

A.VII. TURISMO

Desde el año 2003, la Ciudad de Buenos Aires es elegida cada vez por más visitantes como destino internacional. La oferta de servicios turísticos responde a la mayor demanda, aumentando permanentemente la cantidad de proveedores y la diversidad de productos. De esta manera, crecen y se desarrollan distintos segmentos de la actividad, tales como el turismo de congresos, el cultural, el de ocio, el de salud y el de estudios, entre otros. Asimismo, cabe destacar el gran desarrollo de la infraestructura hotelera, mediante la construcción y ampliación de hoteles de lujo, hoteles *boutique* y *hostels*, atendiendo a diferentes perfiles de turistas que eligen la Ciudad de Buenos Aires para vacacionar, visitar amigos, hacer negocios, estudiar, seguir un tratamiento médico o estético, pasear o realizar compras. Es de destacar que al incremento del turismo internacional, se suma el crecimiento del nacional que cada vez más elige a la Ciudad de Buenos Aires como destino.

Con el objetivo de intensificar el *boom* turístico y consolidar el posicionamiento de Argentina como destino internacional, los gobiernos nacional y locales llevan adelante diferentes medidas de promoción. En el marco nacional, es importante la Ley de Turismo, sancionada en el año 2004, y el Plan Estratégico de Turismo Sustentable, que colocan a la actividad en un lugar central dentro de la economía.

Entre las acciones en eventos, merece destacarse la realización de la *Feria de Expo Turismo de Invierno (ETI)*, la cual tuvo lugar en el mes de abril de 2007 en el Predio Ferial de Palermo. La importancia de esta feria radicó en haberse constituido en la principal vidriera de los destinos turísticos invernales de la Argentina, ofertando la más variada gama de propuestas, desde opciones de esquí hasta turismo cultural. Al concluir, habían asistido a la feria cerca de 18.200 visitantes generales y 4.000 profesionales.

Por otra parte, la Cámara Argentina de Turismo (que tiene como uno de sus principales objetivos institucionales promover desde el exterior el turismo hacia nuestro país), cuenta con un abultado calendario de acciones promocionales a lo largo de 2007. En este marco, en el segundo trimestre del año, dicha Cámara participó en eventos tales como la *Caravana Turística Achmart* (Chile), el *Road Show* en Brasil, y diversos encuentros de comercialización realizados en Francia, Estados Unidos y México, entre otros.

Las acciones de promoción del destino Argentina se muestran cada vez más diversificadas, no ateniéndose solo a la realización de eventos en el país o a la participación en encuentros internacionales. En efecto, en el mes de mayo pasado el gobierno nacional firmó un convenio con la Asociación de Fábricas de Automotores de Argentina (ADEFSA) y con la Cámara Argentina de

Turismo, el cual tiene como fin impulsar la difusión del turismo internacional receptivo mediante la incorporación de material gráfico, soporte informático y audiovisual en los respectivos manuales del propietario de las unidades automotrices, optimizando de esta manera los recursos para el posicionamiento del país en el exterior. Asimismo, también han sido invitados a nuestro país periodistas de destacados medios franceses con el fin de promover el destino Argentina en Francia, quienes han participado de actividades diversas, muchas de las cuales tuvieron como escenario a la Ciudad de Buenos Aires.

En la Ciudad, la Subsecretaría de Turismo del Ministerio de Producción, también participa de las más importantes ferias internacionales del sector, dando a conocer las oportunidades que ofrece Buenos Aires como destino turístico. En este marco, dicha Subsecretaría promocionó la realización del *Encuentro Buenos Aires de la Unidad Temática Turismo de las Mercociudades*. Dentro del encuentro se llevaron a cabo eventos tales como el Seminario Internacional "La promoción turística en los destinos integrados" y la reunión cumbre de máximas autoridades de las Mercociudades.

Los medios de transporte que conectan la Ciudad con el resto del mundo, en particular el transporte aéreo, incrementaron progresivamente su frecuencia y cantidad de destinos atendidos, condición necesaria para el aumento verificado en la llegada de visitantes. El turismo de cruceros también muestra subas, con un mayor número de buques y pasajeros arribados a la Ciudad cada año, lo que se traduce en importantes ingresos monetarios, especialmente por compras en los ejes comerciales de Defensa, Corrientes y Callao, Florida y Puerto Madero.

El reconocimiento de Buenos Aires como una ciudad turística internacional, capaz de competir con las principales del mundo, se refleja en su mención permanente en las revistas especializadas del sector, que desde el 2003 destacan sus cualidades. Una encuesta realizada por la revista *Travel+Leisure*, colocó a la Ciudad de Buenos Aires como el segundo destino preferido por los lectores, ubicándose solo detrás de Florencia, en Italia. Buenos Aires recibió los mejores puntajes en tres características: compras, comidas y restaurantes y relación calidad-precio. Cabe destacar que en la encuesta realizada por *Travel+Leisure* en el año anterior, la Ciudad de Buenos Aires se había posicionado en el séptimo lugar.

El atractivo turístico de la Ciudad de Buenos Aires -y de la Argentina en general- se evidencia en el incremento del número de viajeros, fenómeno que se encuentra en sintonía con lo que ocurre a nivel mundial. De acuerdo con los comunicados de prensa efectuados por la Organización Mundial de Turismo, el año 2006 contó con un total de 842 millones de llegadas de turistas internacionales a todo el planeta, lo cual representa un aumento de 4,5%, con la mejor *performance* para África (8,1%). Si bien América fue la región que tuvo el menor crecimiento anual (sólo 2%), se registraron considerables matices al interior del continente; en efecto, Sudamérica acusó un incremento anual del orden de 7,2%.

Las previsiones apuntan a que la fortaleza del mercado se mantenga durante 2007 en torno a un 4%, convirtiéndose así en el cuarto año de crecimiento sostenido del turismo internacional. No obstante, la recientemente evidenciada crisis de los mercados internacionales, que tiene como escenario a los países centrales, podría llegar a influir en la disminución de los flujos turísticos y en la modificación de las tendencias anunciadas a fines del año pasado por la Organización Mundial del Turismo.

