



---

**Turismo de Reuniones en la Ciudad de  
Buenos Aires**

**Informe Anual 2007**



Ing. Hernán Lombardi  
**Ministro de Cultura**

Lic. Rodrigo Herrera Bravo  
**Director Ejecutivo del Ente de Turismo**

Lic María Cecilia de Salterain  
**Jefe del Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas**

Florencia Rocha  
**Análisis y Redacción**

**Asistentes y encuestadores**

Rivera Mariana  
Lic. Latorre Ricardo  
Gorin Dominique  
Alumnos de la Escuela de Turismo y hotelería del CESyT.

**Agradecimientos**

Área de Ferias y Congresos del Ente de Turismo GCBA.  
Congresos Internacionales S.A.  
Indexport S.A. Messe Frankfurt  
Kraft & Gowland  
Bayfem  
Uniline Exhibitions S.A  
Ana Juan Congresos  
Prince & Cooke  
Ría Tur  
Asociación Síndrome de Down de la República Argentina  
Ateneo Arg. de Odontología  
Sociedad Arg. De Cardiología  
Sociedad de Ingenieros Petroleros  
Mundo Sano  
A.I.D.I.S.A.R.  
AHT  
A.A.C.  
Editorial Servicios y Producción S.A.

## Índice

<b>1. Introducción.....</b>	<b>4</b>
<b>2. El Mercado de Turismo de Negocios. ....</b>	<b>6</b>
2.1 Metodología .....	6
<b>3. Encuesta a Asistentes a congresos.....</b>	<b>12</b>
3.1 Resumen Ejecutivo .....	12
<b>4. Resultados .....</b>	<b>13</b>
4.1. Temática.....	13
4.2. Lugar de Residencia. ....	13
4.3. Tipo de Alojamiento. ....	15
4.4. Medios de Información. ....	15
4.5. Estadía en la Ciudad de Buenos Aires. ....	16
4.6. Frecuencia de Visita a la Ciudad. ....	16
4.7. Compras.....	16
4.8. Forma de organización del viaje de los asistentes. ....	17
4.9. Actividades en la Ciudad.....	17
4.10. Acompañantes. ....	18
4.11. Gasto de los asistentes en la ciudad.....	18
<b>5. Anexo Estadístico. ....</b>	<b>19</b>
5.1. Lugar de Residencia. ....	19
5.2. Tipo de Alojamiento. ....	20
5.3. Medios de Información. ....	20
5.4. Estadía en la Ciudad de Buenos Aires. ....	21
5.5. Frecuencia de Visita a la Ciudad. ....	21
5.6. Compras.....	21
5.7. Forma de organización del viaje de los asistentes. ....	22
5.8. Actividades en la Ciudad.....	22
5.9. Acompañantes .....	22
5.10. Gasto en la Ciudad.....	23

Balcarce 360 2º Piso  
Tel: 4114-5784/46  
Email: estadisticas\_turismo@buenosaires.gov.ar  
Web: www.bue.gov.ar

***Buenos Aires, marzo del 2007***

# Encuesta a Asistentes a Congresos 2007

## 1. Introducción

Los beneficios económicos, sociales, culturales y políticos que reporta a la ciudad el realizar eventos y su contribución a la dinamización de la actividad turística en los períodos de baja y media estación, hacen interesante desarrollar este tipo de turismo. Tales beneficios impactan , en forma directa o indirecta , a los siguientes niveles : -Mejora la estacionalidad de la demanda (sobre todo en temporada baja), contribuye al aumento del gasto promedio de los visitantes y eleva la estadía promedio en la ciudad. Beneficia a la ciudad sede del evento por la difusión que recibe; al sector público , por nuevas fuentes de ingresos; y a la comunidad, por la necesaria inversión pública que realizan los gobiernos locales para favorecer las condiciones de los visitantes

La ciudad de Buenos Aires, el tamaño de su mercado, la infraestructura disponible, la calificación y la disponibilidad de su mano de obra, su condición de principal centro comercial y financiero del país y uno de los más importantes del MERCOSUR, la existencia de una amplia diversidad de instituciones y su propicio ambiente socio-cultural, conforman un escenario sumamente favorable para la realización de eventos, ferias y congresos. Por otro lado, es la capital cultural de Sudamérica y uno de los polos de negocios más importantes y dinámicos de la región y uno de los destinos de mayor crecimiento y desarrollo turístico y económico.

En el año 2007 Buenos Aires fue sede de 481 congresos (el 43,30% de los realizados en el país) con 315.024 asistentes. El negocio congresístico está viviendo un crecimiento, tanto en cantidad como en calidad. Reportando durante el año 2007 una cifra record de gasto 535.375.932 pesos.

Los estudios también demuestran que el turismo de negocios fomenta la expansión del turismo de esparcimiento, ya que según la OMT<sup>1</sup>, el 40% de los visitantes de reuniones y conferencias regresan al lugar de destino acompañados de sus familias, amigos o colegas.

El segmento de reuniones y conferencias se caracteriza por contar con participantes de gran categoría y poder adquisitivo. Los visitantes extranjeros que concurren a las reuniones gastaron un promedio diario de 982.48

---

<sup>1</sup> Fuente: Turismo: Panorama 2020. Volumen 7. OMT.

