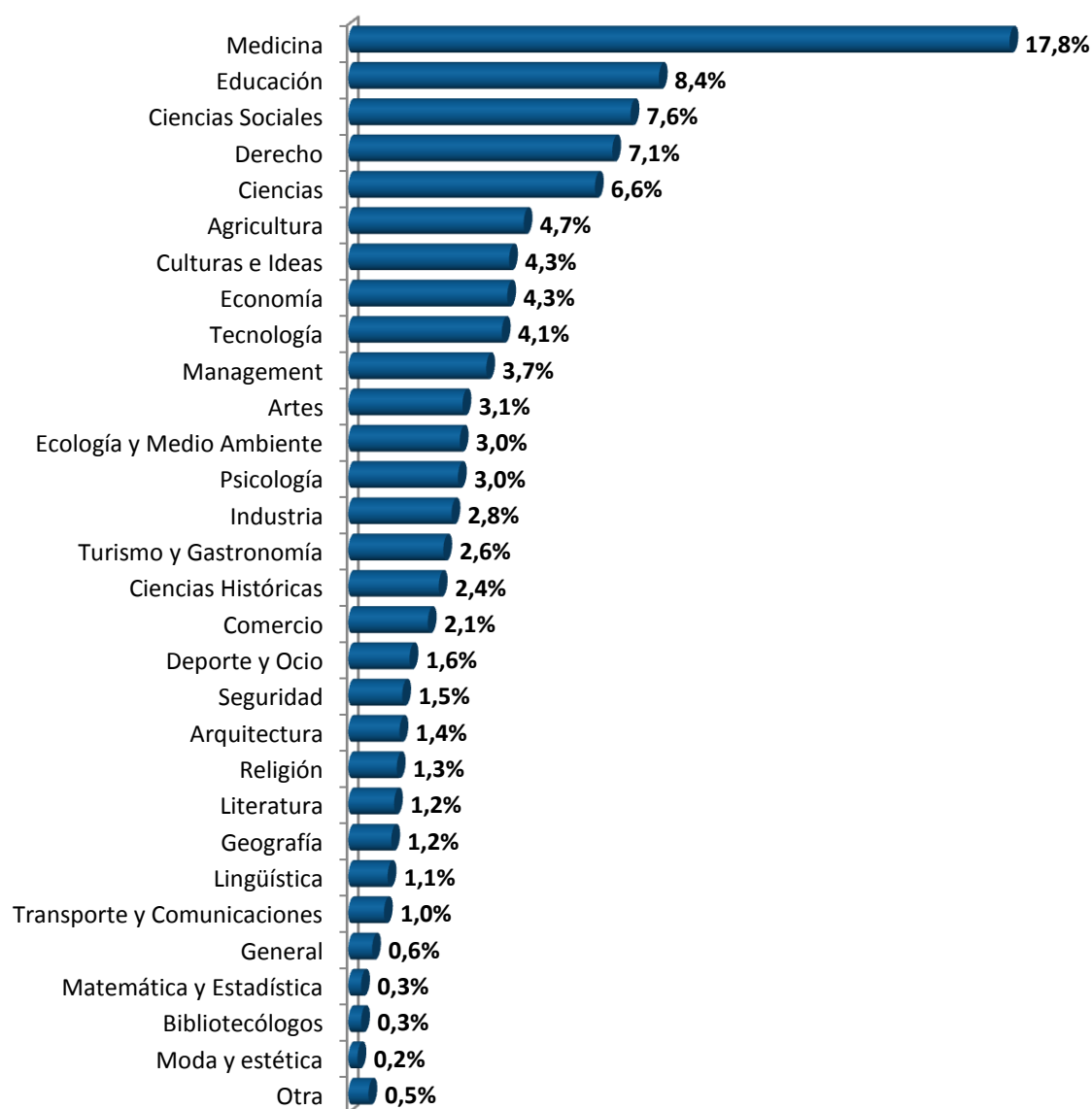
5.2 Análisis del agrupamiento C&C

5.2.1 Temáticas de los C&C

En la agrupación C&C se destaca la temática Medicina con una alta participación, representando el 17,8% del total. Luego se ubican Educación (8,4%), Ciencias Sociales (7,6%), Derecho (7,1%) y Ciencias (6,6%).

Gráfico N° 34: Distribución por temática de las reuniones en C&C

Año 2015



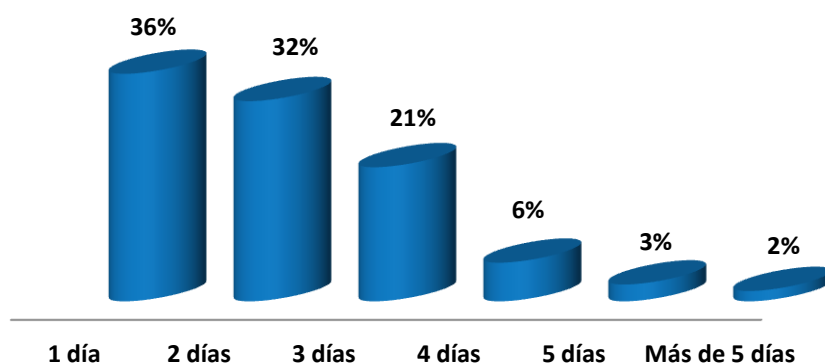
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.2.2 Duración de los C&C

La duración promedio de los C&C fue de 2,16 días. En tanto el 36% de las reuniones tuvo una duración de 1 día, seguido por los de duración de 2 días (32%). Por último se ubican los de 3 días, alcanzando el 21% del total.

Gráfico N° 35: Duración de reuniones en C&C

Distribución porcentual año 2015



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

5.2.3 Cantidad de asistentes

Se estima que a reuniones de C&C asistieron un total de **2.250.380** personas (un 10% menos que en el año 2014), de las cuales 1.081.504 fueron turistas nacionales (frente a 1.446.058 del 2014), 256.220 turistas extranjeros (299.184 en 2014) y 912.656 asistentes locales que son los residentes en el destino sede (747.961 en 2014).

Cuadro N° 8: Distribución de asistentes en C&C

Año 2015

C&C	2015	
	Cant	Dist.
Asistentes locales	912.656	41%
Asistentes nacionales	1.081.504	48%
Asistentes extranjeros	256.220	11%
Total de Asistentes	2.250.380	100%

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

Analizando más en detalle los eventos que se realizaron en los últimos 2 años (2014-2015) se identificaron al menos 400 eventos que fueron realizados en el año 2014 y que no se realizaron en 2015.

A su vez, se compararon los mismos eventos realizados en ambos años que tuvieran identificada la cantidad de asistentes. Dicho análisis reportó una baja del 28% en la cantidad de asistentes totales; y si se analiza más en profundidad, aquellos eventos que tuvieron participación de asistentes extranjeros registraron una disminución de los mismos del 39%.

En cuanto a los eventos que formaron parte del ranking internacional ICCA, los realizados durante el 2015 no solo fueron menos que los registrados en el ranking 2014, sino que tuvieron menor proporción de asistentes extranjeros.

5.2.4 Cantidad de asistentes promedio por temática de los C&C

Analizando las 4 temáticas más frecuentes en cuanto a cantidad de eventos, se estima que las reuniones de Ciencias Sociales son las de mayor cantidad de asistentes promedio (440), seguido de Medicina (381) y luego Educación y Derecho (273 y 229 respectivamente).

Cuadro N° 9: Cantidad de asistentes promedio de las 4 temáticas más frecuentes en C&C

Año 2015

Tema	Asistentes promedio
Ciencias Sociales	440
Medicina	381
Educación	273
Derecho	229

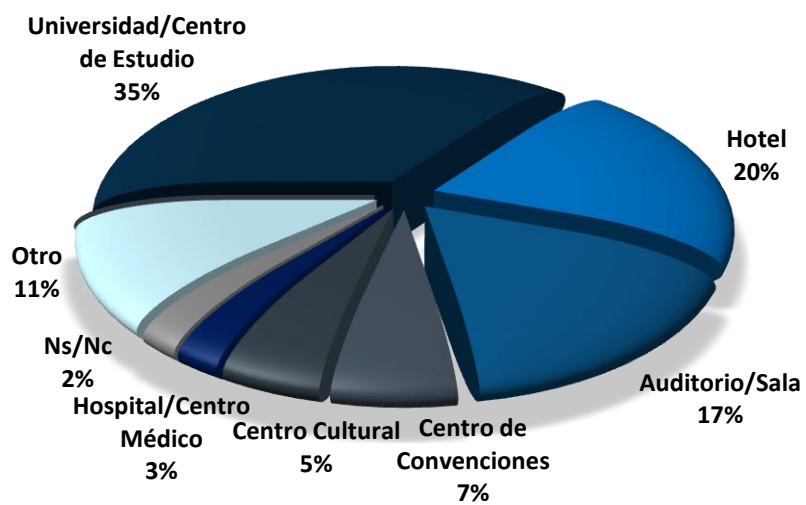
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.2.5 Tipos de sedes de las reuniones C&C

El tipo de sede más utilizado por las reuniones C&C identificadas fueron las Universidades/Centros de Estudio (35%) y los Hoteles (20%), seguido por Auditorios/Salas (17%). A los tres tipos de sedes más utilizados por esta agrupación, le siguen en menor participación los Centros de Convenciones, los Centros Culturales, y los Hospitales/Centros Médicos (con un 7%, 5%, y 3% respectivamente).

Gráfico N° 36: Tipos de sedes utilizadas por las reuniones C&C identificadas

Año 2015



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

5.3 Análisis del agrupamiento F&E

5.3.1 Temáticas de las F&E

La temática que presentó mayor participación es “Agrícola, ganadera y alimenticia” con un 26%, debido en gran parte a la 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 “Ciencias y educación” con un 14%, e “Industria, tecnología y energía” con un 12%.

Gráfico N° 37: Distribución por temática de las reuniones en F&E

Año 2015



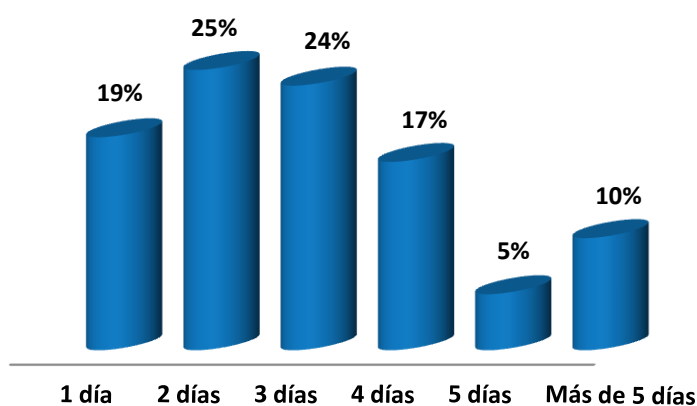
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.3.2 Duración de las F&E

La duración promedio de las F&E fue de 3,81 días. El 25% de las reuniones tuvo una duración de 2 días; el 24%, una duración de 3 días. Seguido de las de 1 día (19%) y las de 4 días (17%).

Gráfico N° 38: Duración de reuniones en F&E

Distribución porcentual año 2015



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

5.3.3 Cantidad de asistentes

Se estima que asistieron a las F&E un total de **10.160.855** personas (un 18% menos que en el año 2014), de las cuales 3.597.068 fueron turistas nacionales (frente a 3.667.980 del 2014), 123.878 turistas extranjeros (114.852 en 2014) y 6.439.909 asistentes locales (8.649.323 en 2014).

Cuadro N° 10: Distribución de asistentes en F&E

Año 2015

F&E	2015	
	Cantidad	Dist.
Asistentes locales	6.439.909	63%
Asistentes nacionales	3.597.068	36%
Asistentes extranjeros	123.878	1%
Total de Asistentes	10.160.855	100%

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

Analizando más en detalle, de los eventos que se realizaron en ambos años (2014 y 2015) se identificaron al menos 35 eventos que fueron realizados en el año 2014 y que no se realizaron en 2015, representando aproximadamente 600.000 asistentes.

A su vez, también se compararon aquellos mismos eventos realizados en ambos años que tuvieran identificada la cantidad de asistentes, lo cual resultó en una baja del 7% en la cantidad de asistentes totales.

5.3.4 Cantidad de asistentes promedio por temática de las F&E

Analizando las 4 temáticas más relevantes en cuanto a cantidad de eventos, se estima que las F&E de Ciencias y educación tuvieron la mayor cantidad de asistentes promedio (31.821 asistentes), seguido de las que tuvieron por temática Agrícola, ganadera y alimenticia con un promedio de 21.269 asistentes. Siguen luego las reuniones con la temática Industria, tecnología y energía con 20.997 asistentes y finalmente Moda y diseño con 7.375 asistentes.

Cuadro N° 11: Cantidad de asistentes promedio de las 4 temáticas más frecuentes en F&E

Año 2015

Tema	Promedio de asistentes
Ciencias y educación	31.821
Agrícola, ganadera y alimenticia	21.269
Industria, tecnología y energía	20.997
Moda y diseño	7.375

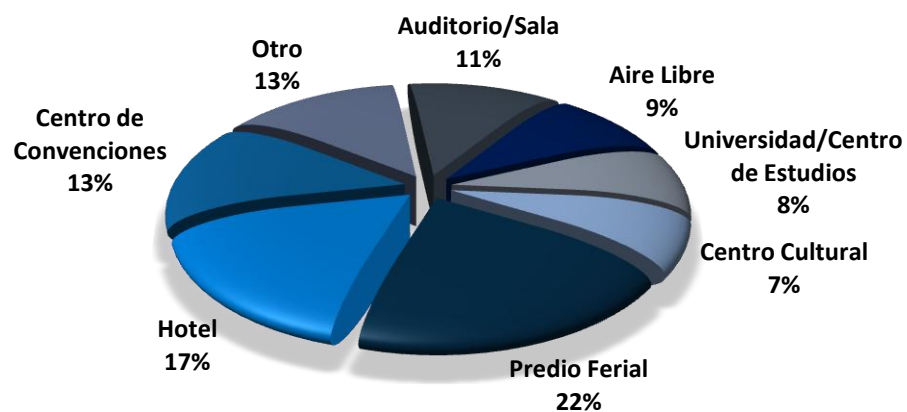
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.3.5 Tipos de sedes de las reuniones F&E

El tipo de sede más utilizado por las F&E identificadas fueron los Predios Feriales (22%), los Hoteles (17%), y los Centros de Convenciones (13%). Por otro lado, se ubican en menor medida los Auditorios/Salas (11%), Aire Libre (9%), Universidades/Centros de Estudios (8%), y Centros Culturales (7%).

Gráfico N° 39: Tipos de sedes en F&E

Año 2015



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

5.4 Análisis del agrupamiento EDI

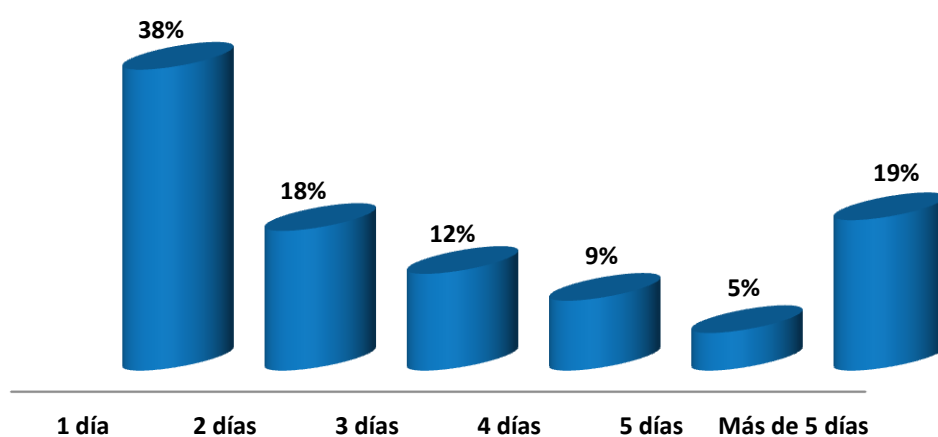
Las reuniones de EDI suelen tener características únicas en cuanto a su organización y naturaleza. Cuando no se declara la cantidad de asistentes y su distribución, esta característica de las reuniones EDI hace que los métodos de imputación de datos faltantes contruidos a partir de una regla estadística o mediante donación de datos no sean factibles de aplicar. Corresponde en estos casos recurrir a un informante calificado o experto y utilizar su criterio para realizar imputaciones. Debido a que en muchos casos no fue posible recurrir a la opinión de un experto, se optó por considerar sólo las reuniones EDI que sí hubieran declarado la cantidad de asistentes totales y su distribución.

5.4.1 Duración de los EDI

La duración promedio de los EDI fue de 3,26 días. El 38% de los eventos deportivos internacionales registrados presentan una duración de 1 día; seguido por aquellos que duran más de 5 días (19%) y por los que tuvieron como duración 2 días (18%).

Gráfico N° 40: Duración de reuniones en EDI

Distribución porcentual año 2015



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

5.4.2 Cantidad de asistentes

Dada la particularidad de esta agrupación no es posible estimar la cantidad de asistentes en los eventos donde no se hubieran informado esos datos. Por tal motivo sólo se da información sobre 95 de los 148 EDI identificados, que son aquellos en donde se obtuvieron datos. Se estima que un total de **2.104.861** de personas asistieron a estos 95 EDI.¹¹

¹¹Con relación a los EDI no se cuenta con datos de asistentes totales, ante la falta de información declarada por los referentes técnicos.

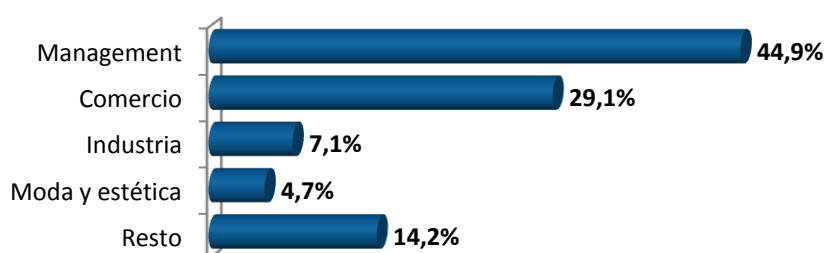
5.5 Análisis del agrupamiento INC

5.5.1 Temáticas de los INC

La temática que presentó mayor participación es “Management” con un 45%. Se destacan luego como temáticas relevantes “Comercio” con un 29%, e “Industria” con un 7%.