A continuación, se expone la evolución del turismo internacional durante el primer trimestre de 2007, seguido del análisis del turismo receptivo en la Ciudad de Buenos Aires para el segundo trimestre de 2007 en particular, y para el primer semestre del año en general. Luego, se presenta la caracterización de la temporada de cruceros 2006-2007 y la situación de la conectividad aérea para el turismo a lo largo del segundo trimestre. En el apartado *La competitividad del destino Ciudad de Buenos Aires* se analiza la competitividad del turismo receptivo en términos de precios, tanto para el segundo trimestre 2007 como para el acumulado enero-junio. Asimismo, se presenta un acápite caracterizando la oferta hotelera de la Ciudad, comentándose con posterioridad la dinámica de la ocupación hotelera para el primer trimestre del año. Finalmente, se incluye una mención sobre el sector ferial y congresístico en Argentina y en la Ciudad, señalando la *performance* que tuvo a lo largo del año 2006.

EVOLUCIÓN DEL TURISMO INTERNACIONAL

Según datos de la Encuesta de Turismo Internacional (ETI) realizada por el INDEC¹ y la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR), la cantidad de turistas residentes en el extranjero que partieron desde el Aeropuerto Internacional de Ezeiza, tuvo un incremento interanual del orden de 11% en el primer trimestre de 2007.

El 61,3% de los turistas internacionales que visitaron la Argentina lo hizo por motivos vacacionales, aunque dicho motivo de viaje exhibió una leve caída interanual en su participación relativa (-0,7%), frente al incremento experimentado por el motivo Negocios que aumentó 58% (representando el 14,7% del total).

Con relación al tipo de alojamiento, el 39,1% de los turistas provenientes del exterior eligió alojarse en hoteles de 4 o 5 estrellas. Cabe mencionar que este tipo de alojamiento tuvo una caída interanual de 5,1%, en tanto se observa un fuerte aumento de la participación de los establecimientos extra-hoteleros para el pernocte de los turistas (Cuadro A-VII-1).

Asimismo, más de la mitad de los turistas residentes en el extranjero organizaron su viaje por cuenta propia (51,5%). Sin embargo, la forma de organización del viaje que más creció es por cuenta de terceros, en tanto que los viajes organizados con paquete turístico mostraron una caída interanual del orden de 21,4%.

La evolución interanual muestra un leve aumento de la estadía media de los turistas, la cual pasó de 14,1 días en el primer trimestre de 2006, a 14,5 días en igual período de 2007, nivel récord en la serie iniciada en el primer trimestre de 2005. También, el gasto promedio diario aumentó 35,5%, colocándose en poco más de USD 102. De esta manera, el desembolso promedio individual total durante la estancia en el país creció cerca de 22%, al pasar de USD 1.216 a USD 1.480.

La permanencia promedio más alta se registró entre los residentes en Europa, quienes se hospedaron en su mayoría en establecimientos extra-hoteleros, con poco más de 21 días; en contraste, los chilenos y los brasileros tuvieron la más corta estadía, de 6,8 y 7,4 días promedio respectivamente, alojándose preferentemente en hoteles de alta categoría. Asimismo, fueron los turistas brasileros quienes realizaron el mayor gasto por pernoctación (USD 160).

Durante el primer trimestre de 2007, el principal origen de los turistas que recibió la Argentina es Europa, manteniéndose esta característica desde el inicio de la serie. Asimismo, es de destacar el

¹ La Encuesta de Turismo Internacional se realiza a los no residentes cuando abandonan el territorio argentino. Dado que los datos consignados aquí corresponden únicamente al Aeropuerto Internacional de Ezeiza, muestran sólo una parte del turismo receptivo internacional, y por tanto, deben tomarse como una aproximación al fenómeno.

incremento sostenido desde 2004 de los turistas de origen brasilero, lo cual se explica, entre otros factores, por la mayor competitividad que adquirió en este período el peso argentino frente al real². La importancia de Brasil dentro del total se ve redimensionada al considerar que en el principal origen, Europa, están incluidos un gran número de países.

Es importante subrayar que de acuerdo con esta encuesta, la Ciudad de Buenos Aires concentró, respecto a la totalidad del país, la mitad de las pernoctaciones de los turistas internacionales que partieron a través del Aeropuerto de Ezeiza.

² Al respecto, véase el apartado "La competitividad del destino ciudad de Buenos Aires" en la presente sección.

CUADRO A-VII-1

TURISMO RECEPTIVO. PRINCIPALES VARIABLES RELEVADAS EN LA ETI. AEROPUERTO INTERNACIONAL DE EZEIZA. TRIMESTRE I 2005-TRIMESTRE I 2007