Pesos<sup>2</sup> en comparación con el gasto medio de los turistas extranjeros de ocio, equivalente a 336.27<sup>3</sup> pesos, lo que representa más del doble de los gastos del turista de vacaciones.

La mayoría de las razones antes mencionadas dan lugar a que la ciudad se esfuerce actualmente para desarrollar su mercado de reuniones y conferencias, ya que está previsto, según OMT<sup>4</sup>, un crecimiento anual del 10% en el próximo decenio.

---

<sup>2</sup> Fuente: Encuesta Asistentes a Congresos. Programa de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo, GCBA.

<sup>3</sup> Fuente: ETI 2007. Secretaría de Turismo de la Nación – Indec (datos provisorios enero-octubre).

<sup>4</sup> Fuente: Turismo: Panorama 2020. Volumen 7. OMT.

## 2. El Mercado de Turismo de Negocios.

### 2.1 Metodología

Objeto de estudio: personas no residentes en la Ciudad de Buenos Aires asistentes a congresos.

Las entrevistas son realizadas a través de un formulario estructurado con preguntas cerradas, el mismo se aplica al azar a las personas asistentes en el evento. Así mismo se realiza un conteo de la demanda total de los asistentes.

Cantidad de entrevistas realizadas: Se realizaron un total de 1020 entrevistas, entre Marzo y Diciembre de 2007. Asimismo, se contabilizaron a los asistentes residentes de la Ciudad (596).

Selección de las reuniones: en función de los siguientes criterios: Alcance (Internacional, Regional o Nacional), cantidad de asistentes (nacionales y extranjeros), valor de la inscripción y requerimientos específicos del Área de Ferias y Congresos del Ente de Turismo.

#### a. Conceptos

**Turismo de negocios:** Conjunto de corriente turística cuyo motivo de viaje esta vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales. Este mercado, en su variante grupal incluye numerosos segmentos y productos relacionados con la organización de reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes. Incluye las siguientes modalidades: Congresos, Convenciones, Ferias, Exposiciones y Viajes de Incentivo.<sup>5</sup>

Tipo de reuniones. (bajo el cual se realiza este relevamiento)

**Congresos:** Es una reunión que no esta orientada al negocio, tiene una frecuencia generalmente fija y es de naturaleza extraordinaria, en la cual los participantes perteneciendo a diversos lugares se reúnen en un sitio y momento predeterminado, para asistir a una reunión organizada en la cual los delegados tienen un rol multi-interactivo, de discusión y competencia, a menudo ayudados por otros servicios especializados.

La duración mínima de estos eventos es de 2 días. Con una pernoctación mínima de 1 noche y un mínimo de 50 inscriptos.

Temáticas mas comunes, medicina, educación, economía, etc.

---

<sup>5</sup> Fuente: Secretaria de turismo de México.

Comentarios: Varias organizaciones o una sola organización profesional pueden ser representadas. La presentación y la discusión del tema son decididas por el patrocinador y el cuerpo de la organización. La frecuencia se establece habitualmente por adelantado y puede ser varias veces al año, anual, plurianual.<sup>6</sup>

**Convenciones:** Reunión de un grupo de personas que comparten intereses similares, ya sean comerciales, industriales, profesionales, políticos, privados, particulares, religiosos o de otra índole, y que convergen en una fecha y un lugar determinados previamente para intercambiar experiencias, tratar asuntos de interés común y tomar decisiones al respecto, así como establecer consenso sobre determinadas políticas, etc.

La duración mínima de las convenciones es 2 días. Con un pernocte mínimo de 1 noche y 50 inscriptos como mínimo.<sup>7</sup>

Ámbito geográfico.

Internacional: Es aquella reunión que tiene un porcentaje mínimo de inscriptos de otros países. Este índice se ha fijado en un 40% de inscriptos de por lo menos 3 países distintos.<sup>8</sup>

Regional: Reuniones que tiene un porcentaje mínimo de participantes de Latinoamérica (40%).

Nacional: Es aquellas que no tiene un porcentaje mínimo de inscriptos provenientes de otro país.<sup>9</sup>

b. Su evolución en el mundo.

Durante el año 2006, EEUU fue el país que más reuniones realizó (414), seguido de Alemania con 334. Por otro lado, en cuanto al ranking de la ciudades, las europeas Viena y Paris, se llevan los primeros lugares.

Es de destacar la presencia de Brasil, como único representante de América del Sur, en el ranking por países, ya que, en el ranking por ciudades no figura ninguna de ese país.

---

<sup>6</sup> Fuente: Informe Estadístico. Turismo de reuniones 2006. Spain Convention Bureau.

<sup>7</sup> Fuente: Ferias, Congresos y Convenciones. Secretaria de Desarrollo Económico Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Noviembre 2003.

<sup>8</sup> Fuente: Informe Estadístico. Turismo de reuniones 2006. Spain Convention Bureau.