Gráfico N° 41: Distribución por temática de las reuniones en INC

Año 2015



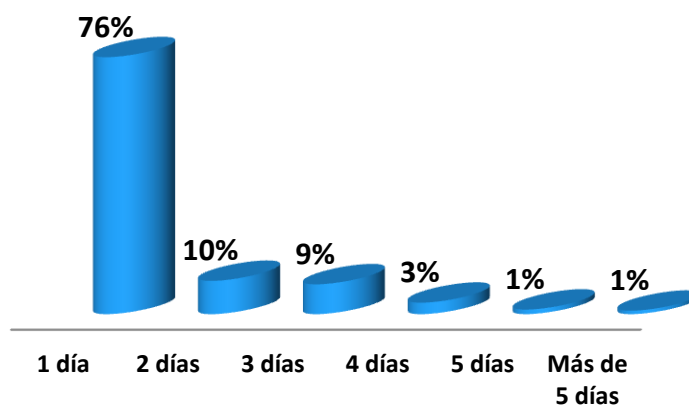
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.5.2 Duración de los INC

La duración promedio de las reuniones de INC fue de 1,52 días, donde el 76% de las reuniones tuvo una duración de 1 día seguido por los de duración de 2 días. En tanto aquellos eventos que tuvieron una duración mayor o igual de 3 días alcanzaron el 15%.

Gráfico N° 42: Duración de reuniones en INC

Distribución porcentual año 2015



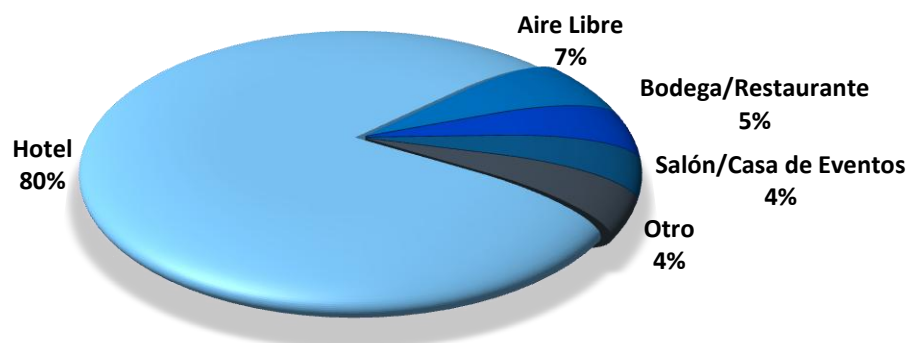
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.5.3 Tipos de sedes de las reuniones INC

El tipo de sede más utilizado por los INC identificadas fueron por amplia mayoría los Hoteles (80%).

Gráfico N° 43: Tipos de sedes en INC

Año 2015



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

5.6 Estudio de Demanda en C&C

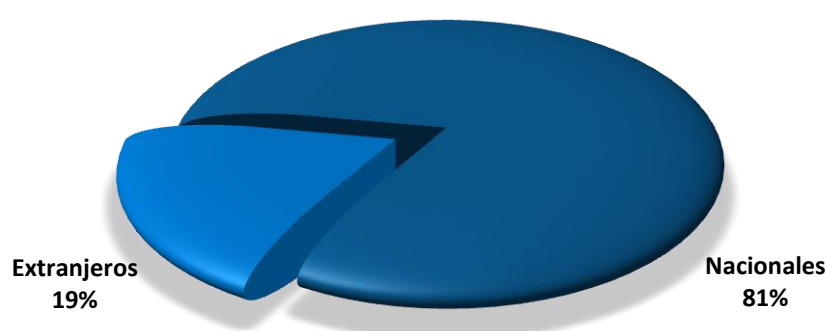
Los datos que a continuación se exponen surgen del procesamiento de más de 6.200 encuestas a los turistas asistentes a 208 reuniones por parte de los equipos técnicos de los destinos sede. Correspondieron el 79% de las encuestas a los turistas nacionales y el 21% a los turistas extranjeros.

En este sentido, se considera válido aclarar que los datos estadísticos reflejados tanto en asistentes nacionales como extranjeros representan a la población de las provincias en las que se hicieron encuestas.

De las reuniones identificadas durante el año 2015 por parte de los referentes, se aprecia que el 81% de los turistas asistentes fueron nacionales, mientras que el 19% restante fueron extranjeros. En el año 2014 la distribución fue muy similar, 82% y 18% respectivamente.

Gráfico N° 44: Origen de los turistas asistentes a C&C

Turistas Asistentes Nacionales y Extranjeros - Año 2015



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

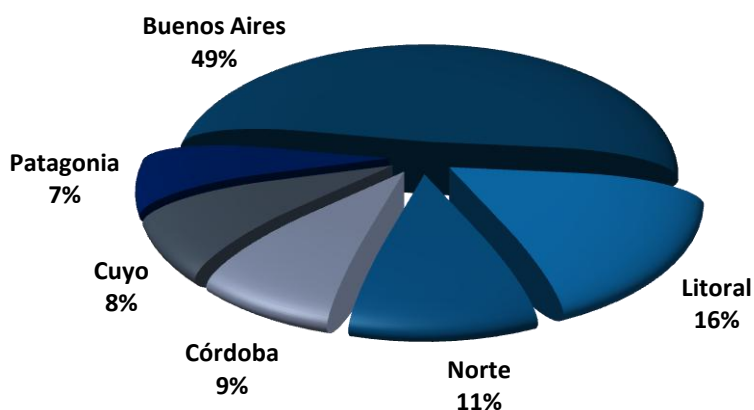
5.6.1 Estudio de Demanda en C&C para turistas nacionales

5.6.1.1 Lugar de residencia de los turistas asistentes

A la hora de analizar la procedencia de los asistentes nacionales a las reuniones, se aprecia que la mayoría (49%) proviene de la región de Buenos Aires (CABA y Provincia de Buenos Aires), seguido por la región del Litoral y del Norte (con el 16% y 11% respectivamente), y luego la región de Córdoba (9%). Por debajo de estas cuatro regiones preponderantes se ubican la región Cuyo con 8% y por último, la región Patagonia con un 7%.

Gráfico N° 45: Origen de los turistas asistentes nacionales por región en C&C

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



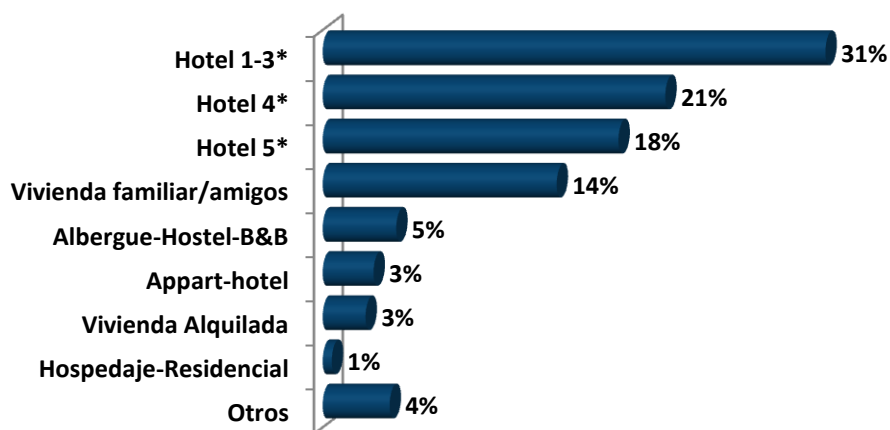
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.6.1.2 Tipo de alojamiento utilizado

Durante el 2015 entre los visitantes nacionales el alojamiento más elegido fueron Hoteles entre 1 y 3 estrellas (31% de los casos). En segundo lugar se ubican quienes se hospedaron en Hoteles de 4 Estrellas (21% de los casos) seguido de cerca por quienes se alojaron en Hoteles de 5 Estrellas (18%). Por debajo se ubican quienes se alojaron en casas de sus familiares o amigos, representando un 14% del total de asistentes.

Gráfico N° 46: Tipo de alojamiento utilizado en C&C

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



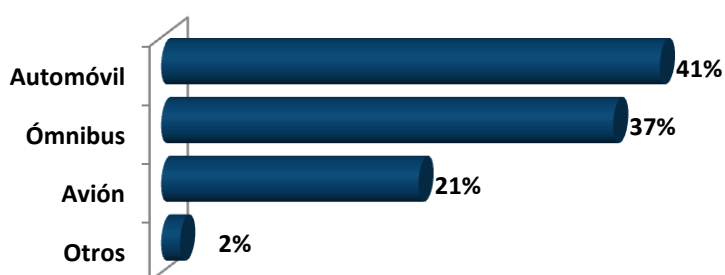
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.6.1.3 Medio de transporte utilizado

Entre los turistas asistentes nacionales el medio de transporte más utilizado por casi la mitad de ellos fue el automóvil (41%). En segundo lugar, se ubica el ómnibus (37%), seguido por la elección de trasladarse en avión por el 21% de los asistentes.

Gráfico N° 47: Medio de transporte en C&C

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



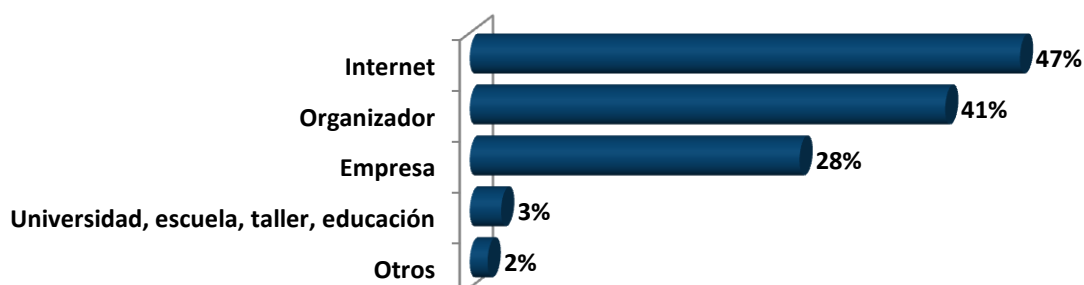
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.6.1.4 Medios de información

El medio de comunicación a través del cual el 47% de los asistentes turistas nacionales se informaron sobre la realización de la reunión fue por Internet. En segundo lugar con el 41% se encuentran quienes se informaron a través de la entidad organizadora. Le siguen quienes tomaron noticia por medio de la empresa en la que trabajan con un 28%. Entre otros medios de información que prevalecieron se destacan universidades o escuelas, organismos institucionales, familiares o conocidos, radio/TV, y asociaciones y sociedades sectoriales.

Gráfico N° 48: Medios de Información “Cómo se informó de la Reunión” en C&C

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



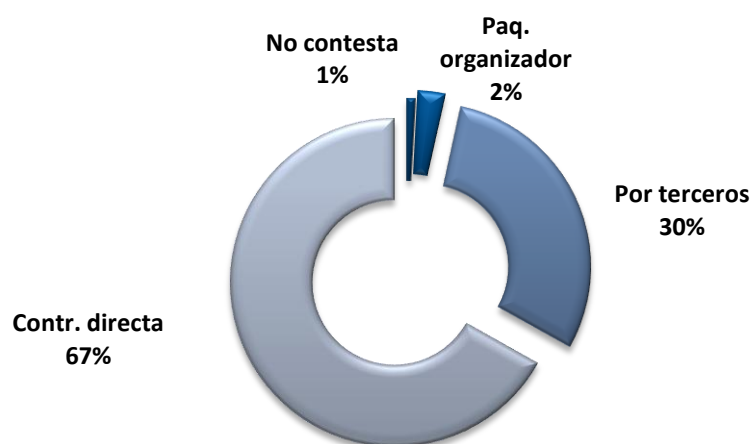
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.6.1.5 Forma de organización del viaje

A la hora de organizar el viaje los turistas nacionales lo realizan de forma directa en un 67%, por terceros el 30%, y a través de paquetes el 2%.

Gráfico N° 49: Forma de organización del viaje en C&C

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



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

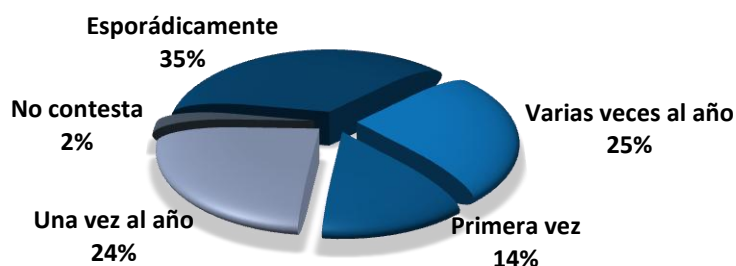
5.6.1.6 Frecuencia de visita

En este caso, la consulta pretende conocer con qué frecuencia es visitada la ciudad sede de la reunión, a efectos de poder determinar cuál es el potencial de la misma en cuanto a atractor de flujos turísticos, 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.

Al estudiar la frecuencia de visita de los asistentes nacionales, la mayoría visita la sede esporádicamente (35%), le siguen quienes la visitan varias veces al año y una vez al año, 25% y 24% respectivamente.

Gráfico N° 50: Frecuencia de visita Nacionales en C&C

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



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

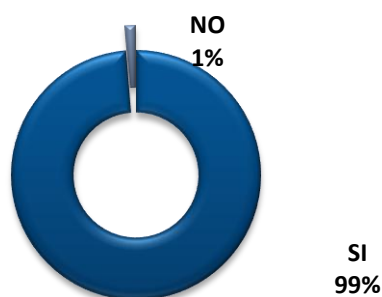
5.6.1.7 Voluntad de retorno

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: el 99% de ellos expresaron su deseo de regresar, sólo el 1% contestaron que no retornarían.

Gráfico N° 51: Voluntad de retorno a la ciudad en C&C

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015

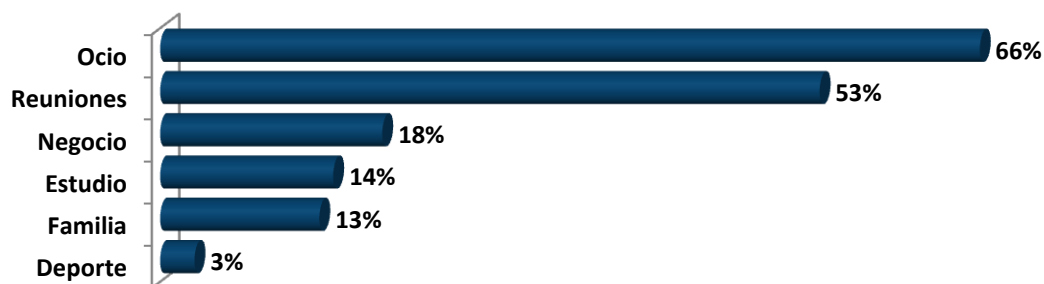


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

A la hora de expresar la razón por la cual volverían a la ciudad sede de la reunión, entre los asistentes argentinos se ubica primero el “ocio” como respuesta, que representa al 66% de los asistentes nacionales. En segundo lugar encontramos como razón de retorno “reuniones” con un 53% seguido del motivo “negocios” (18%). Por último le siguen la categoría “estudio”, con un 14% y luego “familia” con el 13%. Sólo el 3% volvería por “deporte”.

Gráfico N° 52: Motivos de retorno a la ciudad de la reunión en C&C

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



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

5.6.1.8 Estadía

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

El promedio de la estadía para los turistas asistentes nacionales a reuniones abarcadas en la agrupación C&C es de 2,99 días, cifra que sufre un aumento si comparamos con el año anterior donde fue de 2,78 días.

Entre los turistas asistentes argentinos el 64% permanece por un período que abarca entre una y tres noches, mientras que el 31% pernocta por un período de entre 4 y 7 noches.

Gráfico N° 53: Cantidad de Noches en C&C

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



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

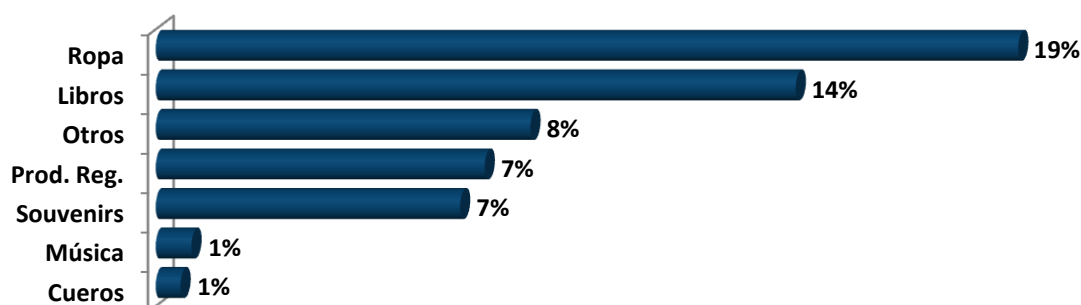
5.6.1.9 Compras realizadas

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: Productos regionales (incluye vinos, chocolates, artesanías, comidas), Ropa, Souvenirs, Libros, Cuero y Otros.

Para los turistas nacionales la opción de compra más reiterada fue ropa, implicando el 19%. Le sigue Libros con el 14% y luego Productos regionales y Souvenirs, ambos con el 7%.

Gráfico N° 54: Compras en C&C

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



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

5.6.1.10 Evaluación de los servicios de la ciudad sede

Esta serie de consultas tiene 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.