	2005												2006
	TRIMESTRE I			TRIMESTRE II			TRIMESTRE III			TRIMESTRE IV			TRIM I
	TURISTAS INTERNAC.	PARTICIPACIÓN (%)	VARIACIÓN INTERANUAL	TURISTAS INTERNAC.	PARTICIPACIÓN (%)	VARIACIÓN INTERANUAL	TURISTAS INTERNAC.	PARTICIPACIÓN (%)	VARIACIÓN INTERANUAL	TURISTAS INTERNAC.	PARTICIPACIÓN (%)	VARIACIÓN INTERANUAL	TURISTAS INTERNAC.
Motivo de viaje													
Vacaciones/ocio	277.720	60,4	9,1	208.366	55,9	20,9	280.960	60,8	39,0	311.684	63,3	46,2	383.676
Visita a familiares o amigos	96.088	20,9	10,0	60.050	16,1	-0,2	71.872	15,6	31,6	66.751	13,6	12,3	103.656
Negocios	70.850	15,4	14,7	92.199	24,8	3,0	90.144	19,5	5,4	98.363	20,0	-13,7	57.713
Otro (1)	15.107	3,3	12,6	11.842	3,2	18,2	19.019	4,1	42,2	15.697	3,2	-9,8	15.220
Total	459.765	100,0	10,2	372.457	100,0	12,2	461.995	100,0	29,9	492.495	100,0	21,9	560.265
Tipo de alojamiento													
Casa de familiares o amigos	119.622	26,0	6,5	70.595	19,0	-1,4	91.406	19,8	19,9	87.200	17,7	12,0	127.162
Hotel 1,2 y 3 estrellas	93.099	20,2	22,9	75.664	20,3	18,2	95.457	20,7	36,6	111.213	22,6	21,5	115.859
Hotel 4 y 5 estrellas	200.234	43,6	2,3	201.128	54,0	11,5	233.563	50,6	21,6	249.518	50,7	21,4	255.913
Otro (2)	46.810	10,2	40,3	25.070	6,7	56,0	41.569	9,0	138,2	44.564	9,0	53,1	61.331
Total	459.765	100,0	10,2	372.457	100,0	12,2	461.995	100,0	29,9	492.495	100,0	21,9	560.265
Organización del viaje													
Con paquete turístico	140.812	30,6	14,7	118.960	31,9	23,6	154.779	33,5	48,6	184.766	37,5	71,5	191.815
Por cuenta propia	148.802	32,4	2,2	100.701	27,0	-9,0	112.368	24,3	0,9	114.440	23,2	-12,4	262.281
Por agencia de turismo (3)	85.664	18,6	-16,0	60.459	16,2	-24,4	88.245	19,1	-10,1	82.246	16,7	-19,8	s/d
Por cuenta de terceros	84.487	18,4	80,6	92.337	24,8	104,9	106.603	23,1	153,8	111.043	22,5	76,0	106.169
Total	459.765	100,0	10,2	372.457	100,0	12,2	461.995	100,0	29,9	492.495	100,0	21,9	560.265
ORIGEN DE LOS TURISTAS	CANTIDAD DE TURISTAS	PERMANENCIA PROMEDIO	GASTO PROMEDIO POR PERNOCTACIÓN	CANTIDAD DE TURISTAS	PERMANENCIA PROMEDIO	GASTO PROMEDIO POR PERNOCTACIÓN	CANTIDAD DE TURISTAS	PERMANENCIA PROMEDIO	GASTO PROMEDIO POR PERNOCTACIÓN	CANTIDAD DE TURISTAS	PERMANENCIA PROMEDIO	GASTO PROMEDIO POR PERNOCTACIÓN	CANTIDAD DE TURISTAS
Total (4)	459.765	13,8	s/d	372.457	11,6	86,1	461.995	12,1	76,0	492.495	12,1	95,9	560.265
Brasil	57.796	7,2	s/d	60.030	5,8	108,9	88.651	6,3	108,7	69.499	5,7	124,1	79.815
Chile	41.881	5,3	s/d	57.230	3,9	115,3	74.915	4,6	105,7	66.121	4,6	116,8	50.763
Resto de países limítrofes	17.831	8,2	s/d	15.061	6,8	95,5	16.318	6,9	90,3	17.402	9,8	61,2	17.755
EE.UU y Canadá	89.198	12,7	s/d	60.276	16,0	74,2	64.429	16,5	73,2	73.231	14,1	99,6	107.484
Resto de América	63.062	11,8	s/d	59.076	9,6	104,6	78.209	10,9	101,3	79.063	12,1	102,1	79.097
Europa	147.729	20,2	s/d	85.771	18,8	79,1	101.137	21,1	56,6	144.318	17,7	88,9	173.933
Resto del mundo	42.268	16,1	s/d	35.013	13,8	79,9	38.336	14,0	62,9	42.861	11,9	89,2	51.418

(continúa)

1) Incluye contratos de trabajo, viajes de estudios, tratamientos de salud, etc.

2) Incluye casa propia, alquiler de cabañas, departamentos, cruceros, *bed&breakfast*, entre otros.

3) A partir del relevamiento de 2006, ésta categoría se asimila a "por cuenta propia".

4) El promedio total de permanencia resulta de una ponderación por origen de los turistas. En el caso del gasto total por pernoctación, el promedio es un ponderado del origen de los turistas y de su permanencia promedio.

Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos de la Encuesta Internacional de Turismo, INDEC.

CUADRO A-VII-1 (CONTINUACIÓN)

TURISMO RECEPTIVO. PRINCIPALES VARIABLES RELEVADAS EN LA ETI. AEROPUERTO INTERNACIONAL DE EZEIZA. TRIMESTRE I 2005-TRIMESTRE I 2007