<sup>9</sup> *OB CIT.*

**Cuadro b.1. Ranking ICCA de las reuniones(\*) organizadas por país y ciudades. Año 2006**

Ranking	Países	Reuniones	Ranking	Ciudades	Reuniones
1	U.S.A.	414	1	Viena	147
2	Alemania	334	2	Paris	130
3	Gran Bretaña	279	3	Singapur	127
4	Francia	269	4	Barcelona	103
5	España	266	5	Berlin	91
6	Italia	209	6	Budapest	86
7	Brasil	207	7	Seul	85
8	Austria	204	8	Praga	82
9	Australia	190	9	Copenhague	69
10	Holanda	187	10	Lisboa	69

(\*) Parámetros ICCA: Las reuniones deben rotar entre por lo menos 3 países, ser realizados regularmente y tener un mínimo de 50 participantes. Seminario: Marketing de Destino. Flavia Malkine -Directora de Promoción de Eventos de Embratur. COCAL,. Montevideo, Uruguay 09 al 11 de marzo de 2008. Fuente: ICCA World 2006.

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

c. Su evolución en la Ciudad de Buenos Aires.

En términos de comparación histórica el **año 2007** ha supuesto para la Ciudad un incremento en los **eventos** en todos los aspectos respecto de los años precedentes: se fue superando y consolidando la tendencia positiva. Respecto del año anterior el **aumento** significó el segundo mayor crecimiento (2002-2003 17%) de los últimos años, el mismo fue del **15,1%**.

Durante el año 2007 se han realizado en el país un total de 1110 eventos, de los cuales el 43,30% se llevaron a cabo en la Ciudad de Buenos Aires representando un total de 481 reuniones.

**Cuadro C.1. Cantidad de eventos en Argentina y Ciudad de Buenos Aires. Años 2000-2007.**

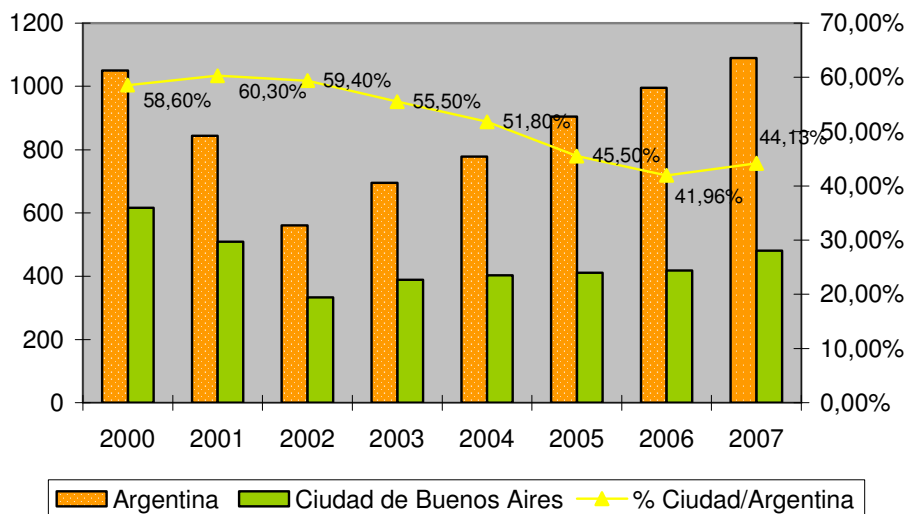
Año	Argentina	Ciudad de Buenos Aires	% Ciudad / Argentina
2000	1051	616	58,60%
2001	844	509	60,30%
2002	561	333	59,40%
2003	695	389	55,50%
2004	778	403	51,80%
2005	904	411	45,50%
2006	996	418(*)	41,96%
2007	1110	481(*)	43,30%

(\*)2006 /2007 Ciudad: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas Ente de Turismo .GCBA.

Fuente: Balance 2007. Informe especial sobre la industria de las Ferias y los Congresos en Argentina. Editorial Ferias y Congresos S.A.

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

**Gráfico C.1. Evolución de los eventos en Argentina y Ciudad de Buenos Aires. Años 2000-2007.**



Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

En cuanto a la distribución de los congresos en el país, se observa que la ciudad de Buenos Aires concentró el 43,30% de los eventos realizados en el año, manteniendo su primacía sobre el resto de las sedes, aunque también se observa su pérdida de peso específico respecto de las mismas.

En segundo lugar se ubicó la Mar del Plata (11,8%), Córdoba (8,3%) y Rosario (7,8%).

**Cuadro C.3. Distribución de los congresos por provincias y Ciudad de Buenos Aires. Año 2007.**

Lugar	%
Ciudad de Buenos Aires	43,3%
Mar del Plata	11,8%
Córdoba	8,3%
Rosario	7,8%
Mendoza	6,8%
Pcia de Buenos Aires	6,3%
Salta	3,9%
Santa Fé	2,0%
Tucumán	1,4%
Entre Ríos	1,1%
La Plata	0,8%
Misiones	0,7%
San Luis	0,6%
Neuquen	0,5%
San Juan	0,5%
Resto del país	4,1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: Balance 2007. Informe Especial sobre la Industria de las Ferias y los Congresos en Argentina. Editorial Ferias y Congresos.

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

En cuanto a la cantidad de asistentes se ha registrado un aumento en la cantidad de participantes, la ciudad de Buenos Aires albergó 315.024 personas. Lo cual significó un incremento del 8,6% anual.