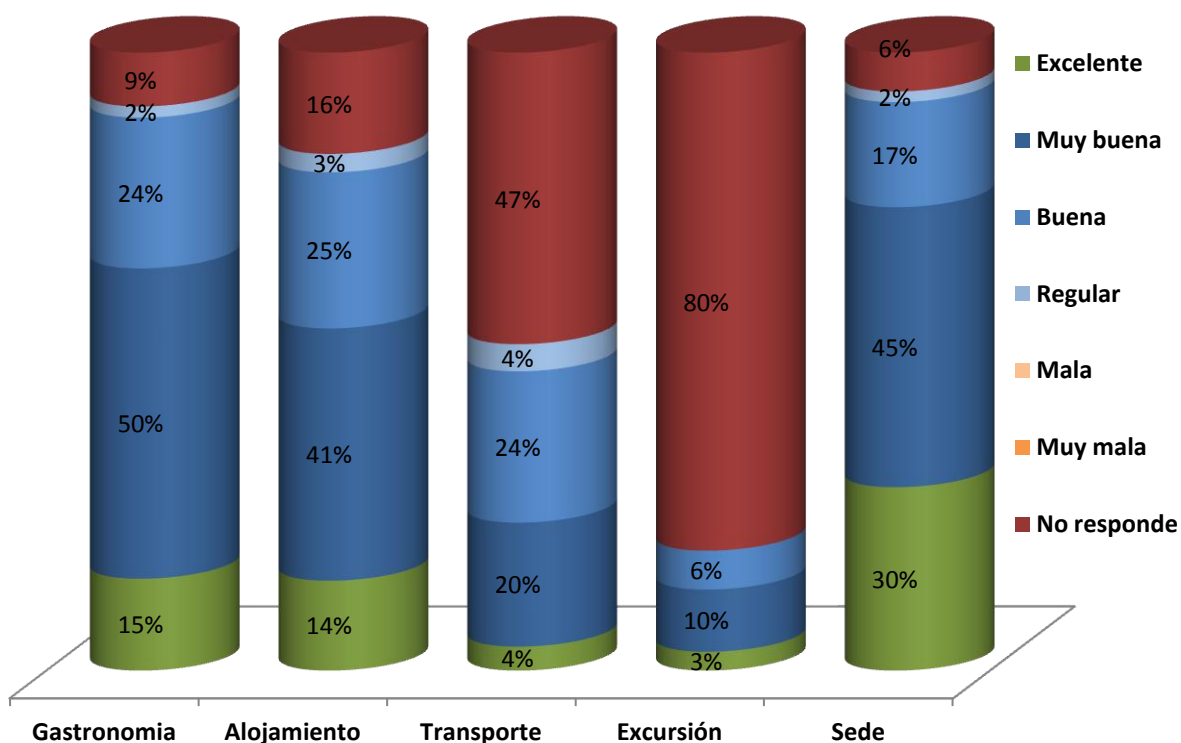
Los visitantes nacionales tuvieron, en general, una apreciación positiva de los servicios ofrecidos por el destino sede. Si observamos en particular cada categoría de dichos servicios se encuentra que la mejor calificación la posee la sede de la reunión, con un 30% de asistentes que la calificaron como “Excelente”, un 45% como “Muy buena” y un 17% como “Buena”. De la misma manera la gastronomía del destino obtuvo buenas calificaciones, recibiendo un 15% de respuestas como “Excelente”, un 50% como “Muy buena” y un 24% como “Buena”.

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” es elevado en el caso de las Excursiones, ya que no todos los asistentes realizaron alguna actividad

recreativa previamente a ser encuestados. Pero si se analizan sólo las respuestas de quienes dieron información, todos los servicios suman entre el 91% y 98% entre las calificaciones “Excelente”, “Muy buena” y “Buena”.

Gráfico N° 55: Evaluación de los servicios en C&C

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



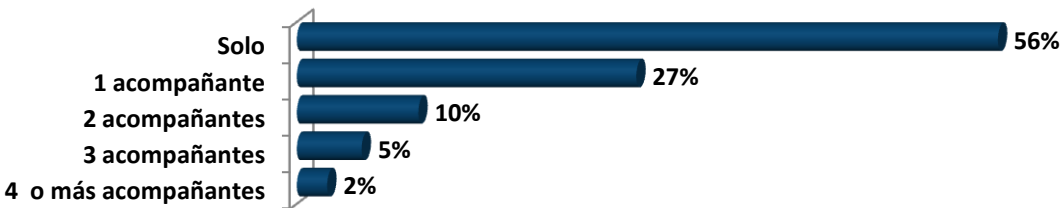
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.6.1.11 Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante

Se define al grupo familiar acompañante como el/los familiar/es directo/s que acompaña/n 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 56% asistió sin acompañantes seguido por el 27% de asistentes que viajó acompañado por una persona. El 17% restante viajó con 2 o más acompañantes.

Gráfico N° 56: Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante en C&C
Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



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

5.6.1.12 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, alquiler de vehículos, alimentos, excursiones, entretenimiento, compras realizadas, gastos de inscripción a la reunión y otros gastos no incluidos en las categorías anteriores.

Analizando el gasto realizado según el turista asistente concurrió a una reunión del grupo C&C, se observa que en caso de ser un visitante de origen nacional el gasto promedio durante su estadía fue de \$ 4.826 a precios corrientes. Sin embargo, para que este dato sea más preciso se lo debe ajustar por la estadía media observada.

Cuadro N° 12: Gasto promedio por estadía por persona en pesos en C&C
Turistas Asistentes Nacionales– Años 2014-2015

C&C Turista Nacional	2014	2015
A precio corriente	3.302	4.826

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

En promedio los asistentes nacionales gastaron \$1.612 por día a precios corrientes, con una estadía media de 2,99 días.

Cuadro N° 13: Gasto promedio diario por persona en pesos para C&C

Turistas Asistentes Nacionales - Años 2014-2015

C&C Turista Nacional	2014	2015
A precios Corrientes	1.190	1.612

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

5.6.2 Estudio de Demanda en C&C para los turistas extranjeros

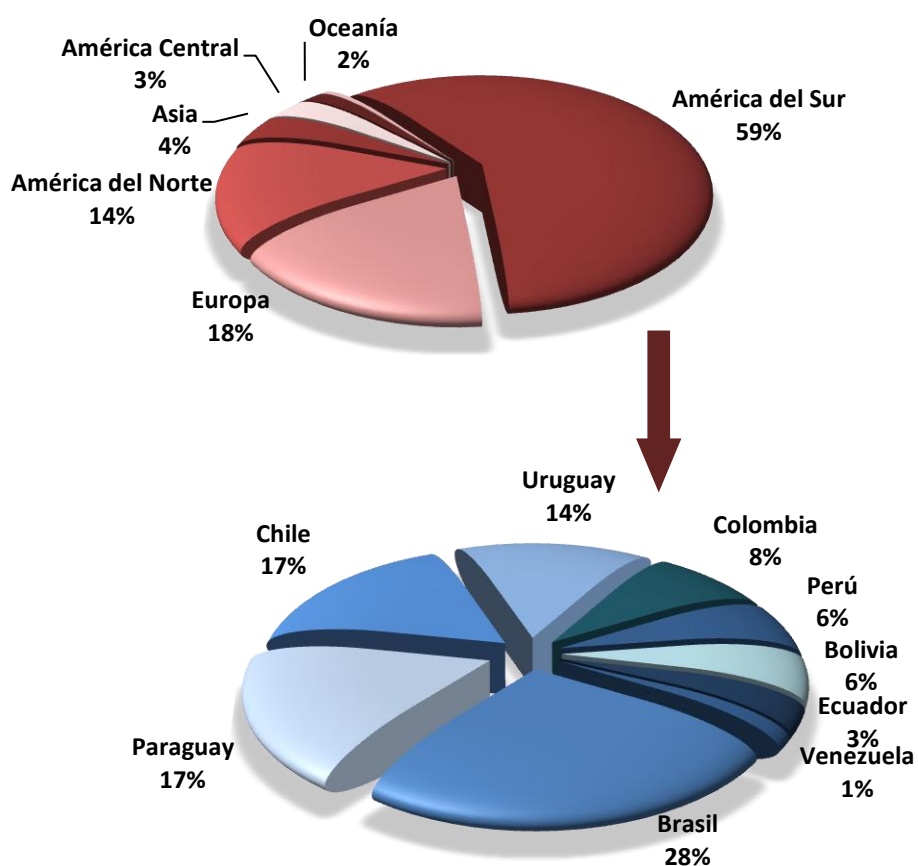
5.6.2.1 Lugar de residencia de los turistas asistentes

Entre los turistas asistentes extranjeros, el subcontinente sudamericano aporta el mayor caudal con el 59% de los visitantes, seguido por Europa con el 18%, América del Norte 14% y Asia con el 4%, seguido por América Central con el 3%. Por último, se ubica Oceanía con el 2%.

Si analizamos el subcontinente de América del Sur identificamos una participación mayoritaria de Brasil (28%) seguido por Paraguay y Chile (ambos con el 17%), Uruguay (14%), Colombia (8%), y Perú y Bolivia (ambos con el 6%). Por debajo le siguen Ecuador (3%) y Venezuela (1%).

Gráfico N° 57: Origen de los turistas asistentes por continente en C&C

Turistas Asistentes Extranjeros - Año 2015



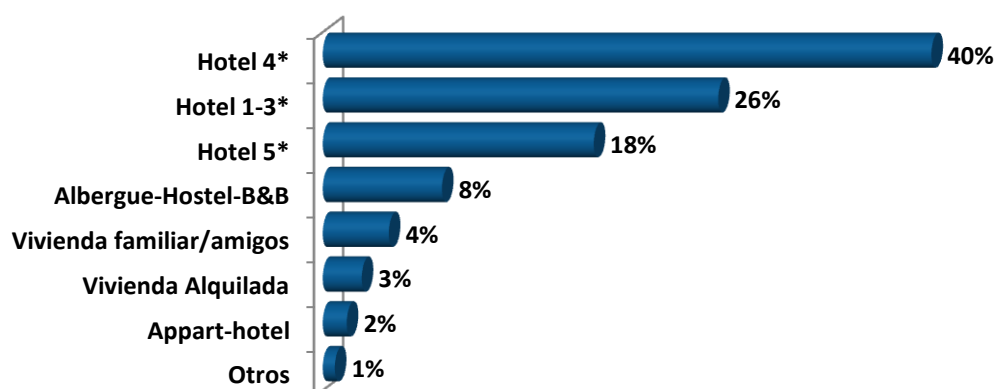
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.6.2.2 Tipo de alojamiento utilizado

Entre los turistas asistentes extranjeros, la opción de alojamiento más elegida fueron los Hoteles 4 estrellas en el 40% de los casos. La segunda opción elegida fue el alojamiento Hotel 1-3 estrellas con el 26% de los casos, y como tercera opción se encuentran los Hoteles 5 estrellas con el 18%.

Gráfico N° 58: Tipo de alojamiento utilizado en C&C

Turistas Asistentes Extranjeros - Año 2015



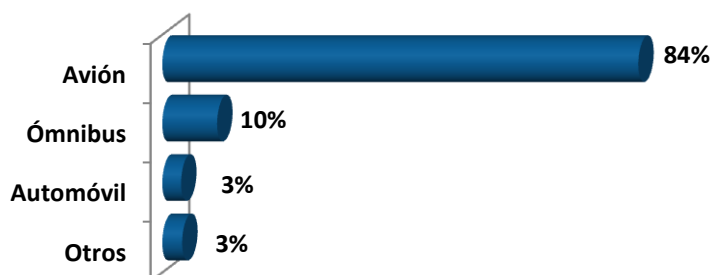
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.6.2.3 Medio de transporte utilizado

Entre los turistas asistentes extranjeros la gran mayoría se trasladó en avión (84%). Seguido por la preferencia por trasladarse en ómnibus con el 10%, y sólo el 3% se trasladó en auto.

Gráfico N° 59: Medio de transporte en C&C

Turistas Asistentes Extranjeros - Año 2015



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

Por otra parte, analizando con más detalle a los turistas asistentes extranjeros que declararon utilizar como medio de transporte el avión, se puede identificar cuál fue la vía de acceso que utilizaron para salir de la Argentina. De esta manera, el 72% lo realizó a través de un Aeropuerto y el 28% por otras vías.

Gráfico N° 60: Vía de salida de turistas extranjeros en C&C

Turistas Asistentes Extranjeros - Año 2015

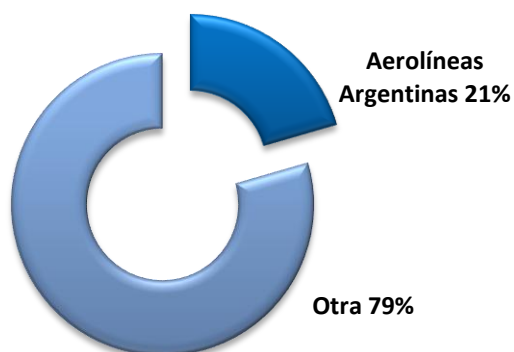


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

Si se profundiza aún más el nivel de detalle, puede identificarse que de los turistas asistentes extranjeros que afirmaron utilizar como medio de transporte el avión, y efectivamente salieron del país por un aeropuerto, el 21% lo realizó a través de la compañía Aerolíneas Argentinas; mientras que el 79% restante de los que respondieron lo realizaron a través de 31 empresas diferentes.

Gráfico N° 61: Empresa aérea utilizada en C&C

Turistas Asistentes Extranjeros - Año 2015



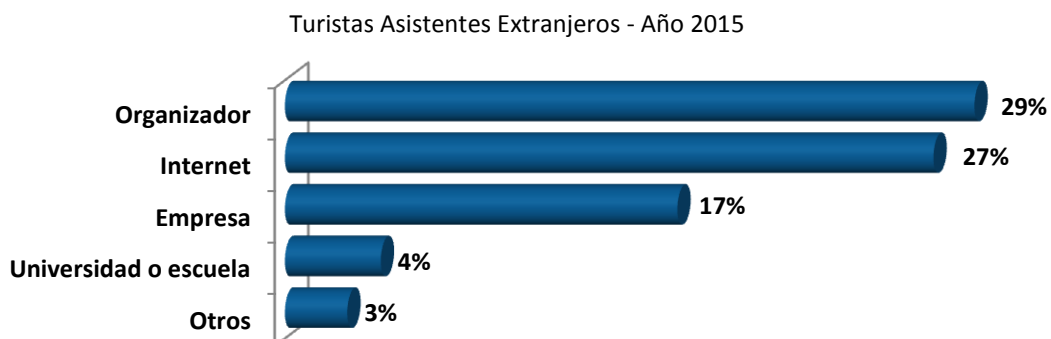
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.6.2.4 Medios de información

Entre los visitantes extranjeros, predominan aquellos que se informaron del evento a través del Organizador, con el 29%, le siguen con el 27% quienes se informaron a través de Internet. Luego siguen los que se

informaron a través de la Empresa abarcando el 17%. Otros medios utilizados predominan a través de universidades o escuelas, diarios y revistas, entre otros.

Gráfico N° 62: Medios de Información “Cómo se informó de la Reunión” en C&C

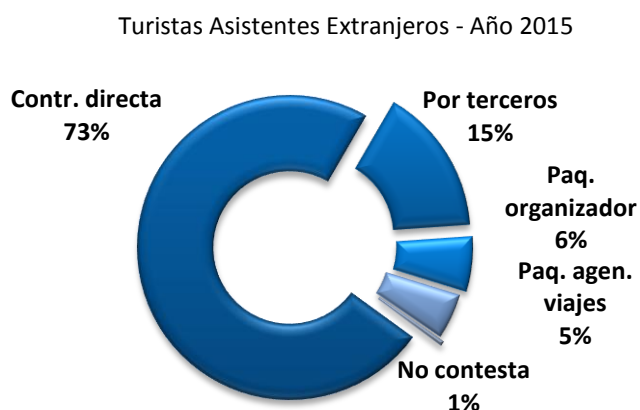


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.6.2.5 Forma de organización del viaje

Al igual que el turista nacional, el turista extranjero optó en su mayoría por la contratación directa representando el 73%, seguido por los que contrataron a través de terceros con el 15% y finalmente aquellos que contrataron paquetes con un 11%, ya sea por paquetes armados por agencias de viajes o por el organizador del evento.

Gráfico N° 63: Forma de organización del viaje en C&C



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

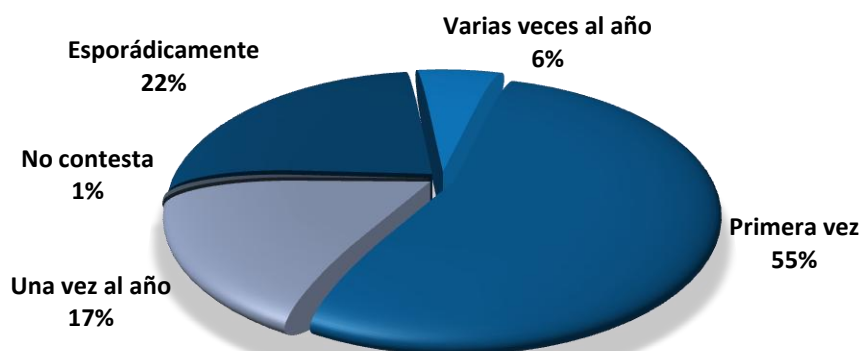
5.6.2.6 Frecuencia de visita

En este caso, la consulta pretende conocer con qué frecuencia es visitada la ciudad sede de la reunión, a efectos de poder determinar cuál es el potencial de la misma en cuanto a atractor de flujos turísticos, 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.

Entre los extranjeros, para el 55% de los casos, fue la primera vez que visitaban la ciudad sede de la reunión, mientras que un 22% la visita esporádicamente, seguida de aquellos turistas que visitan el destino una vez al año (17%).

Gráfico N° 64: Frecuencia de visita en C&C

Turistas Asistentes Extranjeros - Año 2015



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

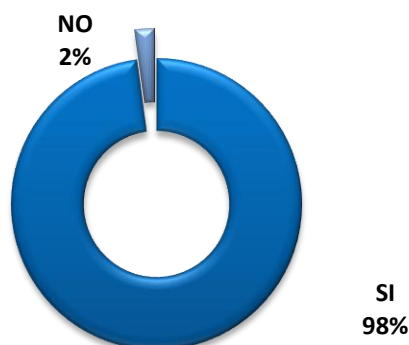
5.6.2.7 Voluntad de retorno

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 extranjeros retornarían al destino sede un 98%, en tanto el 2% restante respondió que no volvería.

Gráfico N° 65: Voluntad de retorno a la ciudad en C&C

Turistas Asistentes Extranjeros - Año 2015

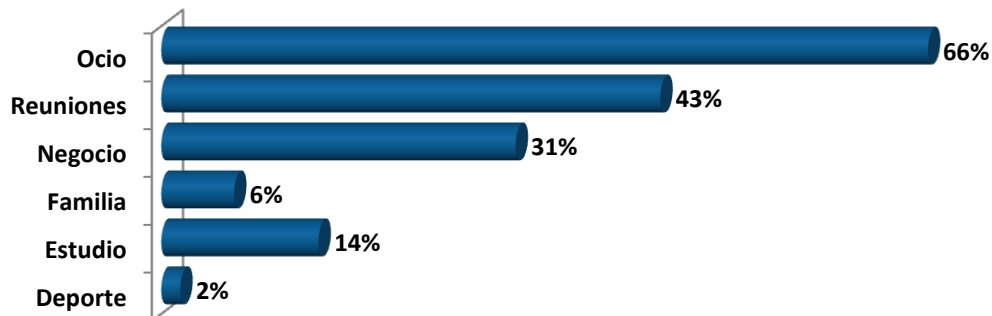


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

A la hora de expresar la razón por la que volverían a la ciudad sede de la reunión, entre los asistentes extranjeros también aparece el “ocio” como la principal razón de retorno, elegida por el 66% de los asistentes. Luego se ubican el motivo “reuniones” con el 43%, seguido del motivo “negocios” con el 31%.