	2006											2007		
	TRIMESTRE I		TRIMESTRE II		TRIMESTRE III		TRIMESTRE IV		TRIMESTRE I					
	PARTICIPA- CIÓN (%)	VARIACIÓN INTERANUAL	TURISTAS INTERNAC.	PARTICIPA- CIÓN (%)	VARIACIÓN INTERANUAL	TURISTAS INTERNAC.	PARTICIPA- CIÓN (%)	VARIACIÓN INTERANUAL	TURISTAS INTERNAC.	PARTICIPA- CIÓN (%)	VARIACIÓN INTERANUAL	TURISTAS INTERNAC.	PARTICIPA- CIÓN (%)	VARIACIÓN INTERANUAL
Motivo de viaje														
Vacaciones/ocio	68,5	38,2	262.184	58,9	25,8	292.988	59,5	4,3	367.780	65,0	18,0	381.109	61,3	-0,7
Visita a familiares o amigos	18,5	7,9	72.903	16,4	21,4	82.726	16,8	15,1	72.866	12,9	9,2	128.494	20,7	24,0
Negocios	10,3	-18,5	88.605	19,9	-3,9	83.697	17,0	-7,2	98.379	17,4	0,0	91.159	14,7	58,0
Otro (1)	2,7	0,7	21.610	4,9	82,5	32.841	6,7	72,7	26.677	4,7	69,9	21.024	3,4	38,1
Total	100,0	21,9	445.302	100,0	19,6	492.252	100,0	6,5	565.702	100,0	14,9	621.786	100,0	11,0
Tipo de alojamiento														
Casa de familiares o amigos	22,7	6,3	84.641	19,0	19,9	96.387	19,6	5,4	90.512	16,0	3,8	160.121	25,8	25,9
Hotel 1,2 y 3 estrellas	20,7	24,4	89.081	20,0	17,7	98.299	20,0	3,0	116.644	20,6	4,9	118.398	19,0	2,2
Hotel 4 y 5 estrellas	45,7	27,8	219.517	49,3	9,1	240.203	48,8	2,8	286.631	50,7	14,9	242.933	39,1	-5,1
Otro (2)	10,9	31,0	52.063	11,7	107,7	57.363	11,7	38,0	71.915	12,7	61,4	100.334	16,1	63,6
Total	100,0	21,9	445.302	100,0	19,6	492.252	100,0	6,5	565.702	100,0	14,9	621.786	100,0	11,0
Organización del viaje														
Con paquete turístico	34,2	36,2	124.263	27,9	4,5	143.195	29,1	-7,5	161.288	28,5	-12,7	150.728	24,2	-21,4
Por cuenta propia	46,8	11,9	203.062	45,6	26,0	226.604	46,0	13,0	287.752	50,9	46,3	320.359	51,5	22,1
Por agencia de turismo (3)	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
Por cuenta de terceros	18,9	25,7	117.977	26,5	27,8	122.453	24,9	14,9	116.662	20,6	5,1	150.699	24,2	41,9
Total	100,0	21,9	445.302	100,0	19,6	492.252	100,0	6,5	565.702	100,0	14,9	621.786	100,0	11,0
	PERMANENCIA PROMEDIO	GASTO PROMEDIO POR PERNOCTACIÓN	CANTIDAD DE TURISTAS	PERMANENCIA PROMEDIO	GASTO PROMEDIO POR PERNOCTACIÓN	CANTIDAD DE TURISTAS	PERMANENCIA PROMEDIO	GASTO PROMEDIO POR PERNOCTACIÓN	CANTIDAD DE TURISTAS	PERMANENCIA PROMEDIO	GASTO PROMEDIO POR PERNOCTACIÓN	CANTIDAD DE TURISTAS	PERMANENCIA PROMEDIO	GASTO PROMEDIO POR PERNOCTACIÓN
Total (4)	14,1	75,3	445.302	13,2	79,7	492.252	12,9	84,9	565.702	12,5	104,8	621.786	14,5	102,1
Brasil	6,9	100,7	82.404	5,5	129,8	109.053	6,2	140,7	98.229	6,5	127,5	102.125	7,4	159,8
Chile	5,7	104,2	68.649	4,8	117,2	72.582	5,1	118,5	75.696	5,1	118,3	74.000	6,8	118,8
Resto de países limítrofes	9,1	72,3	17.894	7,7	80,3	19.717	7,0	87,0	19.621	9,5	73,9	25.787	8,0	110,0
EE.UU y Canadá	12,5	102,6	68.242	14,2	98,7	66.957	16,8	82,4	83.800	12,0	117,7	107.413	15,1	105,4
Resto de América	11,2	93,6	69.268	12,0	98,0	81.290	13,8	98,9	94.537	14,9	97,1	90.888	14,8	119,5
Europa	22,9	56,7	99.432	25,4	55,5	103.340	23,2	54,8	145.297	17,9	102,4	175.584	21,3	82,0
Resto del mundo	13,2	74,3	39.413	16,1	67,9	39.313	13,2	101,9	48.522	17,7	93,6	45.989	18,4	93,4

1) Incluye contratos de trabajo, viajes de estudios, tratamientos de salud, etc.

2) Incluye casa propia, alquiler de cabañas, departamentos, cruceros, *bed&breakfast*, entre otros.

3) A partir del relevamiento de 2006, ésta categoría se asimila a "por cuenta propia".

4) El promedio total de permanencia resulta de una ponderación por origen de los turistas. En el caso del gasto total por pernoctación, el promedio es un ponderado del origen de los turistas y de su permanencia promedio.

Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos de la Encuesta Internacional de Turismo, INDEC.

La evolución del turismo internacional en el primer trimestre de 2007 muestra que, con relación al mismo período del año 2001 (fin del período de Convertibilidad) hubo importantes cambios en la composición del movimiento turístico (turistas recibidos+turistas emitidos). Se destaca especialmente que durante el primer trimestre del año 2001, el 66,8% correspondía a turismo emisor, en tanto que durante el primer trimestre de 2007, fue el turismo receptor el que

tuvo una proporción de 63% (Cuadro A-VII-2).

El *boom* del turismo receptor internacional en la Argentina se explica por un tipo de cambio favorable y un crecimiento en la cantidad y la variedad de la oferta turística, que son acompañados por políticas de estímulo al turismo a nivel nacional y provincial y una dinámica favorable del transporte de conexión internacional.

CUADRO A-VII-2

TURISTAS INTERNACIONALES POR CONDICIÓN DE RECEPTIVO O EMISIVO. AEROPUERTO INTERNACIONAL DE EZEIZA. AÑOS 2001, 2004, 2005, 2006 Y TRIMESTRE I 2007

PERÍODO	TURISMO RECEPTIVO	TURISMO EMISIVO	SALDO	% TURISMO RECEPTIVO
2001	931.026	1.493.911	-562.885	38,4%
Trimestre I	265.031	532.910	-267.879	33,2%
Trimestre II	234.028	344.923	-110.895	40,4%
Trimestre III	208.204	350.218	-142.014	37,3%
Trimestre IV	223.763	265.860	-42.097	45,7%
2004	1.508.868	1.005.232	503.636	60,0%
Trimestre I	417.152	241.180	175.975	63,4%
Trimestre II	331.982	230.153	101.829	59,1%
Trimestre III	355.660	272.697	82.963	56,6%
Trimestre IV	404.074	261.202	142.872	60,7%
2005	1.786.712	1.124.360	662.352	61,4%
Trimestre I	459.765	296.619	163.146	60,8%
Trimestre II	372.457	241.347	131.110	60,7%
Trimestre III	461.995	295.577	166.418	61,0%
Trimestre IV	492.495	290.817	201.678	62,9%
2006	2.060.127	1.151.547	908.580	64,1%
Trimestre I	560.265	295.115	265.150	65,5%
Trimestre II	445.302	270.821	174.481	62,2%
Trimestre III	492.252	292.492	199.760	62,7%
Trimestre IV	562.308	293.119	269.189	65,7%
2007				
Trimestre I	621.786	365.877	255.909	63,0%

Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos del INDEC.