Cabe destacar que el mayor incremento se produjo con la participación de asistentes extranjeros, aumentando su participación en un 39,9% respecto del año 2006

**Cuadro C. 4. Cantidad de asistentes a congresos en la Ciudad de Buenos Aires. Años 2001-2007.**

Año	Asistentes
2001	236.454
2002	180.371
2003	223.206
2004	276.577
2005	271.852
2006 (*)	290.000
<b>2007(*)</b>	<b>315.024</b>

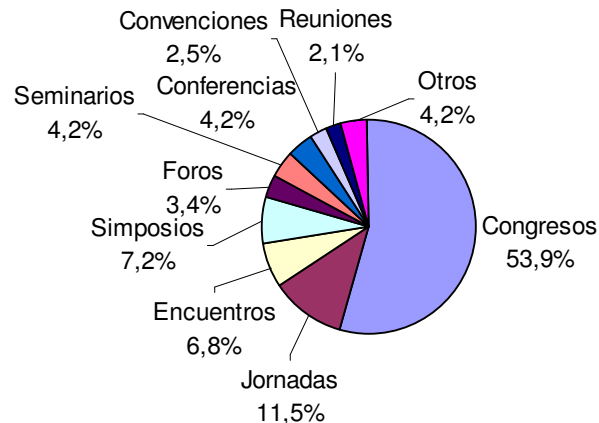
Fuente: Balance 2007. Informe especial sobre la industria de las Ferias y los Congresos en Argentina. Editorial Ferias y Congresos S.A.

(\*)2006/2007: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo, GCBA.

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

En cuanto a las tipologías de las reuniones, se mantienen sin mayores cambios, respecto al año anterior. Los congresos, tanto nacionales, internacionales e interamericano representaron el 53,9% del total de eventos realizados en el 2007.

**Gráfico C. 2. Distribución de las reuniones según tipología en ciudad de Buenos Aires. Año 2007.**



Fuente y elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

En cuanto a la distribución de los eventos seguido de los congresos, se ubicaron las jornadas (11,5%), seguido de simposios (7,2%).

**Cuadro C.5. Distribución de los eventos según tipología en la ciudad de Buenos Aires. 2006-2007.**

Tipo de Eventos	2006	2007
Congresos	55,3%	53,9%
Jornadas	11,9%	11,5%
Encuentros	8,6%	6,8%
Simposios	6,1%	7,2%
Foros	4,9%	3,4%
Workshops	4,1%	0,0%
Seminarios	3,7%	4,2%
Conferencias	3,3%	4,2%
Convenciones	1,2%	2,5%
Reuniones	0,8%	2,1%
Otros	0,0%	4,2%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente y elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

### 3. Encuesta a Asistentes a congresos

En el marco del Programa de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas del Ente de Turismo, se lleva adelante el **Estudio sobre el Mercado de Ferias y Congresos**, cuyo objetivo es desarrollar una investigación sobre la demanda turística originada por las ferias y congresos, su perfil y características.

Entre las acciones contempladas en dicho estudio, se realizan **Encuestas a Asistentes a Congresos**.

En las páginas siguientes se detallan los resultados obtenidos en los relevamientos de veinte y dos congresos realizados entre marzo y diciembre del 2007.

#### 3.1 Resumen Ejecutivo

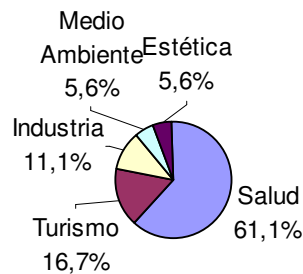
- Se relevó el (4,87%) del total de congresos en la ciudad de Buenos Aires en el año.
- El total de **asistentes** a los eventos **relevados** fue de **25.227**, (8% del total). Compuestos por 45,6% de residentes de la ciudad, 33,7% del interior del país y el 20,7% restantes asistentes extranjeros.
- **Salud** fue la temática más destacada, representando el **61,1%** de los eventos relevados, seguido de turismo 16,7%, comercio e industria 11,1%.
- De los encuestados efectivamente, el **53,2%** de los asistentes fueron argentinos no residentes en la ciudad de Buenos Aires y el **48,8%** corresponden a asistentes extranjeros.
- Entre los encuestados argentinos, se destacaron con la mayor cantidad de asistentes la **Región Central** con el **44,4%**, comprendido por las Provincias de Buenos Aires (23,7%), Córdoba 11,0% y Santa Fe (9,7%) respectivamente.
- Entre los asistentes extranjeros se destacan los **Países limítrofes** (39,3%) y Resto de América (34,4%).
- Entre los asistentes argentinos y extranjeros, optaron por alojarse en **hoteles** el **51,4%** y **87,9%** respectivamente.

- La estadía promedio de los argentinos fue **3,5 noches** y de los extranjeros **6,5 noches**.
- La preferencia en las **compras** de los asistentes argentinos fueron, ropa (24,2%), libros (18,4%), en tanto que los asistentes extranjeros optaron por ropa (49,7%), souvenirs (32,5%) y libros (26,7%).
- El gasto promedio diario por persona de los asistentes argentinos fue **\$320.11** y de los asistentes extranjeros **\$982.48**.

## 4. Resultados

### 4.1. Temática

Gráfico 4.1.1. Distribución por temática de los eventos relevados. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.