Gráfico N° 66: Motivos de retorno a la ciudad de la reunión en C&C

Turistas Asistentes Extranjeros - Año 2015



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

5.6.2.8 Estadía

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

El promedio de la estadía para los turistas asistentes extranjeros es de 4,47 días, cifra que sufre una disminución si comparamos con el año anterior donde fue de 4,72 días. La estadía de los turistas extranjeros representa una estadía media un 50% mayor que un turista nacional.

Entre los turistas extranjeros, un 62% declaró que permaneció entre cuatro y siete noches. Incluso, el 6% lo hace por más de una semana; mientras que el 32% declaró que permanece por un período que abarca entre una y tres noches.

Gráfico N° 67: Cantidad de noches en C&C

Turistas Asistentes Extranjeros - Año 2015



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

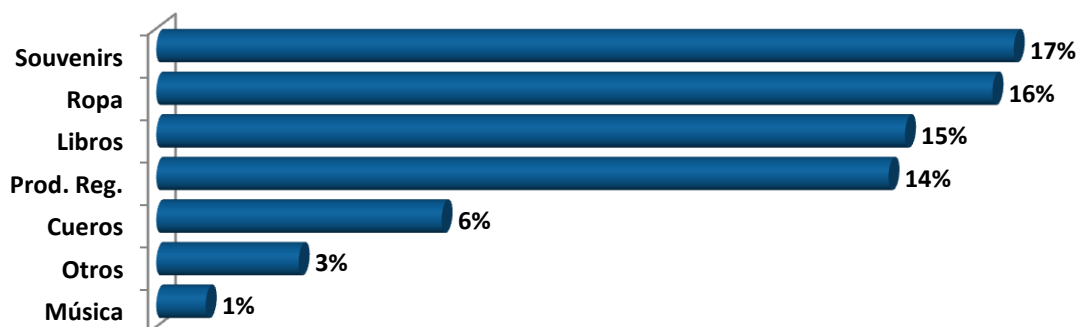
5.6.2.9 Compras realizadas

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: Productos regionales (incluye vinos, chocolates, artesanías, comidas), Ropa, Souvenirs, Libros, Cuero y Otros.

Los asistentes extranjeros tuvieron un patrón de consumo diferente a los asistentes nacionales. Se verificó que Souvenirs fue la compra más elegida (17%), seguido por Ropa (16%), Libros (15%) y Productos regionales (14%).

Gráfico N° 68: Compras en C&C

Turistas Asistentes Extranjeros - Año 2015



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

5.6.2.10 Evaluación de los servicios de la ciudad sede

Esta serie de consultas tiene 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.

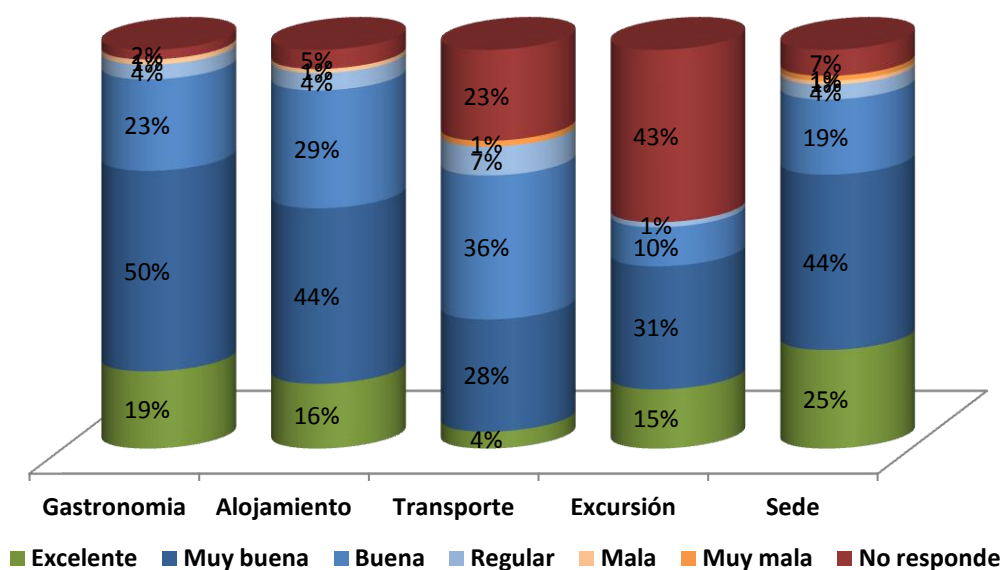
Al igual que los turistas asistentes nacionales, los de origen extranjero han tenido una valoración general positiva de los servicios del destino sede, contabilizando las respuestas negativas ("Regular", "Mala" y "Muy mala") bajos porcentajes en todos los tipos de servicio.

Siguiendo la misma línea, la sede del evento obtuvo una de las mejores calificaciones, con un 25% de asistentes que la calificaron como "Excelente", un 44% como "Muy buena" y un 19% como "Buena". También se destaca aquí la muy buena calificación otorgada a la gastronomía de la ciudad sede de la reunión, con un 19% de respuestas "Excelente", un 50% "Muy buena" y un 23% que la calificaron como "Buena". Le sigue Alojamiento, donde un 16% lo calificaron como "Excelente", un 44% como "Muy buena" y un 29% como "Buena".

Pero, si se analizan sólo las respuestas de quienes dieron información, todos los servicios suman entre el 88% y 97% entre las calificaciones "Excelente", "Muy buena" y "Buena".

Gráfico N° 69: Evaluación de los servicios en C&C

Turistas Asistentes Extranjeros - Año 2015



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

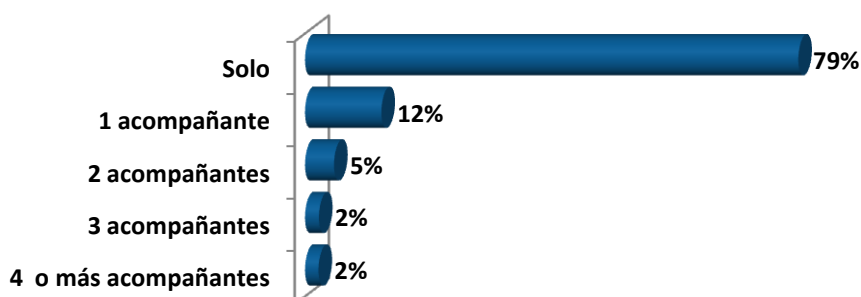
5.6.2.11 Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante

Se define al grupo familiar acompañante como el/los familiar/es directo/s que acompaña/n 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 asistentes extranjeros el 79% viajó solo, un 12% viajó con al menos un acompañante, y el resto viajó con 2 o más acompañantes.

Gráfico N° 70: Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante en C&C

Turistas Asistentes Extranjeros - Año 2015



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

5.6.2.12 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, alquiler de vehículos, alimentos, excursiones, entretenimiento, compras realizadas, gastos de inscripción a la reunión y otros gastos no incluidos en las categorías anteriores.

Analizando el gasto realizado según el turista asistente concurrió a una reunión del grupo C&C, se observa que en caso de ser un visitante de origen extranjero el gasto promedio durante su estadía fue de \$ 12.409, a precios corrientes. Sin embargo, para que este dato sea más preciso se lo debe ajustar por la estadía media observada.

Cuadro N° 14: Gasto promedio por estadía por persona en pesos en C&C

Turistas Asistentes Extranjeros –Años 2014-2015

C&C Turista Extranjero	2014	2015
A precios Corrientes	11.930	12.409

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

En promedio los asistentes extranjeros gastaron \$ 2.776 por día a precios corrientes, con una estadía media de 4,47 días.

Cuadro N° 15: Gasto promedio diario por persona en pesos para C&C

Turistas Asistentes Extranjeros - Años 2014-2015

C&C Turista Extranjero	2014	2015
A precios Corrientes	2.529	2.776

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

5.7 Estudio de Demanda en F&E

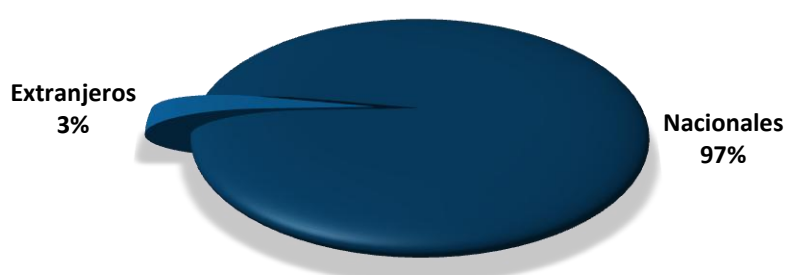
Los datos que a continuación se exponen se surgen del procesamiento de más de 1.500 encuestas a los turistas asistentes a 36 reuniones por parte de los equipos técnicos de los destinos sede. Correspondieron el 89% de las encuestas a los turistas nacionales y el 11% a los turistas extranjeros.

En este sentido, cabe mencionar que los datos estadísticos presentados en cuanto a asistentes nacionales se refieren a la población de las provincias en las cuales se hicieron encuestas, mientras que los datos presentados para el caso de los asistentes extranjeros se refieren únicamente de la muestra relevada.

De las reuniones identificadas durante el año 2015, se aprecia que el 97% de los turistas asistentes fueron nacionales, mientras que el 3% restante fueron extranjeros. En el año 2014 la distribución fue del 85% y 15% respectivamente.

Gráfico N° 71: Origen de los turistas asistentes a F&E

Turistas Asistentes Nacionales y Turistas Asistentes Extranjeros - Año 2015



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

5.7.1 Estudio de Demanda en F&E para turistas nacionales

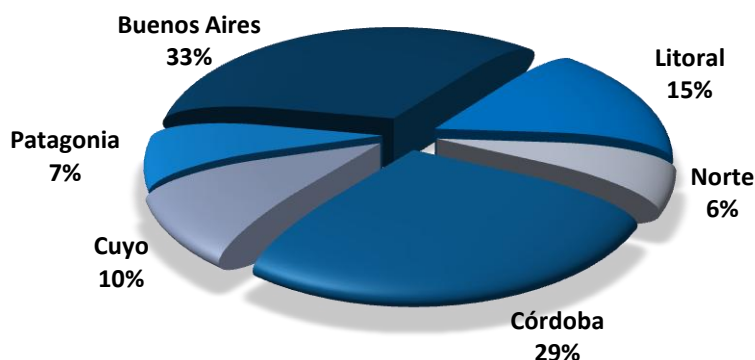
Como se mencionó anteriormente cabe mencionar que los datos estadísticos presentados en cuanto a asistentes nacionales se refieren a la población de las provincias en las cuales se hicieron encuestas.

5.7.1.1 Lugar de residencia de los turistas asistentes

A la hora de analizar la procedencia de los asistentes nacionales a las reuniones, se aprecia que la mayoría (33%) proviene de la región de Buenos Aires (CABA y Provincia de Buenos Aires), seguido por la región Central (representada por la Provincia de Córdoba) con el 29% y por la región del Litoral (15%) y de Cuyo (10%); ubicándose por debajo de estas cuatro regiones preponderantes la región de Patagonia con un 7% y por último, el Norte con un 6%.

Gráfico N° 72: Origen de los turistas asistentes nacionales por región en F&E

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



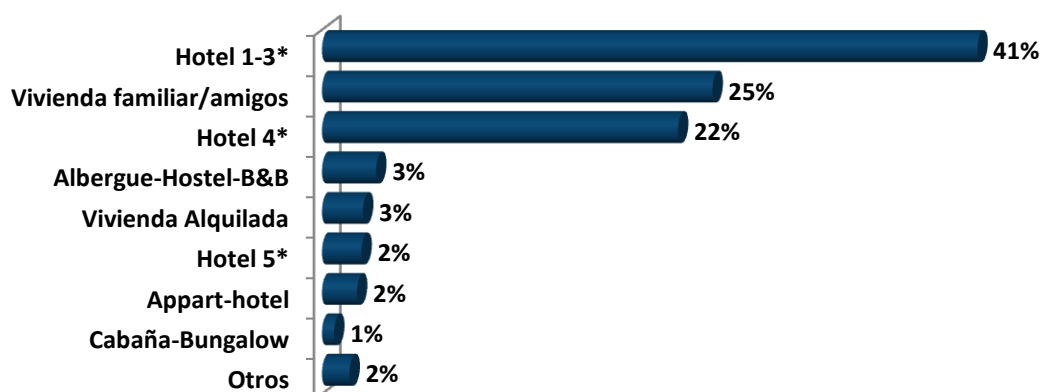
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.7.1.2 Tipo de alojamiento utilizado

Entre los visitantes nacionales los alojamientos más elegidos fueron Hoteles entre 1 y 3 estrellas, representando el 41%, seguido de quienes se alojaron en Viviendas de familiares o amigos representando un 25% del total de asistentes. Con apenas 3 puntos porcentuales por debajo, significando un 22%, se ubican quienes se alojaron en Hoteles de 4 Estrellas. Esos tres tipos de establecimientos abarcan el 88% del alojamiento utilizado por los turistas nacionales, el 12% restante se distribuye entre Albergue-Hostel-B&B, Hoteles 5 Estrellas, Viviendas alquiladas, Appart hotel, Cabaña-Bungalow, Establecimientos rurales, Residencias, Posadas u Hoteles Boutique entre otros aún menos significativos.

Gráfico N° 73: Tipo de alojamiento utilizado en F&E

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



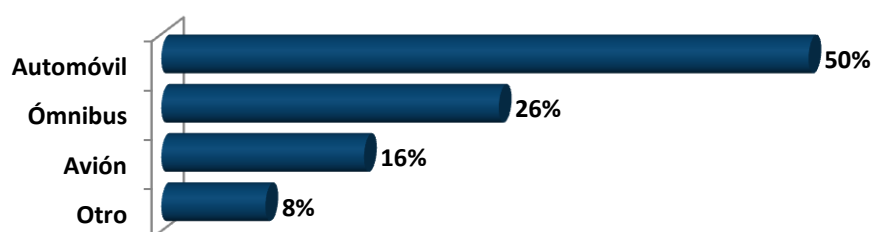
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.7.1.3 Medio de transporte utilizado

Entre los visitantes nacionales el medio de transporte más utilizado por los asistentes fue el Automóvil (50%), mientras que en segundo lugar se encuentra el Ómnibus representando el 26%, seguido por el Avión, el cual fue elegido por el 16% de los asistentes.

Gráfico N° 74: Medio de transporte en F&E

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



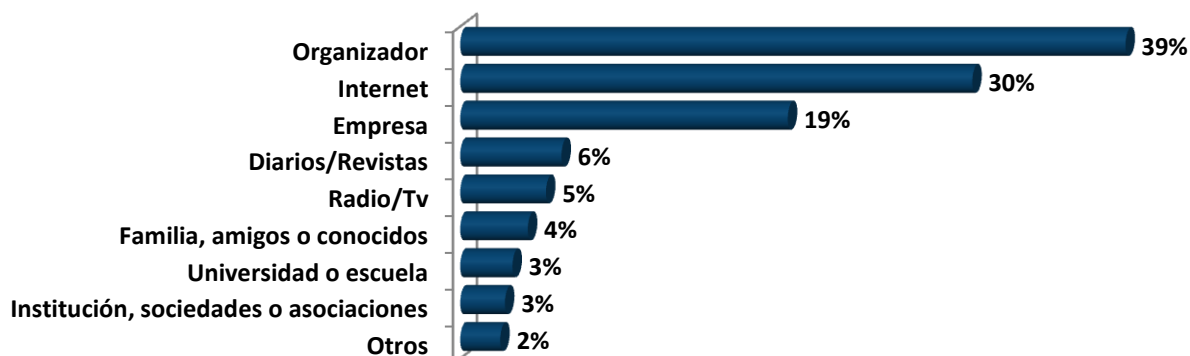
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.7.1.4 Medios de información

El medio de comunicación a través del cual el 39% de los asistentes turistas nacionales se informó sobre la realización de la reunión fue a través del Organizador del evento. En segundo lugar con el 30% se encuentran quienes se informaron a través de Internet; y por último le siguen quienes tomaron noticia por medio de la Empresa en cual trabajan con un 19%.

Gráfico N° 75: Medios de Información “Cómo se informó de la Reunión” en F&E

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



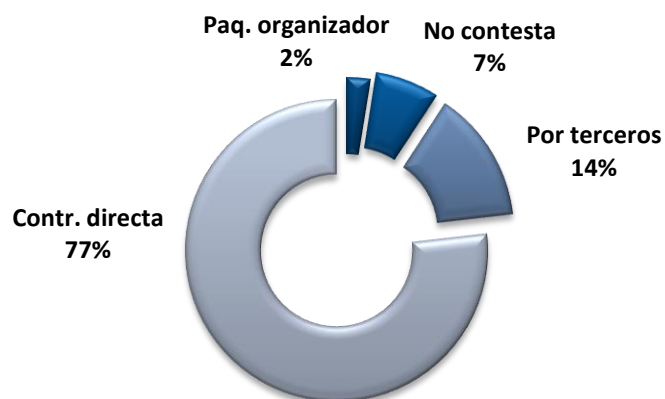
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.7.1.5 Forma de organización del viaje

A la hora de organizar el viaje, el 77% de los turistas nacionales lo realizan de forma directa, el 14% por cuenta de terceros; seguido por solo un 2% que lo hace a través de un paquete armado por el organizador del evento.

Gráfico N° 76: Forma de organización del viaje en F&E

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



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

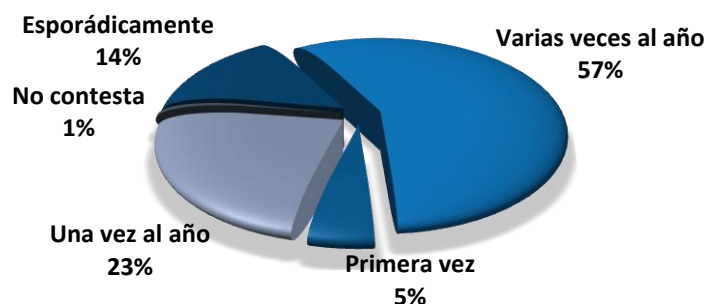
5.7.1.6 Frecuencia de visita

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.