EVOLUCIÓN DEL TURISMO RECEPTIVO EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

En el segundo trimestre de 2007, con el ingreso de más de 1.865.000 turistas³, se produjo un

crecimiento interanual del orden de 4,3%, traccionado por el aumento del turismo internacional (8,2%), que fue acompañado por el nacional (1,3%). Para el segmento de turistas nacionales, se observa una desaceleración en el

³ En estas estimaciones no se incluyen los turistas arribados en cruceros.

⁴ Se advierte que los valores para la Ciudad de Buenos Aires son mayores que para la Argentina porque incluyen tres bocas de entrada-salida más: Terminal de Ómnibus de Retiro, Terminal Fluvial de pasajeros y Aeroparque Metropolitano de la Ciudad de Buenos Aires.

crecimiento, el cual ya se había evidenciado para el primer trimestre del año.

En el acumulado al primer semestre de 2007, arribaron a la Ciudad de Buenos Aires más de 4.000.000 de turistas, de los cuales casi el 45% son residentes en el extranjero. De esta manera, la Ciudad de Buenos Aires acusó un nuevo récord de turistas arribados para este período del año, toda

vez que a lo largo del primer semestre de 2007 se recibieron casi el doble de los turistas que se habían recibido para el mismo período del año 2002, y casi el 5% más de los llegados durante el primer semestre de 2006. En este caso, la suba estuvo motorizada por el turismo extranjero, que aumentó 8,6%, en tanto que el nacional creció sólo 1,8% (Cuadro A-VII-3 y Gráfico A-VII-1).

CUADRO A-VII-3

TURISTAS. CANTIDAD Y VARIACIÓN INTERANUAL POR TRIMESTRE. CIUDAD DE BUENOS AIRES. AÑOS 2002-2007

PERÍODO	TURISTAS		
	LUGAR DE RESIDENCIA		TOTAL
	EXTRANJERO	ARGENTINA	
2002	1.374.789	2.013.955	3.388.744
2003	2.315.826	2.632.068	4.947.892
2004	2.798.089	3.941.470	6.739.559
2005	3.135.254	4.118.655	7.253.909
Trimestre I	839.251	1.096.272	1.935.523
Trimestre II	681.330	950.318	1.631.648
Trimestre III	787.406	1.028.211	1.815.617
Trimestre IV	827.267	1.043.853	1.871.120
2006	3.429.775	4.359.380	7.789.155
Trimestre I	921.937	1.171.756	2.093.693
Trimestre II	757.628	1.031.321	1.788.949
Trimestre III	840.199	1.071.170	1.911.369
Trimestre IV	910.011	1.085.133	1.995.144
2007			
Trimestre I	1.003.475	1.197.853	2.201.328
Trimestre II	820.097	1.044.994	1.865.091
Acumulado	1.823.572	2.242.847	4.066.419
	VARIACIÓN INTERANUAL (%)		
2003	68,4	30,7	46,0
2004	20,8	49,7	36,2
2005	12,0	4,5	7,6
Trimestre I	11,1	4,7	7,4
Trimestre II	7,9	4,1	5,6
Trimestre III	16,6	8,2	11,7
Trimestre IV	12,4	1,3	5,9
2006	9,0	5,8	7,4
Trimestre I	9,9	6,9	8,2
Trimestre II	11,2	8,5	9,6
Trimestre III	6,7	4,2	5,3
Trimestre IV	10,0	4,0	6,6

(continúa)

CUADRO A-VII-3 (CONTINUACIÓN)

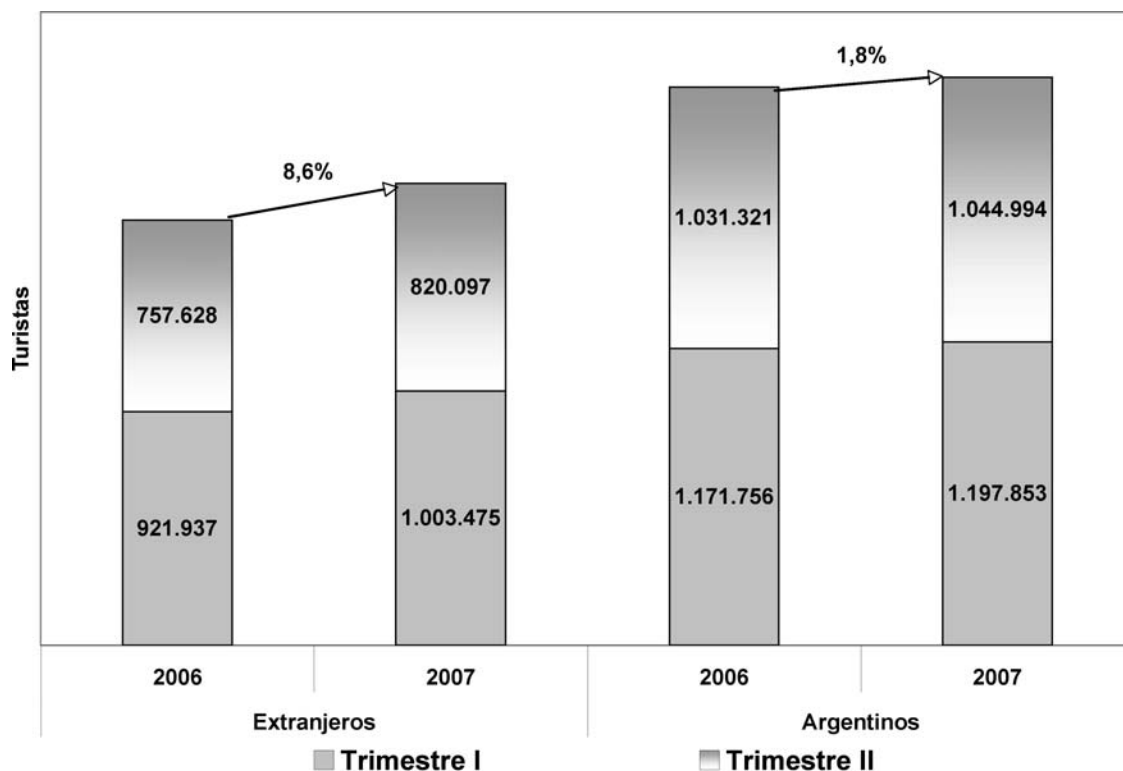
TURISTAS. CANTIDAD Y VARIACIÓN INTERANUAL POR TRIMESTRE. CIUDAD DE BUENOS AIRES. AÑOS 2002-2007

PERÍODO	TURISTAS		
	LUGAR DE RESIDENCIA		TOTAL
	EXTRANJERO	ARGENTINA	
2007			
Trimestre I	8,8	2,2	5,1
Trimestre II	8,2	1,3	4,3
Acumulado	8,6	1,8	4,7
	PARTICIPACIÓN POR LUGAR DE RESIDENCIA (%)		
Acumulado	44,8	55,2	100,0

Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos de *Aeropuertos Argentina 2000*, *Terminal de Puerto de Buenos Aires* y *TEBA*.