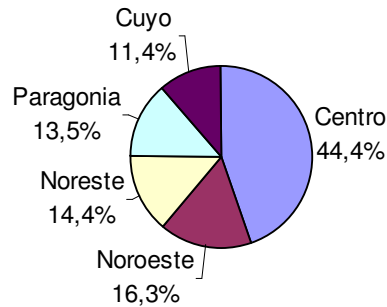
Fuente y elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

### 4.2. Lugar de Residencia.

El **53,2%** de los asistentes entrevistados fueron residentes en el interior de nuestro país; en tanto que el **46,8%** restante fueron **extranjeros**.

El 44,4% del total de los asistentes nacionales provienen de la Región Central del país, comprendido por Buenos Aires (23,7%), Córdoba (11%) y Santa fe (9,7%), destacándose por su alta participación en relación al resto de las regiones.

**Gráfico 4.2.1. Distribución por lugar de residencia de los asistentes argentinos. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**

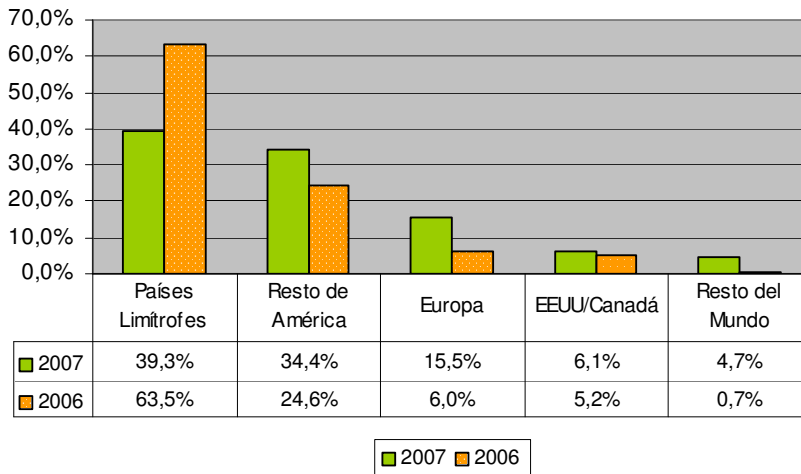


Centro: Buenos Aires, Córdoba, Santa Fé,  
Patagonia: La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut. Santa Cruz, Tierra del Fuego.  
Noroeste: Salta, Jujuy, Tucumán, Catamarca y Santiago del Estero.  
Noreste: Misiones, Formosa, Chaco, Corrientes, Entre Ríos.  
Cuyo: Mendoza, San Luis, San Juan y La Rioja  
Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

América Latina representó el 73,7% del total de los asistentes extranjeros, destacándose los **Países Limítrofes** con **(39,3 %)**, distribuidos de la siguiente manera: Brasil (20,2%), Chile (8,1%), Uruguay (5,1%), Paraguay (3,4%) y Bolivia (2,4%).

Si bien **Europa** representó el 15,5%, se destaca el aumento porcentual mayor al 100% respecto del año anterior, consolidándose como tercer mercado; ocupando los primeros lugares España (27,9%) y Alemania (12,6%) del total del mercado europeo.

**Gráfico 4.2.2. Distribución por lugar de residencia de los asistentes extranjeros. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**



Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

### 4.3. Tipo de Alojamiento.

Los asistentes argentinos optaron en primer lugar por **hoteles** el **51,4%**, en segundo lugar, casa de familia o amigos (38,8%).

En cuanto a los asistentes extranjeros, se destaca una alta preferencia por **hoteles** (**87,9%**).

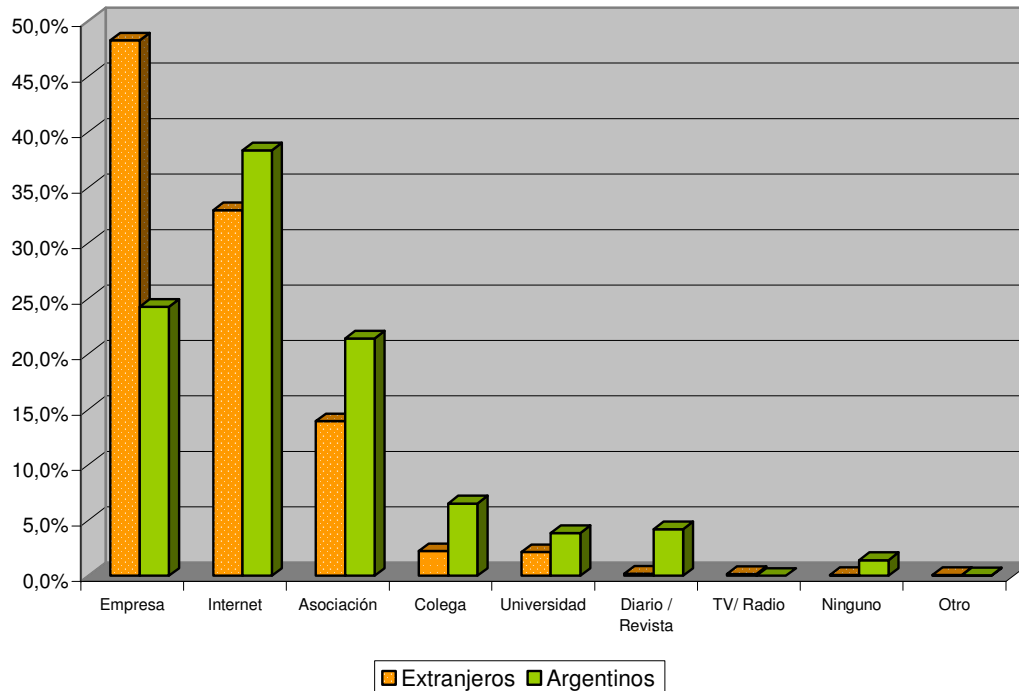
En cuanto a la elección de las categorías de hotel, los asistentes argentinos optaron en un **41,3%** por **3 estrellas** y un 33,0 % por 4 estrellas. En tanto, los asistentes extranjeros, optaron por las categorías más altas (**41,3%**) **4 estrellas** y (31,7%) 5 estrellas.