Al estudiar la frecuencia de visita de los asistentes nacionales, se observa que el 57% visita la sede varias veces al año, le siguen quienes la visitan una vez al año (23%), de forma esporádica (14%), y por primera vez el 5%.

Gráfico N° 77: Frecuencia de visita Nacionales en F&E

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



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

5.7.1.7 Estadía

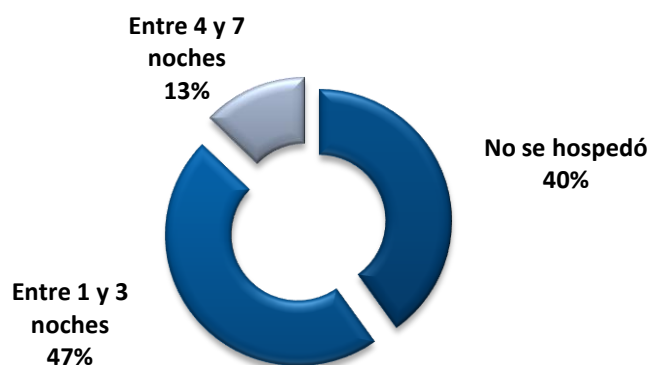
Esta variable busca observar el impacto que genera una reunión en la actividad turística al analizar la estadía de sus turistas asistentes.

El promedio de la estadía para los turistas asistentes nacionales a reuniones abarcadas en la agrupación F&E es de 2,05 días, cifra que sufre una disminución si comparamos con el año anterior donde fue de 2,51 días.

Entre los turistas asistentes argentinos (a todas las reuniones) el 47% se hospedó por un período que abarca entre una y tres noches. En tanto, un 40% pertenece a aquellas personas que no se hospedaron; mientras que el 13% restante corresponde a quienes se hospedaron entre 4 y 7 noches.

Gráfico N° 78: Cantidad de Noches en F&E

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



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

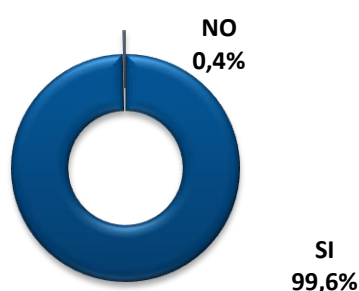
5.7.1.8 Voluntad de retorno

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: 99,6% expresaron su deseo de regresar, mientras que sólo el 0,4% de los asistentes no retornarían al destino sede.

Gráfico N° 79: Voluntad de retorno a la ciudad en F&E

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015

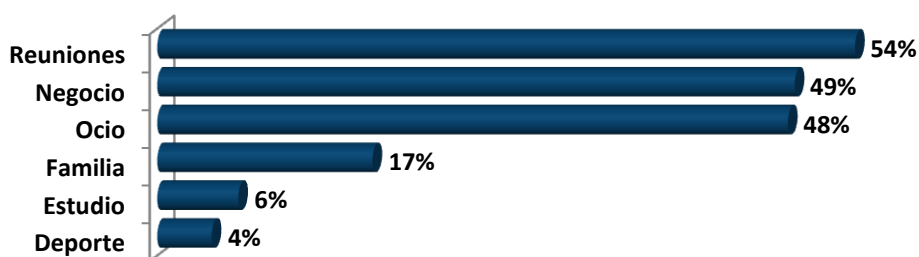


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

A la hora de expresar la razón por la que volverían a la ciudad sede de la reunión, entre los turistas asistentes nacionales se ubica primero el motivo “reuniones” como respuesta, representando un 54%. En segundo lugar encontramos como razón de retorno “negocios” con un 49%, seguido del motivo “ocio” (48%). La categoría “familia” se ubica por debajo elegida por el 17% de los asistentes, mientras que apenas el 6% volvería por “estudio” y el 4% por “deporte”.

Gráfico N° 80: Motivos de retorno a la ciudad de la reunión en F&E

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



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

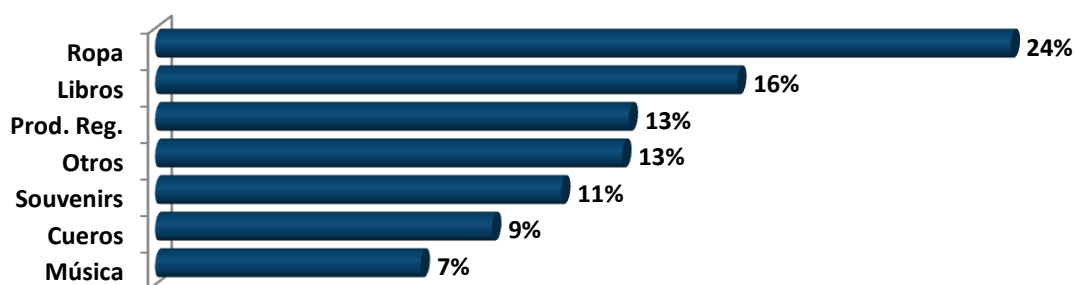
5.7.1.9 Compras realizadas

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, música y otros.

Para los turistas nacionales, la opción de compra más reiterada fue Ropa representando un 24%, le siguen Libros abarcando el 16%. Por debajo se encuentran Productos Regionales con 13%, Souvenirs con un 11%, Cueros con un 9% y Música con un 7%.

Gráfico N° 81: Compras en F&E

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



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

5.7.1.10 Evaluación de los servicios de la ciudad sede

Esta serie de consultas tiene 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.

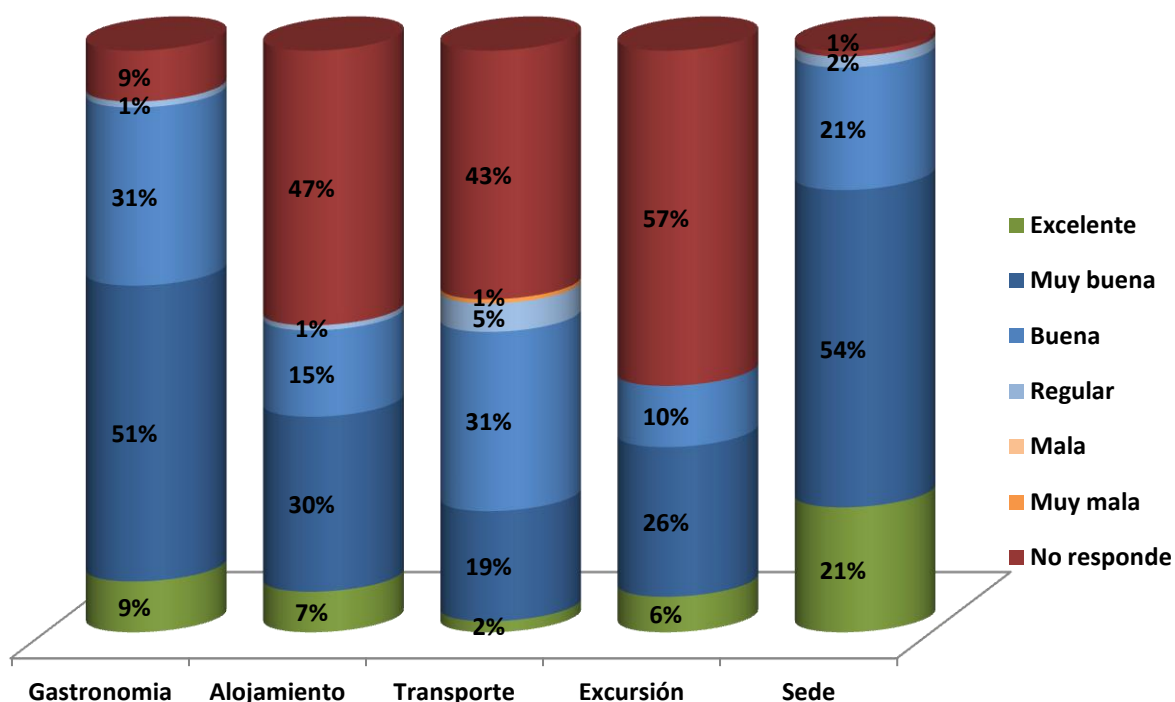
Los visitantes nacionales tuvieron, en general, una apreciación positiva de los servicios ofrecidos por el destino sede. Si observamos en particular cada categoría de dichos servicios se encuentra que la mejor calificación la posee la sede de la reunión, con un 21% de asistentes que la calificaron como “Excelente”, un 54% como “Muy buena” y un 21% como “Buena”. De la misma manera la gastronomía del destino obtuvo buenas calificaciones, recibiendo un 9% de respuestas como “Excelente”, un 51% como “Muy buena” y un 31% como “Buena”.

Por su parte, el alojamiento y el transporte no recibieron respuesta en el 47% y el 43% de los casos, porcentaje que asciende a 57% para el caso de excursiones. Pero, si se analizan sólo las respuestas de quienes dieron

información, todos los servicios suman entre el 90% y 99% entre las calificaciones “Excelente”, “Muy buena” y “Buena”.

Gráfico N° 82: Evaluación de los servicios en F&E

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



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

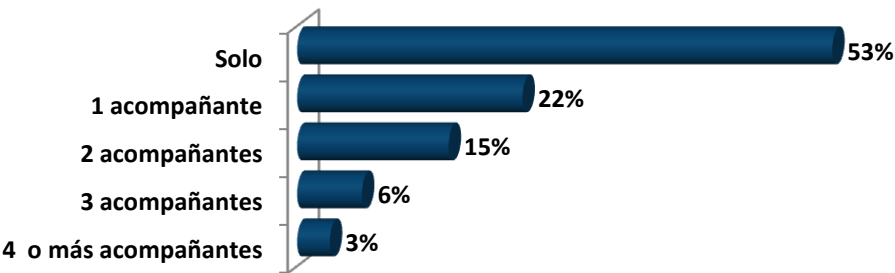
5.7.1.11 Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante

Se define al grupo familiar acompañante como el/los familiar/es directo/s que acompaña/n 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 53% asistió sin acompañantes, el 22% respondió que viajó acompañado por una persona; mientras que el 15% por dos acompañantes. Con un menor porcentaje se encuentran aquellos que asistieron con tres acompañantes (6%) y quienes lo hicieron con 4 o más personas (3%).

Gráfico N° 83: Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante en F&E

Turistas Asistentes Nacionales - Año 2015



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

5.7.1.12 Gasto realizado durante la estadía

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

Analizando el gasto realizado según el turista asistente concurrió a una reunión del grupo F&E, observamos que en caso de ser un visitante de origen nacional el gasto promedio durante su estadía fue de \$ 2.636, a precios corrientes. Sin embargo, para que este dato sea más preciso se lo debe ajustar por la estadía media observada.

Cuadro N° 16: Gasto promedio por estadía por persona en pesos en F&E

Turistas Asistentes Nacionales—Años 2014-2015

F&E Turista Nacional	2014	2015
A precios Corrientes	1.835	2.636

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

En promedio los asistentes nacionales gastaron \$ 1.288 por día a precios corrientes, con una estadía media de 2,05 días.

Cuadro N° 17: Gasto promedio diario por persona en pesos para F&E

Turistas Asistentes Nacionales - Años 2014-2015

F&E Turista Nacional	2014	2015
A precios Corrientes	732	1.288

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

5.7.2 Estudio de Demanda en F&E para turistas extranjeros

Como se hubiera mencionado anteriormente, cabe mencionar que los datos estadísticos presentados en cuanto a asistentes extranjeros se refieren únicamente de la muestra relevada.

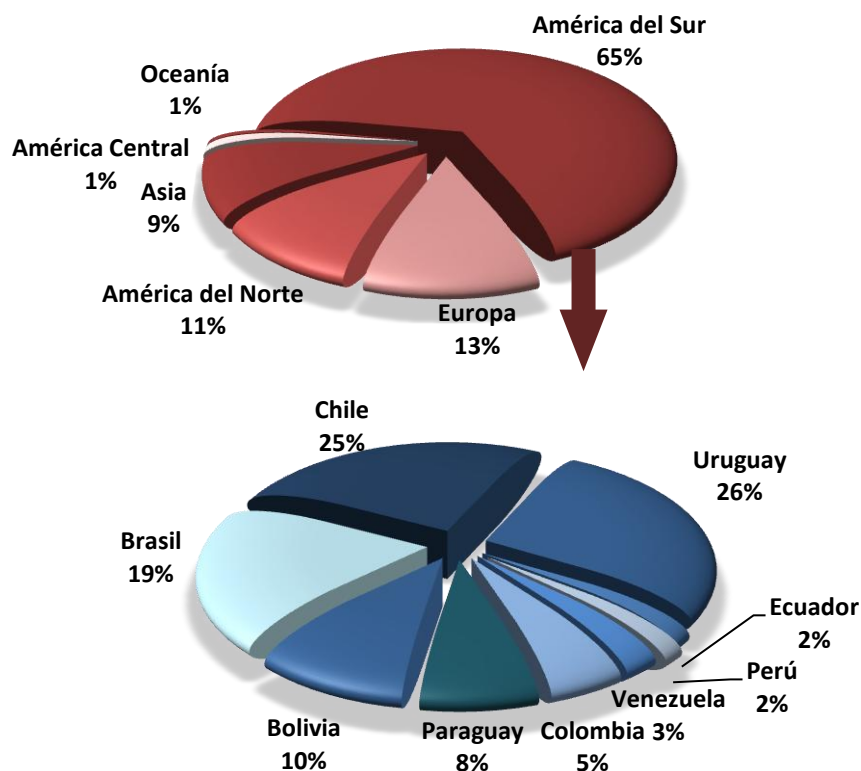
5.7.2.1 Lugar de residencia de los turistas asistentes

Entre los turistas asistentes extranjeros, el subcontinente sudamericano aporta el mayor caudal con el 65% de los visitantes, seguido por Europa con el 13%, América del Norte 11%, y Asia 9%; mientras que América Central y Oceanía sólo representan el 1%.

Si se analiza más en detalle el continente de América del Sur, se puede identificar una participación mayoritaria de Uruguay (26%), seguido por Chile (25%), Brasil (19%), Bolivia y Paraguay (con el 10% y 8% respectivamente). Por debajo le siguen Colombia con el 5%, Venezuela con el 3%, y Perú y Ecuador representando cada uno el 2%.

Gráfico N° 84: Origen de los turistas asistentes por continente en F&E

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



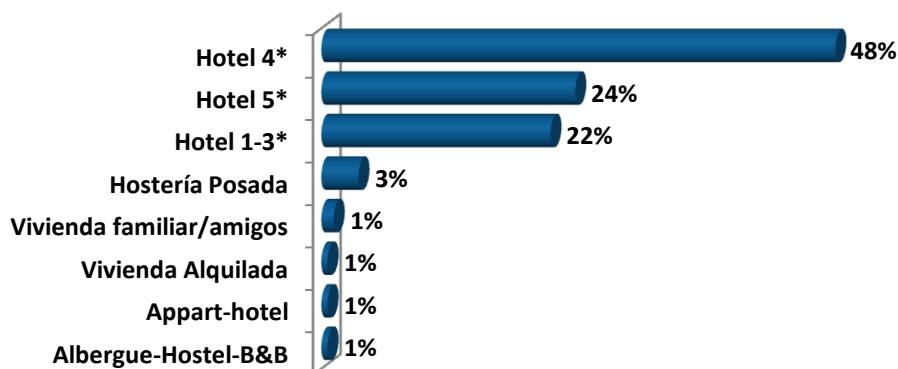
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.7.2.2 Tipo de alojamiento utilizado

Entre los turistas asistentes extranjeros, la opción de alojamiento más elegida por los encuestados fueron los Hoteles 4 Estrellas con el 48% de los casos. La segunda opción elegida fueron los Hoteles 5 Estrellas (24%) seguido de cerca por los que optaron por alojarse en Hoteles entre 1 y 3 Estrellas con el 22% de los casos; mientras que muy por debajo se encuentran las Hosterías-Posadas con un 3%, y el resto se distribuye entre las Viviendas de familiares o amigos, Appart-hotels, Viviendas alquiladas, y Albergues-Hostels-B&B's.

Gráfico N° 85: Tipo de alojamiento utilizado en F&E

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



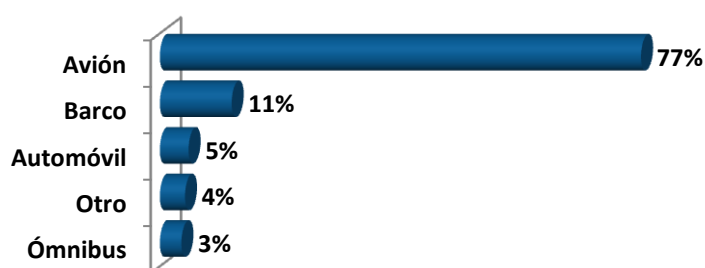
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.7.2.3 Medio de transporte utilizado

Entre los asistentes extranjeros encuestados, se observa que la gran mayoría se trasladó en Avión (77%). Seguido por aquellos que prefirieron trasladarse en Barco, reportando un 11%, y sólo el 5% se trasladó en Auto.

Gráfico N° 86: Medio de transporte en F&E

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



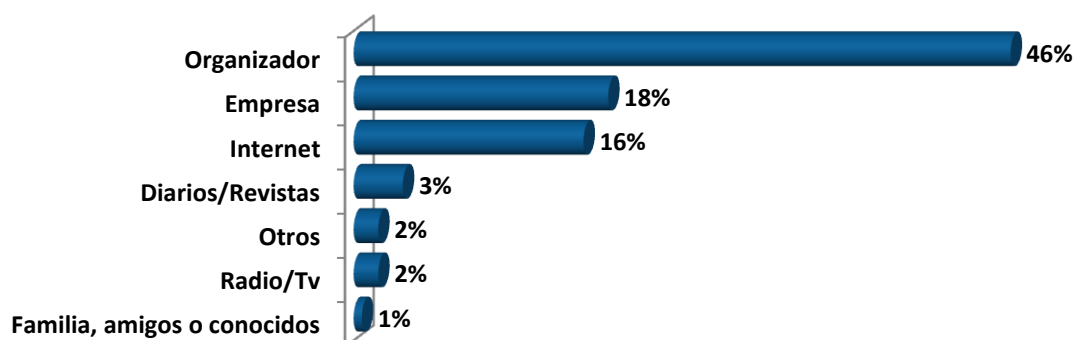
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.7.2.4 Medios de información

Entre los visitantes extranjeros encuestados el medio más utilizado fue a través del Organizador del evento representando el 46%, le siguen con el 18% quienes se informaron a través de la Empresa en la cual trabajan; y por último quienes se informaron a través de Internet abarcando el 16%.