GRÁFICO A-VII-1

TURISMO. CANTIDAD DE TURISTAS RESIDENTES EN EL EXTRANJERO Y EN ARGENTINA POR TRIMESTRE Y VARIACIÓN INTERANUAL. CIUDAD DE BUENOS AIRES. TRIMESTRES I Y II 2006 Y 2007



Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, GCBA, en base a datos de *Aeropuertos Argentina 2000*, *Terminal de Puerto de Buenos Aires* y *TEBA*.

TEMPORADA DE CRUCEROS 2006-2007 EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Desde hace casi una decena de años, la Ciudad de Buenos Aires recibe cada verano cruceros de distinto origen. El número creciente de naves amarradas y de visitantes que llegan a bordo, pone de relieve la consolidación de la Ciudad como parte integrante de los itinerarios sudamericanos (Gráfico A-VII-2).

La buena *performance* del turismo de cruceros en la Ciudad está en concordancia con el desarrollo a nivel mundial del turismo en general, y del segmento de cruceros en particular. Se trata de un fenómeno relativamente nuevo en el mundo: apareció por primera vez en el Caribe durante los años setenta y desde entonces fue extendiéndose por el mundo. De acuerdo con datos de la OMT, en Iberoamérica, los cruceros son uno de los sectores más dinámicos, con un crecimiento anual aproximado del 10%.

El crucero turístico es elegido por quienes gustan de conocer varias ciudades en un mismo viaje y a través del mismo medio de transporte, disfrutando del tiempo de traslado en sí mismo. Sus pasajeros, son generalmente personas que realizaron muchos viajes antes y valoran el *comfort* de sus instalaciones.

Los cruceristas son de gran importancia para la Ciudad de Buenos Aires, fundamentalmente porque se trata de turistas con alto poder adquisitivo, que en estadías cortas realizan considerables gastos. El desafío para la Ciudad de Buenos Aires, es lograr que los operadores prolonguen la duración de la estancia de los buques y sus pasajeros; para ello, se debe promover actividades y compras que atraigan a este segmento.

Como parte del desarrollo de esta actividad, cada vez son más los cruceros temáticos, que se ocupan de públicos específicos. En este sentido, en la última temporada partió de la Ciudad de Buenos Aires un crucero *gay* que recorre Sudamérica, el *Oceanía Insignia*, así como el *Saga Rose*, destinado únicamente a turistas mayores de 50 años.

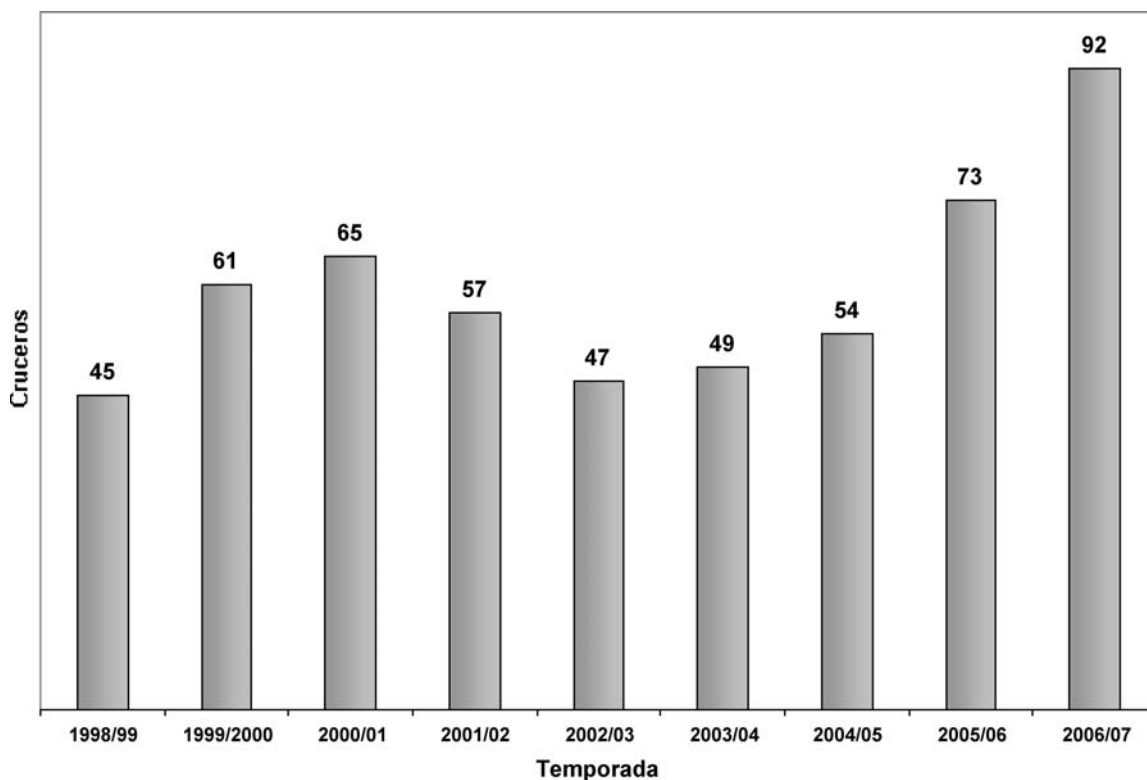
La temporada de cruceros 2006-2007 que se había iniciado en la Ciudad de Buenos Aires el 15 de octubre de 2006 con la llegada del buque español *Nordnorge* a la terminal Quinquela Martín del puerto porteño, culminó en el mes de mayo con récord de embarcaciones recaladas y pasajeros transportados. En efecto, durante la temporada tocaron puerto un total de 92 buques, implicando un movimiento de aproximadamente 120.000 pasajeros, de los cuales más de 34.000 corresponden a personal de tripulación (28,8%). Considerar a la tripulación del buque en las estadísticas de personas transportadas es relevante, debido a que se constituyen en potenciales excursionistas en las ciudades en las que tocan puerto.