### 4.4. Medios de Información.

Los asistentes **argentinos**, se informaron de los eventos mayoritariamente **a través de Internet (38,3%)**, seguido de su lugar de trabajo (24,2%). En cuanto a los **extranjeros** el (**48,2%**) se enteró por su **lugar de trabajo**, en segundo lugar se observa que se informaron por Internet (32,9%) y por la asociación organizadora el (13,9%).

Nota: Extranjeros: teniendo en cuenta que se trata de eventos dirigidos a profesionales, resulta lógico que la principal forma de información haya sido a través de la empresa, que además resultó ser la principal forma de organización del viaje. (Ver 5.7. Forma de organización del viaje).

**Gráfico 4.4.1. Distribución de los medios de información a través del cual se informaron los asistentes argentinos y extranjeros. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**



Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

#### 4.5. Estadía en la Ciudad de Buenos Aires.

El 54,1% de los asistentes argentinos permanecieron en la ciudad entre 0 y 3 noches, en tanto el 77,8% de los asistentes extranjeros permanecieron en la ciudad entre 4 y 7 noches. Resultando una estadía promedio de **3,5 noches** para los asistentes **argentinos** (16,7% respecto del año anterior) y de **6,5 noches** para los asistentes **extranjeros** con un aumento del 30% respecto a la pernoctación promedio del 2006.

**Gráfico 4.5.1 Estadía media (en noches) de los asistentes argentinos y extranjeros. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**

Año	Extranjeros	Argentinos
2006	5 noches	3 noches
2007	6,5 noches	3,5 noches
Var.% 06/07	30,0%	16,7%

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

#### 4.6. Frecuencia de Visita a la Ciudad.

Es de destacar que el 51,3% de los asistentes argentinos, visitan las ciudad varias veces al año, en segundo lugar lo hacen esporádicamente (30,8%).

En cuanto a los asistentes extranjeros se observa que el **56,3%** visitó por **primera vez** la ciudad.

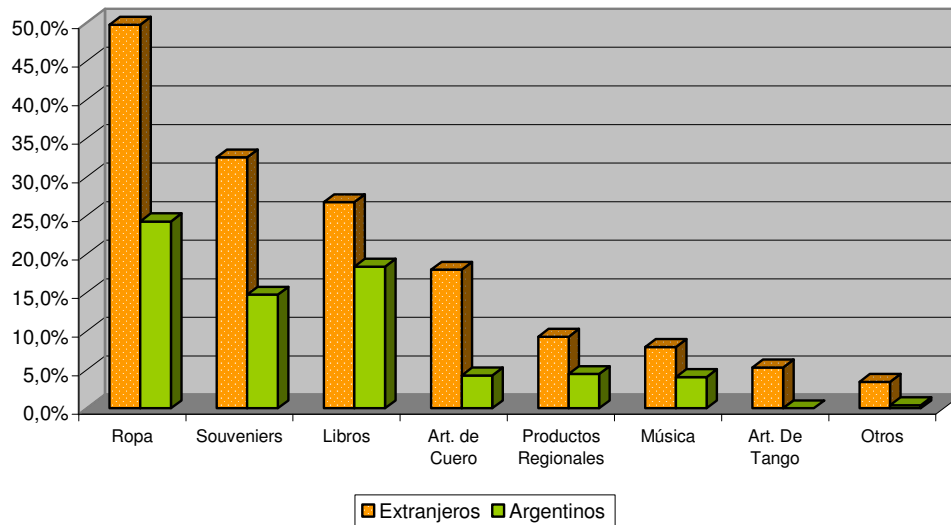
Lo que refuerza la idea que la promoción del segmento de Ferias y Congresos, promueve el incremento de la demanda turística.

#### 4.7. Compras.

Respecto a la preferencia de los items de compras, los asistentes argentinos optaron por ropa (24,26%), libros (18,4%) y souvenirs (14,7%).

En cuanto a los asistentes extranjeros el nivel de compras fue alto, destacándose la preferencia por ropa (49,7%), souvenirs (32,5%) y libros (26,7%).