Gráfico N° 87: Medios de Información “Cómo se informó de la Reunión” en F&E

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



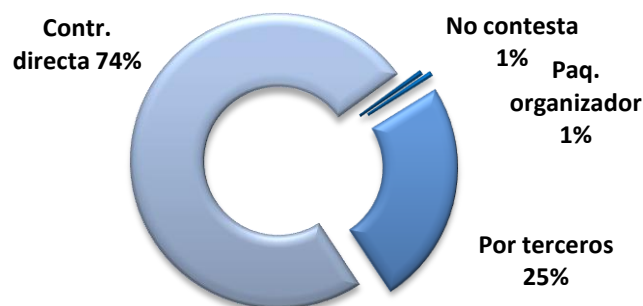
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.7.2.5 Forma de organización del viaje

Al igual que el turista nacional, el turista extranjero encuestado opta en su mayoría por la contratación directa representando el 74%, seguido por los que contratan a través de terceros con el 25%; mientras que las contrataciones de paquetes ofrecidos por el organizador del evento alcanzan solo el 1%.

Gráfico N° 88: Forma de organización del viaje en F&E

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



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

5.7.2.6 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.

Al estudiar la frecuencia de visita de los extranjeros encuestados, un 32% visita la ciudad sede de la reunión una vez al año; mientras que para un 28% fue la primera vez que visitaban la ciudad sede, seguido por aquellos que la visitan esporádicamente con un 23%, y con un 17% quienes lo hacen varias veces en el año.

Gráfico N° 89: Frecuencia de visita en F&E

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



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

5.7.2.7 Estadía

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

El promedio de la estadía para los turistas asistentes extranjeros es de 3,57 días, cifra que sufre una disminución si comparamos con el año anterior donde fue de 4,21 días. La estadía de los turistas extranjeros representa una estadía media un 74% mayor que un turista nacional.

Entre los turistas extranjeros encuestados, un 50% permaneció entre cuatro y siete noches, mientras que el 50% restante pernoctó por un período de entre una y tres noches.

Gráfico N° 90: Cantidad de Noches en F&E

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



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

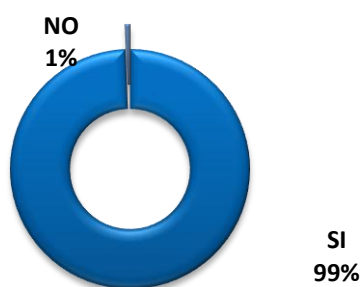
5.7.2.8 Voluntad de retorno

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 extranjeros respondieron que retornarían al destino sede un 99%, mientras que sólo el 1% contestaron que no retornarían al destino sede.

Gráfico N° 91: Voluntad de retorno a la ciudad en F&E

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015

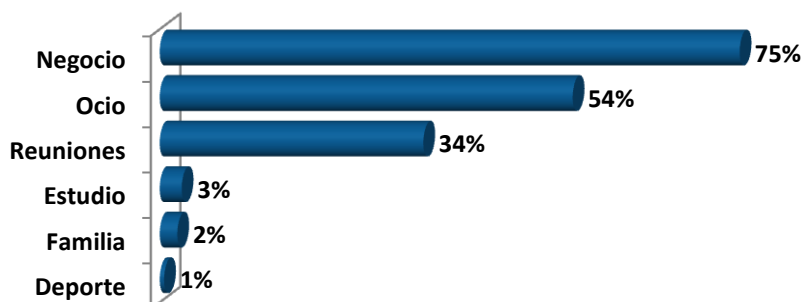


Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

A la hora de expresar la razón por la que volverían a la ciudad sede de la reunión, entre los extranjeros aparecen los “negocios” como la principal razón de retorno, elegida por el 75% de los encuestados. Luego se ubica el motivo “ocio” con el 54%, seguido de “reuniones” con el 34%; mientras que muy por debajo se encuentra la categoría “estudio” elegida por el 3%, “familia” por el 2% y deporte por solo el 1%.

Gráfico N° 92: Motivos de retorno a la ciudad de la reunión en F&E

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



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

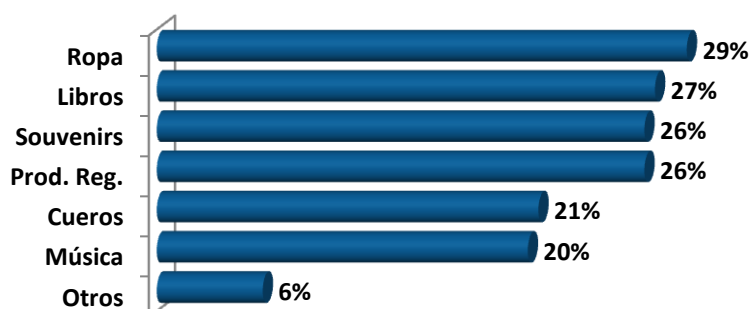
5.7.2.9 Compras realizadas

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, música y otros.

Los extranjeros encuestados eligieron como primera opción de compra Ropa (29% de los encuestados), seguido por los Libros con un 27%. Fueron elegidos con un 26% cada uno los souvenirs y productos regionales; mientras que el 21% adquirió productos de cuero y el 20% música.

Gráfico N° 93: Compras en F&E

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



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

5.7.2.10 Evaluación de los servicios de la ciudad sede

Esta serie de consultas tiene 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.

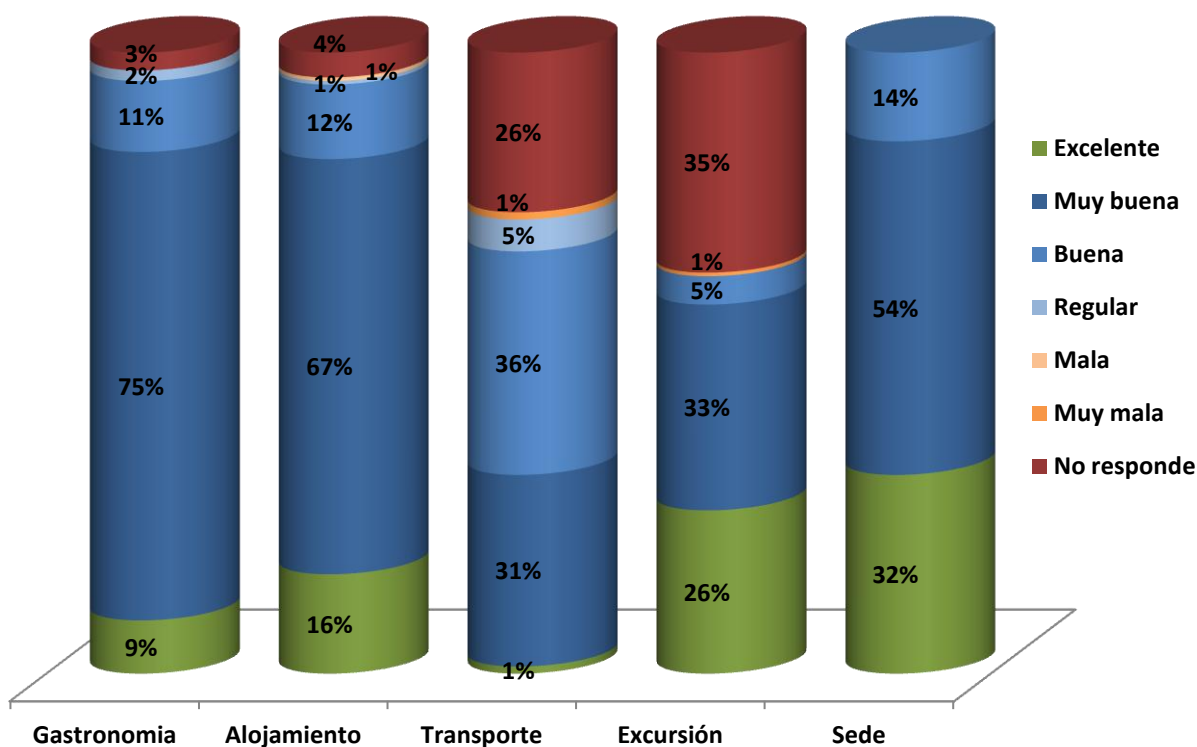
Al igual que los turistas asistentes nacionales, las respuestas de origen extranjero han tenido una valoración general positiva en cuanto a los servicios del destino sede, contabilizando las respuestas negativas ("Regular", "Mala" y "Muy mala") bajos porcentajes en todos los tipos de servicio.

Los turistas extranjeros encuestados calificaron a la gastronomía como excelente en un 9%, muy buena en un 75% y buena en un 11%; por su parte alojamiento fue calificado como excelente en un 16%, muy bueno en un 67% de los casos, y como buenos en un 12%. También se destaca aquí la muy buena calificación otorgada a la sede de la reunión, con un 32% de respuestas "Excelente", un 54% "Muy buena" y un 14% que la calificaron como "Buena".

Por su parte, sobre todo el transporte y las excursiones tuvieron altos niveles de no respuesta pero si se analizan sólo las respuestas de quienes dieron información, todos los servicios suman entre el 92% y 100% entre las calificaciones "Excelente", "Muy buena" y "Buena".

Gráfico N° 94: Evaluación de los servicios en F&E

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



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

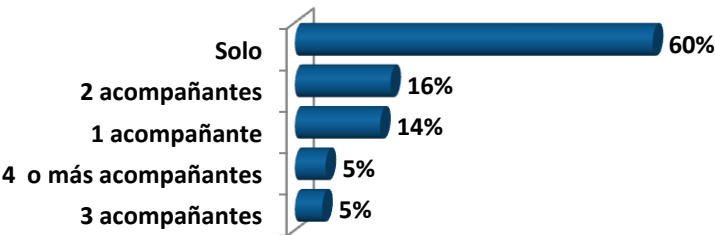
5.7.2.11 Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante

Se define al grupo familiar acompañante como el/los familiar/es directo/s que acompaña/n 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 extranjeros, el 60% de los encuestados viajó solo, mientras que el 16% corresponde a los que viajaron con dos acompañantes, y apenas dos puntos por debajo se encuentran aquellos que lo hicieron con una persona (representando un 14%). Por su parte, le siguen quienes asistieron con 3 acompañantes, y 4 acompañantes o más (con el 5% cada uno).

Gráfico N° 95: Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante en F&E

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



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

5.7.2.12 Gasto realizado durante la estadía

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

Analizando el gasto realizado según el turista asistente concurrió a una reunión del grupo F&E, observamos que en caso de ser un visitante de origen extranjeros el gasto promedio durante su estadía fue de \$ 6.894, a precios corrientes. Sin embargo, para que este dato sea más preciso se lo debe ajustar por la estadía media observada.

Cuadro N° 18: Gasto promedio por estadía por persona en pesos en F&E

Turistas Asistentes Extranjeros –Año 2015

F&E Turista Extranjero	2014	2015
A precios Corrientes	7.948	6.894

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

En promedio los asistentes extranjeros encuestados gastaron \$ 1.933 por día a precios corrientes, con una estadía media de 3,57 días.

Cuadro N° 19: Gasto promedio diario por persona en pesos para F&E

Turistas Asistentes Extranjeros - Año 2015

F&E Turista Extranjero	2015
A precios Corrientes	1.933
A precios Constantes	593

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

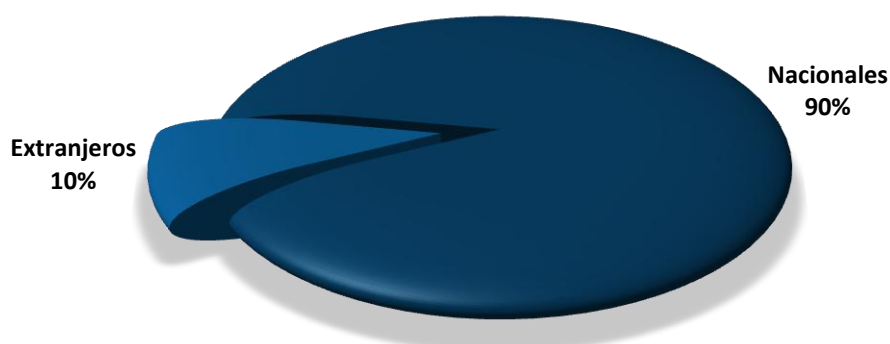
5.8 Estudio de Demanda en EDI

Los datos que a continuación se refieren a las casi 450 encuestas a los turistas asistentes a 5 reuniones (el 3% de las reuniones identificadas) por parte de los equipos técnicos de los destinos sede. Correspondieron el 85% de las encuestas a los turistas nacionales y el 15% a los turistas extranjeros.

Del total de las reuniones identificadas durante el año 2015 por parte de los referentes técnicos de los destinos sedes, se aprecia que el 90% de los turistas encuestados fueron nacionales, mientras que el 10% restante fueron extranjeros. En el año 2014 la distribución del 75% y 25% respectivamente.

Gráfico N° 96: Origen de los turistas asistentes a EDI

Turistas Asistentes Nacionales y Extranjeros encuestados - Año 2015



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

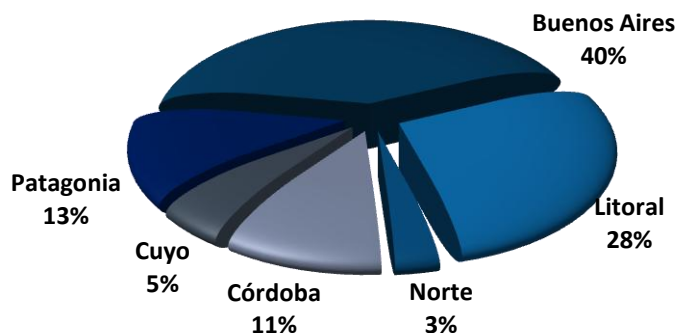
5.8.1 Estudio de Demanda en EDI para turistas nacionales

5.8.1.1 Lugar de residencia de los turistas asistentes

A la hora de analizar la procedencia de los asistentes nacionales a los eventos deportivos internacionales, se aprecia que la mayoría (40%) proviene de la región de Buenos Aires (CABA y Provincia de Buenos Aires), seguido por la región Litoral (28%) y por las regiones Patagonia (13%) y Córdoba (11%). Luego, se ubican la región Cuyo (5%) y por último, la región Norte (3%).

Gráfico N° 97: Origen de los turistas asistentes nacionales por región en EDI

Turistas Asistentes Nacionales encuestados - Año 2015



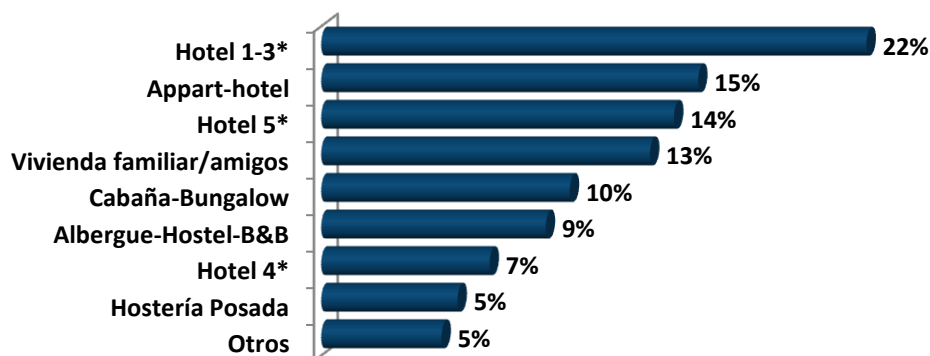
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.8.1.2 Tipo de alojamiento utilizado

Entre los visitantes nacionales encuestados los alojamientos más elegidos fueron Hoteles entre 1 y 3 estrellas, representando el 22%, seguido por Apart Hotel con el 15%. Por debajo se ubican los Hoteles 5 Estrellas (14%), seguido por Vivienda de familiar o amigos (13%), y Cabaña o Bungalow con el 10%. El 9% se hospedó en Albergue/Hostel/B&B, y un 7% en Hoteles 4 Estrellas. El 10% restante se alojó en otros tipos de hospedajes.

Gráfico N° 98: Tipo de alojamiento utilizado en EDI

Turistas Asistentes Nacionales encuestados - Año 2015



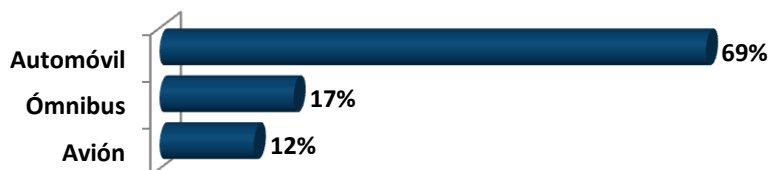
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.8.1.3 Medio de transporte utilizado

Entre los visitantes nacionales encuestados el medio de transporte más utilizado fue el Automóvil (69%). El Ómnibus, se posiciona en el segundo lugar (17%) seguido por la elección de trasladarse en Avión (12%).

Gráfico N° 99: Medio de transporte en EDI

Turistas Asistentes Nacionales encuestados - Año 2015



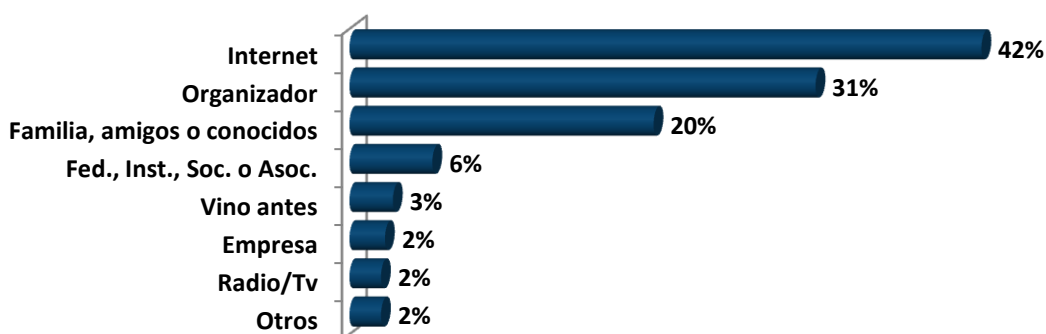
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.8.1.4 Medios de información

Internet fue el medio de comunicación a través del cual el 42% de los asistentes turistas nacionales encuestados se informaron sobre el evento deportivo. En segundo lugar, con el 31%, se encuentran quienes se informaron a través de la Entidad Organizadora. Luego los que se informaron a través de Conocidos o familiares abarcan el 20% de los asistentes. En menor porcentaje, le sigue quienes se enteraron del evento por alguna Federación, Institución, Asociación o Sociedad (6%), y aquellos que ya habían venido antes (3%).