En la temporada 2006-2007, la cantidad de pasajeros más que duplicó al total de la temporada 1998-1999, cuando se inició este segmento turístico en la Ciudad de Buenos Aires. Respecto a la temporada 2005-2006, se observa un incremento interanual del número de pasajeros del orden de 10,3% (Gráfico A-VII-3).

El crecimiento sostenido que esta actividad está evidenciando año tras año ha impulsado el desarrollo de proyectos por parte de la Administración General de Puertos, tendientes a reformular las programaciones de los arribos y los diagramas de recalado de buques.

GRÁFICO A-VII-2

TURISMO. CRUCEROS. CANTIDAD DE BUQUES ARRIBADOS EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. TEMPORADAS AÑOS 1998-2007



Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos de Puerto de Buenos Aires.

De los buques que arribaron en la última temporada, 39,1% son provenientes de ciudades de Brasil, principalmente Río de Janeiro y Santos; 31% de Uruguay desde Punta del Este y Montevideo y 18,4% de las ciudades chilenas de Valparaíso y Punta Arenas. Otro 9,2% arribó desde ciudades de Argentina: Ushuaia, Puerto Madryn y Mar del Plata. Finalmente, provinieron un buque desde las Islas Malvinas y otro desde Las Palmas, Gran Canaria, constituyendo ambos una participación del 2,3% del total de arribos.

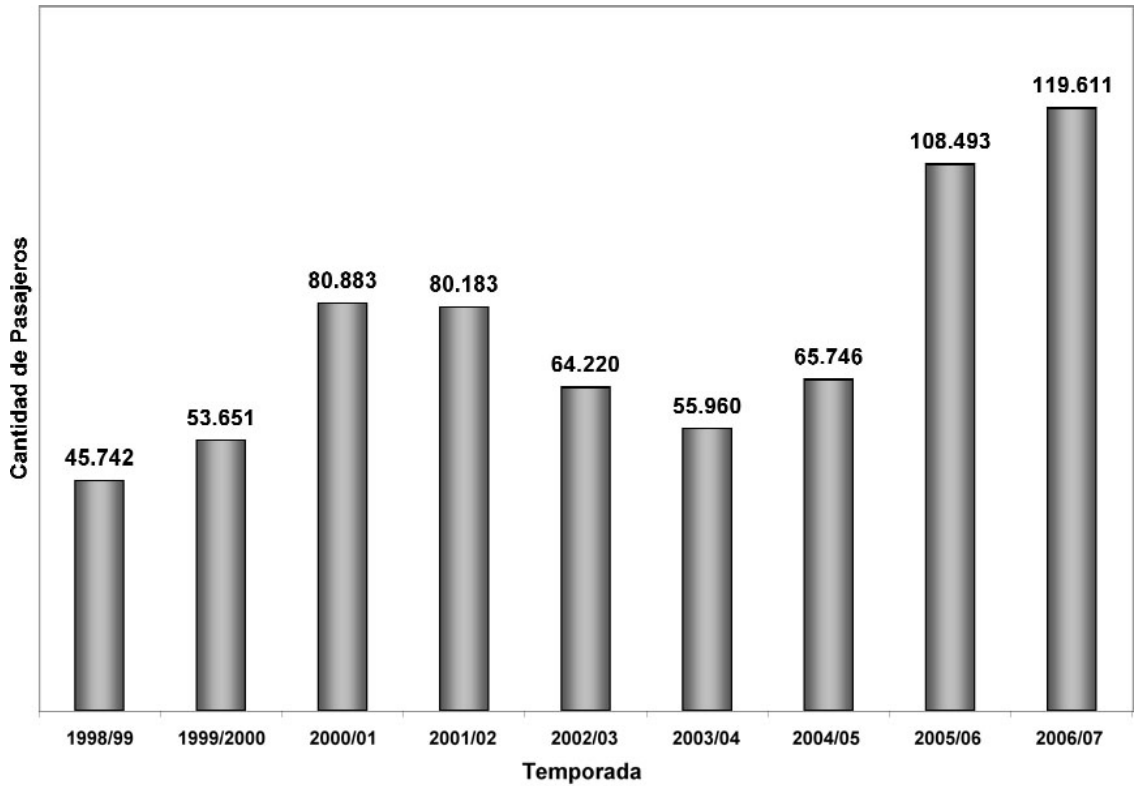
Por otra parte, las ciudades brasileras de Santos, Ilhabela y Río de Janeiro fueron los destinos posteriores predominantes de los cruceros que tocaron el Puerto de Buenos Aires durante la

temporada 2006-2007, junto a Montevideo y Punta del Este (Uruguay), así como Valparaíso (Chile).

Las agencias marítimas que operaron los distintos buques recalados en la Ciudad son 12, siendo las más significativas *Shipping Ser.*, *A.M. Delfino* y *Mediterranean*. Asimismo, los 92 buques variaron en cuanto a su capacidad de transporte de pasajeros, desde aquellos que albergan a un total de 100 personas (excluyendo tripulación) como el *Seadream I* y el *Silver Wind*, a aquellos cuya capacidad es de 2.400 pasajeros (y más de 900 tripulantes) tales como el *Golden Princess*, el *Infinity* y el *MSC Sinfonía*.

GRÁFICO A-VII-3

TURISMO. CRUCEROS. MOVIMIENTO DE PASAJEROS EN BUQUES ARRIBADOS A LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. TEMPORADAS AÑOS 1998-2007



Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos de Puerto de Buenos Aires.

TRANSPORTE AÉREO PARA EL TURISMO

El avance del turismo en la Ciudad de Buenos Aires se vincula, entre otros factores, al desarrollo de los medios de transporte, que son servicios esenciales para el crecimiento de esta actividad. Este apartado se propone caracterizar la red aérea que vincula a la Ciudad con importantes localidades nacionales y del resto del mundo.