**Gráfico 4.7.1. Distribución de las compras realizadas por los asistentes argentinos y extranjeros. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**



Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

#### 4.8. Forma de organización del viaje de los asistentes.

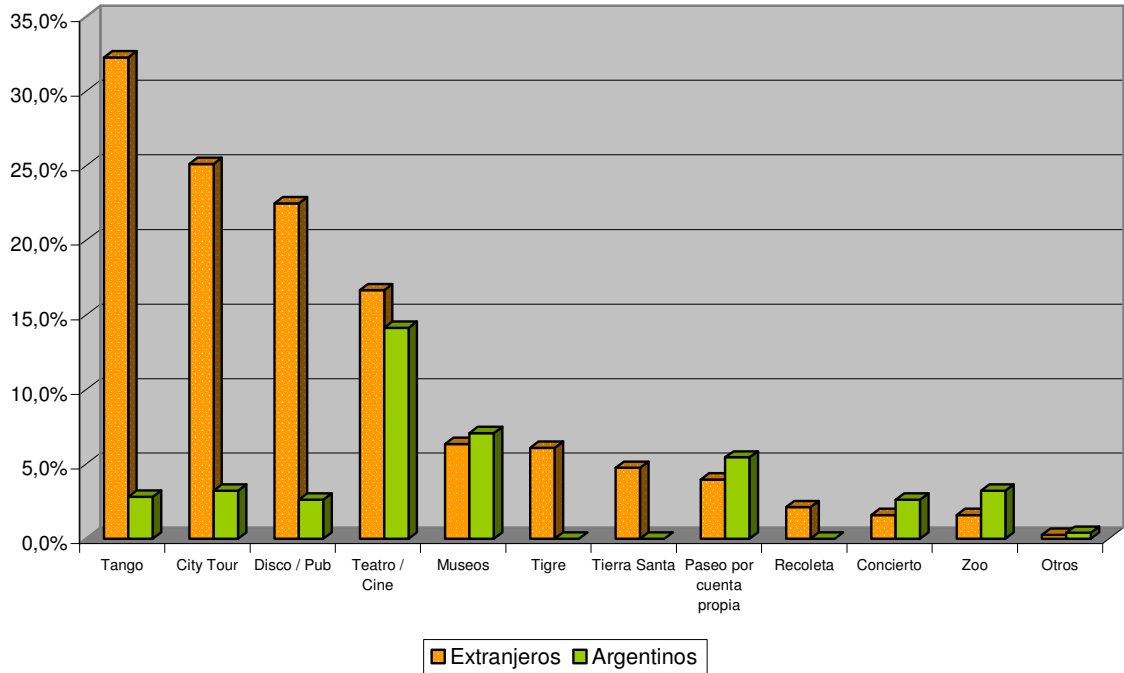
Los asistentes argentinos organizaron su viaje en forma particular en un 73,9%, mientras que prefirieron el 18,7% lo hicieron a través de su lugar de trabajo. En tanto, los **extranjeros** organizaron su viaje a través de **la empresa** en un **67,9%** y en forma particular el 24,8%.

#### 4.9. Actividades en la Ciudad

Entre las actividades de la ciudad, es de destacar la preferencia de los asistentes extranjeros por Tango (32,3%), City tour (25,1%) y Disco/Pub el (22,5%).

En tanto los asistentes argentinos optaron mayoritariamente por Teatro / Cine (14,1%).

**Gráfico 4.9.1 Distribución de las actividades de los asistentes argentinos y extranjeros. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**



Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

#### 4.10. Acompañantes.

El 40,4% de los asistentes argentinos declaró haber viajado a la ciudad con algún acompañante. De los que vinieron acompañados, el 26,1% viajó con un solo acompañante. Por otro lado, el 26,2% de los extranjeros estuvo acompañado. Con un acompañante el 18,6% y con dos el 5%.

#### 4.11. Gasto de los asistentes en la ciudad.

Los asistentes argentinos a los eventos gastaron un promedio de **\$320,11** diarios por día por persona, en tanto que los asistentes extranjeros tuvieron un gasto diario en la ciudad de **\$982,48** por día por persona. El gasto total fue de 535.375.932 pesos, representando un incremento del 123,1% respecto del año anterior.

**Gráfico 4.11.1 Gasto total de los asistentes a congresos. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**

Año	Gasto total (pesos)	Var. %	Gasto total (dólares)	Var. %
2006	239.992.019		78.173.296	
2007	535.375.932	123,1%	171.594.850	119,5%

Fuente y elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

Estos gastos incluyeron el alojamiento, inscripción, compras, alimentación y movilidad interna.

## 5. Anexo Estadístico.

### 5.1. Lugar de Residencia.

**Cuadro 5.1.1. Lugar de Residencia de los asistentes a congresos. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**

Año	Residentes	Argentinos	Extranjeros
2006	51,5%	33,7%	14,8%
2007	40,6%	33,7%	25,7%
Var. Interanual	-21,2%	0,0%	73,9%

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

**Cuadro 5.1.2. Lugar de Residencia de los asistentes argentinos. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**

Lugar de residencia	Argentinos
Centro	44,4%
Noroeste	16,3%
Noreste	14,4%
Patagonia	13,5%
Cuyo	11,4%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

**Cuadro 5.1.3. Lugar de Residencia de los asistentes extranjeros. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**

Lugar de residencia	Extranjeros
Países Limítrofes	39,3%
Resto de América	34,4%
Europa	15,5%
EEUU/Canadá	6,1%
Resto del Mundo	4,7%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

## 5.2. Tipo de Alojamiento.

**Cuadro 5.2.1. Tipo de Alojamiento de los asistentes argentinos y extranjeros. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**