Gráfico N° 100: Medios de Información "Cómo se informó de la Reunión" en EDI

Turistas Asistentes Nacionales encuestados - Año 2015



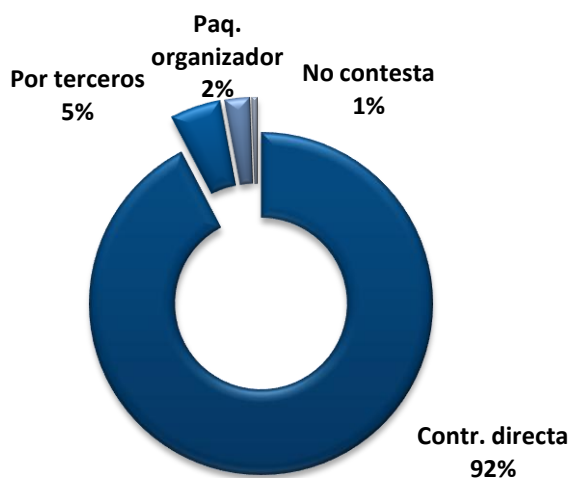
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.8.1.5 Forma de organización del viaje

A la hora de organizar el viaje, los turistas nacionales encuestados lo realizaron de forma directa en un 92%, por terceros el 5%, y el 2% a través del paquete brindado por el organizador.

Gráfico N° 101: Forma de organización del viaje en EDI

Turistas Asistentes Nacionales encuestados - Año 2015



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

5.8.1.6 Frecuencia de visita

En este caso, la consulta pretende conocer con qué frecuencia es visitada la ciudad sede del evento deportivo internacional 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.

Al estudiar la frecuencia de visita de los asistentes nacionales encuestados, el 35% de los asistentes visita la sede varias veces al año, le siguen quienes la visitan una vez al año con el 30%, y aquellos que la visitaron por primera vez representaron el 21%. Por último, la visitan esporádicamente el 14%.

Gráfico N° 102: Frecuencia de visita Nacionales en EDI

Turistas Asistentes Nacionales encuestados - Año 2015



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

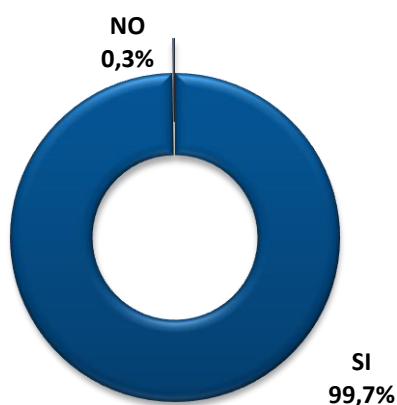
5.8.1.7 Voluntad de retorno

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. Por ello, se consulta a los visitantes acerca de su deseo de retornar a dicha localidad.

Entre los visitantes nacionales encuestados, la respuesta fue contundente: 99,7% expresaron su deseo de regresar, sólo el 0,3% contestaron que no retornarían.

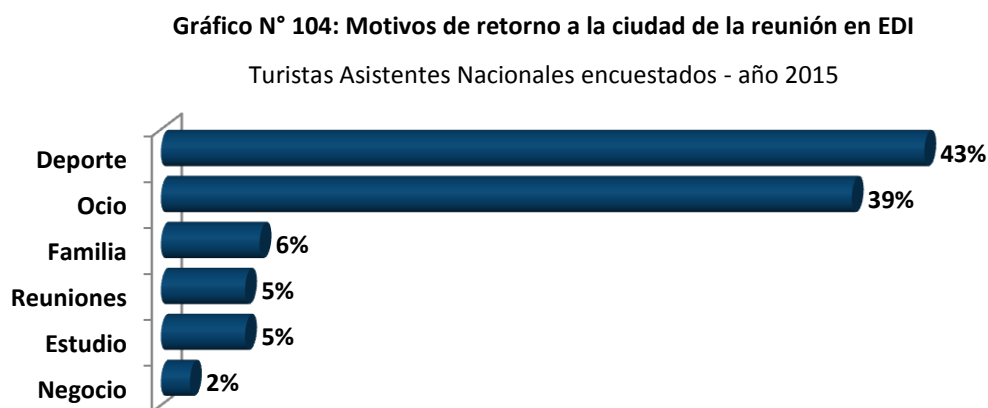
Gráfico N° 103: Voluntad de retorno a la ciudad en EDI

Turistas Asistentes Nacionales encuestados - Año 2015



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 “Deporte” como respuesta, que fue elegida por la gran mayoría de los encuestados abarcando el 43%. En segundo lugar encontramos como razón de retorno “Ocio” con un 39% seguido del motivo “familia” (6%). La categoría “reuniones” y “estudio” se ubica por debajo, ambos con un 5%.



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

5.8.1.8 Estadía

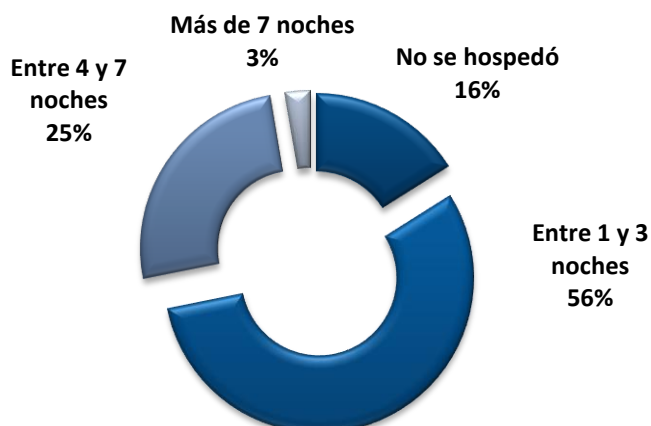
Esta variable busca observar el impacto que genera una reunión en la actividad turística al analizar la estadía de sus turistas asistentes.

El promedio de la estadía para los turistas asistentes nacionales a reuniones abarcadas en la agrupación EDI es de 2,78 días, cifra que sufre una disminución si comparamos con el año anterior donde fue de 3,13 días.

Entre los turistas asistentes nacionales encuestados el 56% se hospedó entre 1 y 3 noches. En tanto que quienes se hospedaron por un período que abarca entre cuatro y siete noches le pertenece un 25%, mientras que quienes lo hacen más de 7 noches le corresponde un 3%, y el 16% no se hospedó.

Gráfico N° 105: Cantidad de Noches en EDI

Turistas Asistentes Nacionales encuestados - Año 2015



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

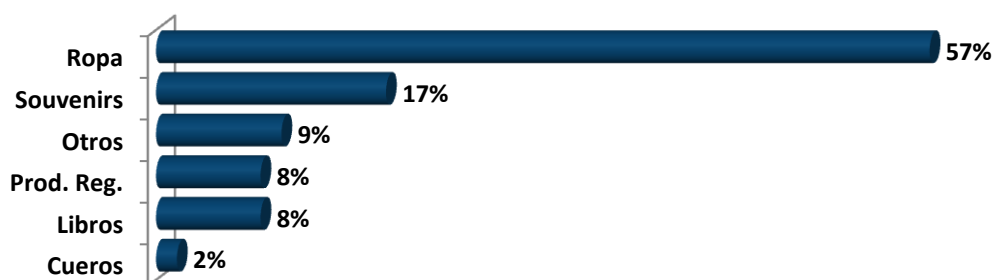
5.8.1.9 Compras realizadas

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.

Para los turistas nacionales encuestados, la opción de compra más reiterada fue Ropa representando un 57%, le siguen Souvenirs (17%), Productos regionales y Libros, ambos con el 8% y por último Cueros, con el 2%.

Gráfico N° 106: Compras en EDI

Turistas Asistentes Nacionales encuestados - Año 2015



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

5.8.1.10 Evaluación de los servicios de la ciudad sede

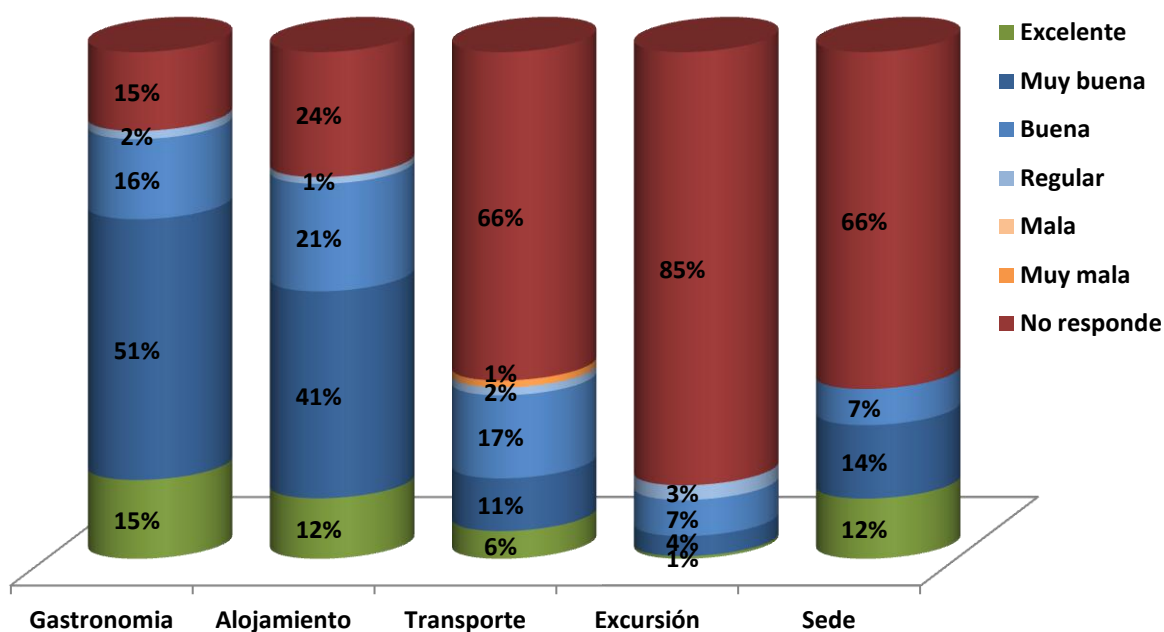
Esta serie de consultas tiene el objetivo de evaluar la apreciación de los principales servicios turísticos por parte de los asistentes. Dicha información es de particular valor pues permite generar una retroalimentación a través de políticas públicas para corregir ciertos problemas que puedan surgir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

Los encuestados 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 gastronomía del destino, con un 15% de asistentes que la calificaron como “Excelente”, un 51% como “Muy buena” y un 16% como “Buena”. De la misma manera el alojamiento del destino obtuvo buenas calificaciones, recibiendo un 12% de respuestas como “Excelente”, un 41% como “Muy buena” y un 21% como “Buena”.

Por su parte, las excursiones no recibieron respuesta en el 85% de los casos, al igual que el transporte y la sede de la reunión ambos en un 66%. Si se analizan sólo las respuestas de quienes dieron información, todos los servicios suman entre el 95% y 99% considerando las calificaciones “Excelente”, “Muy buena” y “Buena”, salvo en Excursiones que sólo alcanza el 79%.

Gráfico N° 107: Evaluación de los servicios en EDI

Turistas Asistentes Nacionales encuestados - Año 2015



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

5.8.1.11 Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante

Se define al grupo familiar acompañante como el/los familiar/es directo/s que acompaña/n 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 encuestados nacionales, el 22% viajó sólo, al igual que los que lo hicieron con un acompañante. Un 20% asistió con 3 acompañantes, seguido por el 19% que respondieron que viajaron con 4 o más acompañantes y por último el 17% indicaron que viajaron con dos acompañantes.

Gráfico N° 108: Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante en EDI

Turistas Asistentes Nacionales encuestados - Año 2015



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

5.8.1.12 Gasto realizado durante la estadía

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

Analizando el gasto realizado según el turista asistente que concurrió a una reunión del grupo EDI, se observa que en caso de ser un visitante de origen nacional el gasto promedio durante su estadía fue de \$ 3.287, a precios corrientes. Sin embargo, para que este dato sea más preciso se lo debe ajustar por la estadía media observada.

Cuadro N° 20: Gasto promedio por estadía por persona en pesos en EDI

Turistas Asistentes Nacionales encuestados – Años 2014-2015

EDI Turista Nacional	2014	2015
A precios Corrientes	3.351	3.287

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

En promedio los asistentes nacionales gastaron \$ 1.182 por día a precios corrientes, con una estadía media de 2,78 días.

Cuadro N° 21: Gasto promedio diario por persona en pesos para EDI

Turistas Asistentes Nacionales encuestados –Años 2014-2015

EDI Turista Nacional	2014	2015
A precios Corrientes	1.070	1.182

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

5.8.2 Estudio de Demanda en EDI para turistas extranjeros

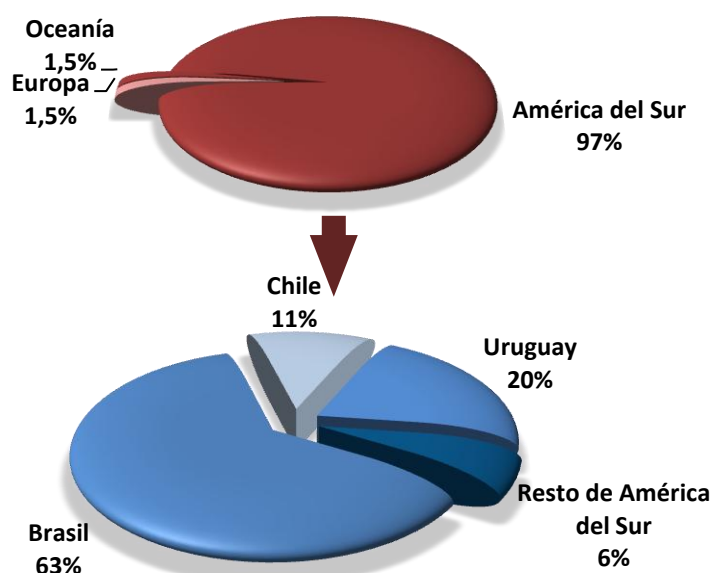
5.8.2.1 Lugar de residencia de los turistas asistentes

Entre los turistas asistentes extranjeros encuestados, América del Sur aporta el mayor caudal con el 97% de los visitantes, seguido por Oceanía y Europa, ambos con el 1,5%.

Dentro de Sudamérica la participación mayoritaria corresponde a Brasil (63%) seguido por Uruguay (20%) y Chile (11%). El 6% restante se distribuye entre Paraguay, Colombia y Venezuela.

Gráfico N° 109: Origen de los turistas asistentes por continente en EDI

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



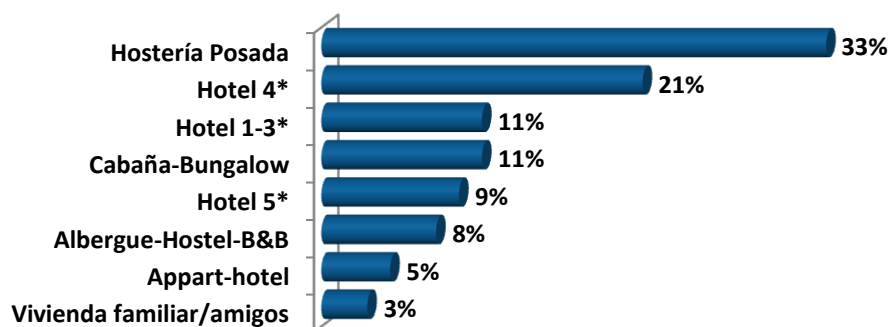
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.8.2.2 Tipo de alojamiento utilizado

Entre los turistas asistentes extranjeros encuestados, la opción de alojamiento más elegido fue Hostería Posada (33%). La segunda opción elegida fue el alojamiento Hotel 4 Estrellas (21%), seguido de Hoteles de 1 y 3 Estrellas y Cabaña/Bungalow (ambos con el 11%), y luego los Hoteles 5 Estrellas (9%). Por último se ubican el Albergue/Hostel/B&B (8%), Appart hotel (5%) y casa de familiares o amigos (3%).

Gráfico N° 110: Tipo de alojamiento utilizado en EDI

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



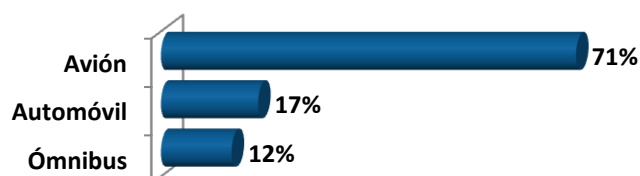
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.8.2.3 Medio de transporte utilizado

Entre los visitantes extranjeros encuestados el medio de transporte preferido fue el Avión (71%), seguido por el Automóvil (17%). Sólo el 12% eligió trasladarse en Ómnibus.

Gráfico N° 111: Medio de transporte en EDI

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



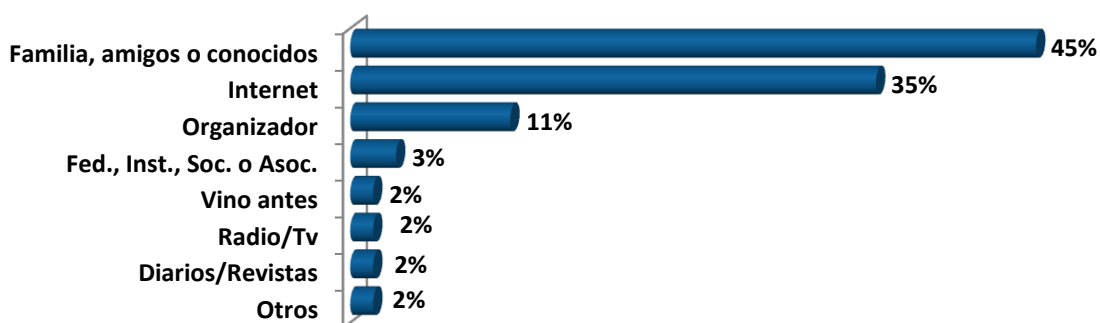
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.8.2.4 Medios de información

Entre los visitantes extranjeros el medio más utilizado fue a través de Familiares o conocidos (45%); le siguen con un menor porcentaje, quienes se enteraron del evento deportivo por Internet (35%) y por la entidad organizadora (11%).

Gráfico N° 112: Medios de Información “Cómo se informó de la Reunión” en EDI

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



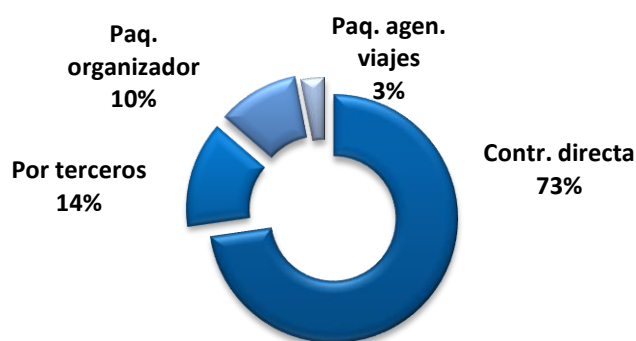
Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina en base a información suministrada por los referentes de los destinos sede

5.8.2.5 Forma de organización del viaje

Al igual que el turista nacional, el turista extranjero opta en su mayoría por la contratación directa representando el 73%, seguido por los que contratan a través de terceros con el 14%. Contrataciones de paquetes ofrecidos por el organizador alcanza el 10%, y un 3% quienes lo hicieron a través de paquete ofrecido por las agencia de viajes.

Gráfico N° 113: Forma de organización del viaje en EDI

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



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

5.8.2.6 Frecuencia de visita

En este caso, la consulta pretende conocer con qué frecuencia es visitada la ciudad sede del evento deportivo internacional 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.

Al estudiar la frecuencia de visita de los asistentes extranjeros encuestados para el 64% de los casos, fue la primera vez que visitaban la ciudad sede del evento deportivo, mientras que un 21% la visita una vez al año, y un 12% lo hace esporádicamente. Sólo el 3% de los asistentes visitan el destino varias veces al año.

Gráfico N° 114: Frecuencia de visita en EDI

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



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

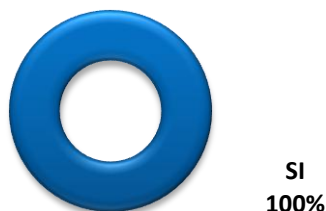
5.8.2.7 Voluntad de retorno

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 extranjeros encuestados, la respuesta fue contundente, ya que el 100% expresa su deseo de regresar al destino sede del evento.

Gráfico N° 115: Voluntad de retorno a la ciudad en EDI

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



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 extranjeros también aparece el “Deporte” como la principal razón de retorno, elegida por el 52% de los asistentes. Luego se ubica “Ocio” con el 47% y por último y en un menor porcentaje, los motivos de “Familia” y “Estudio”, ambos con el 1%.

Gráfico N° 116: Motivos de retorno a la ciudad de la reunión en EDI

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



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

5.8.2.8 Estadía

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

El promedio de la estadía para los turistas asistentes extranjeros es de 4,08 días, cifra que sufre una disminución si comparamos con el año anterior donde fue de 4,48 días. La estadía de los turistas extranjeros representa una estadía media un 47% mayor que un turista nacional.

Entre los turistas asistentes extranjeros, en lo que respecta quienes se hospedaron entre cuatro y siete noches representan un 64%, y le siguen quienes lo hicieron entre una y tres noches con el 36%.

Gráfico N° 117: Cantidad de Noches en EDI

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



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

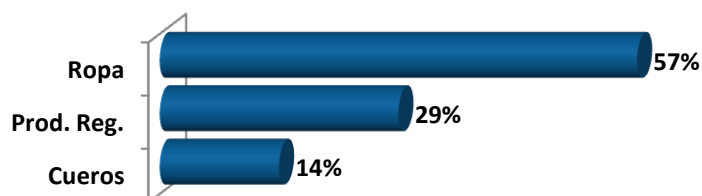
5.8.2.9 Compras realizadas

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.

Los turistas extranjeros encuestados eligieron como primera opción de compra Ropa (57% de los encuestados), seguido por el consumo de productos regionales con el 29% respectivamente. Por debajo, se encuentran quiénes compraron Cueros (14%).

Gráfico N° 118: Compras en EDI

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



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

5.8.2.10 Evaluación de los servicios de la ciudad sede

Esta serie de consultas tiene 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.

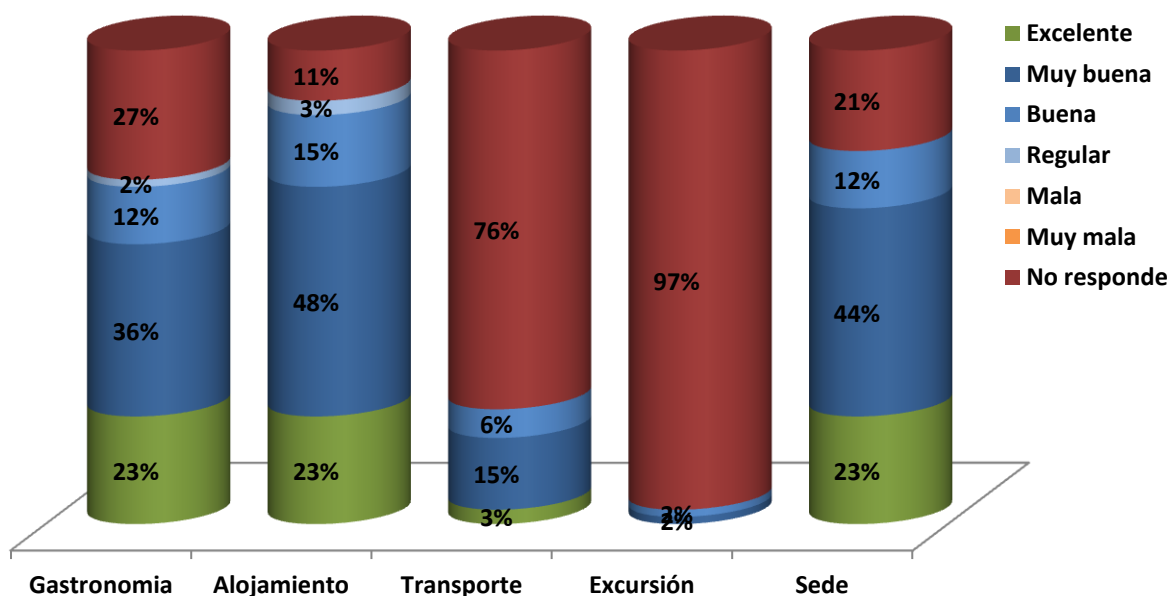
Al igual que los turistas asistentes nacionales, los de origen extranjero han tenido una valoración general positiva de los servicios del destino sede, contabilizando las respuestas negativas ("Regular", "Mala" y "Muy mala") bajos porcentajes en todos los tipos de servicio.

Los turistas asistentes extranjeros calificaron al alojamiento, gastronomía de la sede y la sede del evento, como excelentes en un 23%. En el caso del alojamiento, un 48% lo calificó como "Muy bueno", y un 15% como "Bueno". La gastronomía fue percibida en un 36% como "Muy buena", y un 12% como "Buena". Por su parte, la sede del evento recibió un 44% de puntuación como "Muy buena", y un 12% como "Buena".

Por su parte, las excursiones y el transporte recibieron porcentajes muy altos de encuestados que no respondieron sobre esos servicios. Si se analizan sólo las respuestas de quienes dieron información, todos los servicios suman entre el 97% y 100% entre las calificaciones “Excelente”, “Muy buena” y “Buena”.

Gráfico N° 119: Evaluación de los servicios en EDI

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



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

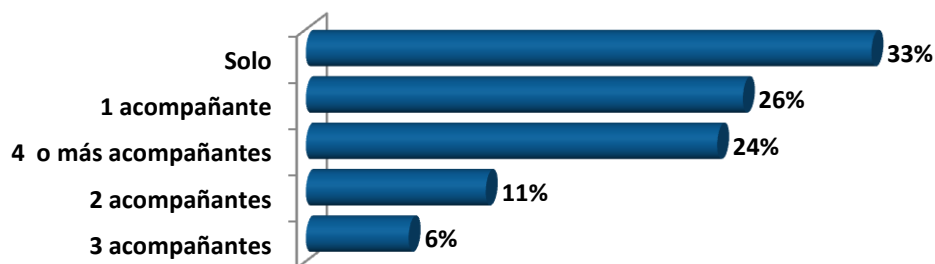
5.8.2.11 Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante

Se define al grupo familiar acompañante como el/los familiar/es directo/s que acompaña/n 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 encuestados extranjeros se dio una situación similar a los turistas nacionales, siendo que el 33% viajó solo; mientras que el 26% lo hizo con un acompañante y el 24% con 4 o más acompañantes. Por último están quienes viajaron con 2 acompañantes (11%) y 3 acompañantes (6%).

Gráfico N° 120: Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante en EDI

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados - Año 2015



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

5.8.2.12 Gasto realizado durante la estadía

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

Analizando el gasto realizado según el turista asistente que concurrió a una reunión del grupo EDI, se observa que en caso de ser un visitante de origen nacional el gasto promedio durante su estadía fue de \$ 3.287, mientras que la estimación del desembolso por parte de un turista extranjero asciende a un total de \$ 10.788, a precios corrientes. Sin embargo, para que este dato sea más preciso se lo debe ajustar por la estadía media observada.

Cuadro N° 22: Gasto promedio por estadía por persona en pesos en EDI

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados – Años 2014-2015

EDI Turista Extranjero	2014	2015
A precios Corrientes	12.911	10.788

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

En promedio los asistentes extranjeros gastaron \$ 2.647 por día a precios corrientes, con una estadía media de 4,08 días.

Cuadro N° 23: Gasto promedio diario por persona en pesos para EDI

Turistas Asistentes Extranjeros encuestados – Años 2014-2015

EDI Turista Extranjero	2014	2015
A precios Corrientes	2.884	2.647

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

6 Conclusiones

A nivel internacional, si bien el crecimiento en términos económicos aún es menor que el del 2014 (0,3 puntos porcentuales menos) y la economía china y brasilera siguen muy golpeadas, la mejora puede verse influenciada por los signos de recuperación económica arrojados por la Eurozona y los Estados Unidos, que venían de crisis muy profundas, afectando los resultados del ranking.

Este escenario no influyó en el ranking internacional, identificándose 12.076 congresos internacionales en el mundo durante 2015, 571 eventos más que el año anterior (implicando un incremento del 4,96%), y 391 más que en 2013, consagrando una nueva marca. Durante el 2015 se realizaron 1.345 congresos internacionales en Latinoamérica (lo que refleja sólo un incremento del 1%). De este total, Argentina representó el 13%.

El desempeño del sector de turismo de reuniones durante 2015 en Argentina no siguió la tendencia mundial, que evidenció un crecimiento, en detrimento a la caída de congresos internacionales dentro del país.

Argentina alcanzó en 2015 el puesto 23° del ranking mundial con 181 congresos internacionales realizados, descendiendo 5 puestos en relación al año anterior. A nivel latinoamericano, la Argentina desciende del 2° al 3° puesto, detrás de Brasil y México en cantidad de congresos internacionales registrados, y manteniendo la 2° posición en Sudamérica. En 2015 hubo 11 destinos en la Argentina incluidos dentro del ranking de la ICCA, con más de 5 congresos internacionales cada uno, entre las que se destaca la Ciudad de Buenos Aires -en el puesto 26 del ranking mundial-, que ocupa el primer puesto en cantidad de congresos internacionales en todo el continente americano, junto a Lima (Perú).

Si bien los eventos internacionales ICCA representaron sólo el 4,5% del total de las reuniones de C&C identificadas en Argentina (181 sobre 4.708), resulta muy importante posicionarse en el ranking internacional para incrementar el interés de los organizadores mundiales. Vale mencionar que, la Ciudad de Buenos Aires fue sede del 54° Congreso Mundial ICCA 2015, con una participación de 800 asistentes.

Debido a que algunos factores influyeron en el desempeño del sector de turismo de reuniones, como se ha mencionado precedentemente, la cantidad total de reuniones identificadas en Argentina durante 2015 fue de 4.708.

De estas reuniones, 4.063 correspondieron a la categoría de Congresos y Convenciones (C&C) con una duración promedio de 2,16 días (2,17 en 2014), 497 a la categoría Ferias y Exposiciones (F&E) con una duración

promedio de 3,81 días (3,92 en 2014), y 148 Eventos Deportivos Internacionales (EDI) con una duración promedio de 3,26 días (3,94 en 2014).

Las 10 ciudades con mayor cantidad de reuniones concentraron el 65% de las mismas, en relación al 67% que registró el año anterior, evidenciándose de esta manera una mayor participación por parte de otras localidades como destinos sedes de eventos, quedando por cierto el 35% restante distribuido en 287 localidades, las cuales tuvieron en 1 y 110 reuniones cada una.

En cuanto a reuniones de la agrupación C&C el total de asistentes fue de 2.250.380 personas (un 10% menos que en el año 2014), de las cuales 1.081.504 fueron turistas nacionales (frente a 1.446.058 del 2014), 256.220 turistas extranjeros (299.184 en 2014) y 912.656 asistentes locales que son los residentes en el destino sede (747.961 en 2014).

En promedio los asistentes nacionales de los C&C gastaron \$ 1.612 por día (\$ 1.190 en 2014) con una estadía media de 2,99 días (2,78 en 2014); mientras que los extranjeros \$ 2.776 (\$ 2.529 en 2014) por día con una estadía media de 4,47 días (4,72 en 2014). Por otra parte, los asistentes nacionales tuvieron un gasto promedio por estadía de \$ 4.826 a precio corriente (\$ 3.303 en 2014), mientras que la estimación del desembolso por parte de un turista extranjero asciende a un total de \$ 12.409 (\$ 11.930 en 2014).

Asimismo, en relación a reuniones de la agrupación F&E asistieron un total de 10.160.855 personas (un 18% menos que en el año 2014), de las cuales 3.597.068 fueron turistas nacionales (frente a 3.667.980 del 2014), 123.878 turistas extranjeros (114.852 en 2014) y 6.439.909 asistentes locales (8.649.323 en 2014).

Los asistentes nacionales a las F&E tuvieron un gasto promedio diario \$ 1.288 a precio corriente (\$ 732 en 2014), con una estadía media de 2,05 días (2,51 en 2014). Mientras que, para los extranjeros, el gasto promedio diario fue de \$ 1.933 (\$ 1.886 en 2014), con una estadía media de 3,57 días (4,21 en 2014). Por otra parte, el gasto promedio por estadía de los turistas nacionales fue de \$2.636 (\$ 1.835 en 2014), mientras que la estimación del desembolso por parte de un turista extranjero asciende a un total de \$6.894 (\$ 7.948 en 2014).

Dada la particularidad de los eventos EDI sólo se pudo estimar la cantidad de asistentes de 95 eventos identificados los cuales reportaron dichos datos. La cantidad total de asistentes en esos 95 eventos fue de

2.104.861, de los cuales 716.561 fueron turistas nacionales y extranjeros (representando un 90% y un 10% respectivamente).¹²

En promedio los asistentes nacionales tuvieron un gasto promedio diario de \$ 1.182 (\$ 1.070 en 2014), con una estadía media de 2,78 días (3,13 en 2014); mientras que el gasto promedio diario de los extranjeros fue de \$ 2.647 (\$ 2.884 en 2014), con una estadía media de 4,08 días (4,48 en 2014). Por otro lado, el gasto promedio por estadía de los turistas nacionales fue de \$ 3.287 (\$ 3.351 en 2014), mientras que la estimación del desembolso por parte de un turista extranjero asciende a un total de \$ 10.788 (\$ 12.911 en 2014).

Por su parte, en los tres tipos de agrupaciones (C&C, F&E y EDI), todos los servicios turísticos han recibido, en general, muy buenas evaluaciones tanto por los residentes nacionales como por los extranjeros.

¹²Con relación a los EDI no se cuenta con datos de asistentes totales, ante la falta de información declarada por los referentes técnicos.

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 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 tratar 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 área particular del tema que lo convoca. De esta manera el público tiene una visión integrada del tema que los ocupa.

Foro: Todo tipo de oratoria, conversación o debate sobre un tema en el que participan todos los presentes. Generalmente, constituye la parte final de un simposio o una mesa redonda. Está dirigido por un coordinador, que permite la libre expresión de ideas, supervisando las intervenciones y los tiempos.

Convención: Evento formal y genérico de cuerpos legislativos, político sociales o económicos, cuyo propósito es proveer información respecto de una situación particular para luego deliberar y establecer consenso entre sus participantes.

Incentivos (INC)

Incentivo: Constituyen un instrumento de la estrategia de motivación que utilizan las empresas para estimular el rendimiento de su personal. También utilizado para que la empresa comunique ciertos planes de estrategia dejando atrás la habitual sala de reuniones.

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. 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.

Workshop: Jornada profesional utilizada como Bolsa o Mercado de Contratación donde se contacta la oferta y la demanda. Busca facilitar el intercambio comercial entre ambas.

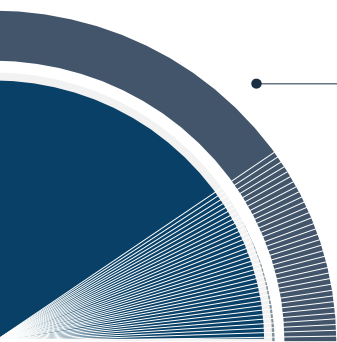
Evento deportivo de alcance internacional (EDI)

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.

Asistentes: Todas aquellas personas que asistieron a cada una de las diferentes reuniones que fueron relevadas.

Encuestados: Todas aquellas personas que, en calidad de asistentes a cada una de las reuniones relevadas, fueron entrevistadas por medio de un interrogatorio preestablecido .







Argentina
 Instituto Nacional de
 Promoción Turística



Ministerio de Turismo
 Presidencia de la Nación