Tipo de Alojamiento	Extranjeros	Argentinos
Hotel	87,9%	51,4%
Casa familiares o amigos	5,7%	38,8%
Appart-hotel	2,5%	3,4%
Hostel	1,5%	0,7%
Alquiler Departamento	1,2%	0,8%
Vivienda Propia	0,9%	3,8%
Hospedaje	0,3%	1,0%
Hotel Sindical	0,0%	0,1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

**Cuadro 5.2.2. Categoría de Hoteles utilizada por los asistentes argentinos y extranjeros. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**

Categoría Hotel	Argentina	Extranjero
1 estrella	1,0%	0,4%
2 estrellas	19,9%	3,1%
3 estrellas	41,3%	23,5%
4 estrellas	33,0%	41,3%
5 estrellas	4,8%	31,7%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

## 5.3. Medios de Información.

**Cuadro 5.3.1. Medio de información a través del cual se informaron los asistentes argentinos y extranjeros. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**

Medio de Información	Extranjeros	Argentinos
Empresa	48,2%	24,2%
Internet (*)	32,9%	38,3%
Asociación	13,9%	21,4%
Colega	2,2%	6,5%
Universidad	2,1%	3,8%
Diario / Revista	0,2%	4,2%
TV/ Radio	0,2%	0,1%
Ninguno	0,2%	1,4%
Otro	0,1%	0,1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

(\*) Pagina web de la entidad organizadora.

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

## 5.4. Estadía en la Ciudad de Buenos Aires.

**Cuadro 5.4.1 Distribución de la estadía (en noches) de los asistentes argentinos y extranjeros. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**

Estadía en noches	Extranjeros	Argentinos
0 a 3 noches	5,5%	54,1%
4 a 7 noches	77,8%	42,6%
Más de 7 noches	16,7%	3,3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

## 5.5. Frecuencia de Visita a la Ciudad.

**Cuadro 5.5.1. Frecuencia de Visita a la Ciudad de los asistentes argentinos y extranjeros. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2004.**

Frecuencia de viaje	Extranjeros	Argentinos
Primera vez	56,3%	3,4%
Una vez al año	7,0%	14,5%
Esporádicamente	32,1%	30,8%
Varias veces al año	4,6%	51,3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

## 5.6. Compras.

**Cuadro 5.6.1. Compras realizadas por los asistentes argentinos y extranjeros. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**

Compras	Extranjeros	Argentinos
Ropa	49,7%	24,2%
Souvenirs	32,5%	14,7%
Libros	26,7%	18,4%
Art. de Cuero	18,0%	4,2%
Productos Regionales	9,3%	4,4%
Música	7,9%	4,0%
Art. De Tango	5,3%	0,0%
Otros	3,4%	0,4%

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

## 5.7. Forma de organización del viaje de los asistentes.

**Cuadro 5.7.1. Forma de organización del viaje de los asistentes argentinos y extranjeros. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**

Organización del viaje	Extranjeros	Argentinos
Empresa	67,9%	18,7%
En forma particular	24,8%	73,9%
A través de un paquete armado por agencia	4,6%	3,5%
A través de un paquete armado por el organizador	2,9%	3,9%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

## 5.8. Actividades en la Ciudad

**Cuadro 5.9.1 Actividades de los asistentes argentinos y extranjeros. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**

Actividades	Extranjeros	Argentinos
Tango	32,3%	2,8%
City Tour	25,1%	3,2%
Disco / Pub	22,5%	2,6%
Teatro / Cine	16,7%	14,1%
Museos	6,3%	7,1%
Tigre	6,1%	0,0%
Tierra Santa	4,8%	0,0%
Paseo por cuenta propia	4,0%	5,5%
Recoleta	2,1%	0,0%
Concierto	1,6%	2,6%
Zoo	1,6%	3,2%
Otros(*)	0,3%	0,4%

(\*)Futbol, Reserva ecológica.

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

## 5.9. Acompañantes

**Cuadro 5.10.1. Distribución de los acompañantes de los asistentes argentinos y extranjeros. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 2007.**

Acompañantes	Argentinos	Extranjeros
Solo/a	59,6%	73,8%
1	26,1%	18,5%
2	7,3%	5,0%
3	4,2%	1,3%
4	0,8%	0,0%
5	1,2%	0,5%
6	0,4%	0,0%
7	0,2%	0,5%
8	0,2%	0,3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.

## 5.10. Gasto en la Ciudad

**Cuadro 5.9.1. Gasto promedio diario de los asistentes argentinos y extranjeros. Ciudad de Buenos Aires. Marzo-Diciembre 04-05-06-07.**

Residencia	Gasto Promedio Diario							
	2004		2005		2006		2007	
	Pesos	Dólares(*)	Pesos	Dólares(*)	Pesos	Dólares(*)	Pesos	Dólares(*)
Argentinos	522	177,55	293,1	97,7	304,75	101,5	<b>320,11</b>	<b>102,59</b>
Extranjeros	932	317	771,03	257,01	701,37	234	<b>982,48</b>	<b>314,98</b>

(\*)Fuente: BCRA 2007(3,12) / 2006 (3,07) / 2005 (2,92) / 2004 (2,94)

Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.  
Ente de Turismo, GCBA.