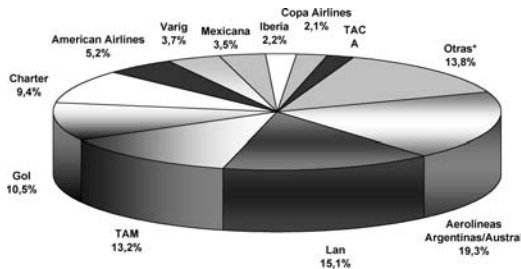
Los datos presentados corresponden a un relevamiento muestral realizado por el CEDEM en el segundo trimestre de 2007, que permite identificar los vuelos partidos del Aeropuerto Internacional de Ezeiza y del Aeroparque Metropolitano Jorge Newbery. Es relevante la

consideración trimestral de esta información, dado que permite conocer las características de la conectividad aérea en vinculación con variables vinculadas a la estacionalidad que son explicativas de modificaciones en las frecuencias de vuelo, habilitación y/o cierre de determinadas rutas, entre otras.

En el segundo trimestre del año 2007, la compañía con más vuelos operados en el Aeropuerto Internacional de Ezeiza fue *Aerolíneas Argentinas/Austral* (19,3%). Por su parte, *Lan*⁵ llevó a cabo el 15,1% de los vuelos partidos, *TAM* el 13,2%, *Gol* el 10,5% y *American Airlines* el 5,2%. Asimismo, las empresas que operan servicios de tipo *charter* constituyeron el 9,4% del total de vuelos (Gráfico A-VII-4).

⁵ En el total de vuelos realizados por *Lan*, participan las divisiones *Lan Argentina* (12,2% del total de vuelos), *Lan Perú* (2,1%) y *Lan Ecuador* (0,9%).

GRÁFICO A-VII-4
TRÁFICO AÉREO. PARTICIPACIÓN DE LÍNEAS AÉREAS EN EL TOTAL DE VUELOS PARTIDOS DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE EZEIZA. TRIMESTRE II 2007



Otras refiere a Air France, Lufthansa, Air Canada, Continental Airlines, Delta Airlines, Aerosur de Bolivia, Alitalia, British Airways, Avianca, Martinair, Malaysia, Cubana, LADE, Air Comet, United Airlines, Aero México y Air Europa.

Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos de *Aeropuertos Argentina 2000*.

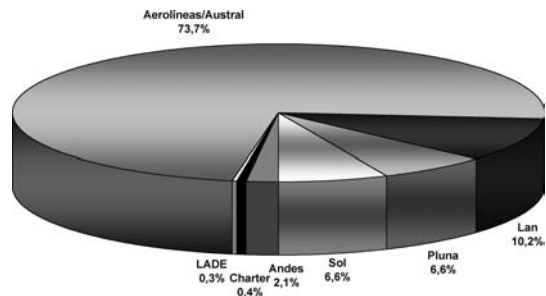
En el caso del Aeroparque Metropolitano Jorge Newbery, la concentración de vuelos en pocas compañías es notablemente superior que en el Aeropuerto de Ezeiza.

En efecto, *Aerolíneas Argentinas/Austral* concentra el 73,7% de los vuelos partidos. El resto de los vuelos fueron realizados por *Lan* (10,2%), *Pluna* (6,6%), *Sol* (6,6%), *Andes* (2,1%), *charters* (0,4%) y *LADE* (0,3%). *Aerolíneas Argentinas/Austral* es la única compañía que opera la mayoría de las rutas por tratarse de la aerolínea de bandera. Las restantes compañías operan sólo algunas rutas especificadas, como *Andes* que vuela a Puerto Madryn y Salta, *Pluna* que lo hace hacia Montevideo y Punta del Este y *Sol*, que vuela hacia Rosario, Rafaela, Santa Fe y Montevideo (Gráfico A-VII-5).

El análisis de la distribución de vuelos salidos del Aeropuerto Internacional de Ezeiza y del Aeroparque Metropolitano Jorge Newbery por destino, proporciona una aproximación a los principales mercados turísticos actuales y potenciales para la Ciudad, a través del dato sobre el destino final de los vuelos. No obstante,

cabe advertir que se pueden subestimar o directamente no registrar orígenes turísticos cuando se trata de conexiones.

GRÁFICO A-VII-5
TRÁFICO AÉREO. PARTICIPACIÓN DE LÍNEAS AÉREAS EN EL TOTAL DE VUELOS PARTIDOS DEL AEROPARQUE METROPOLITANO JORGE NEWBERY. TRIMESTRE II 2007



Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos de *Aeropuertos Argentina 2000*.

El 58,8% de los vuelos partidos en el segundo trimestre de 2007 del Aeropuerto Internacional de Ezeiza y del Aeroparque Jorge Newbery fueron internacionales. Brasil fue el principal país de destino (27,9%) a través de vuelos con terminación en Río de Janeiro, San Pablo, Porto Alegre, Brasilia, Florianópolis, Curitiba, Recife, Fortaleza y Belho Horizonte. Las cinco compañías que operaron estos destinos fueron *Aerolíneas Argentinas*, *TAM*, *Gol*, *Varig* y *Lan* (Gráfico A-VII-6).

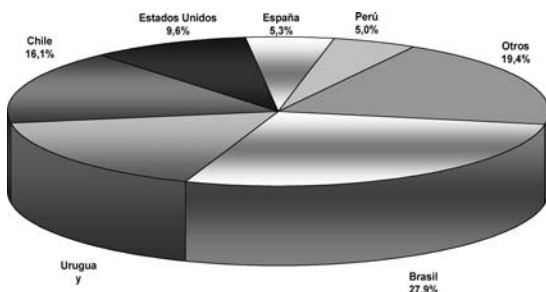
En el segundo trimestre de 2007, después de Brasil, fueron Uruguay y Chile los países destino más importantes, con una porción de 16,7% y 16,1% de los vuelos internacionales, respectivamente. La participación de Uruguay en el total de vuelos partidos se redimensiona al considerar que la mayoría de los visitantes de ese país utiliza el transporte fluvial, y no el aéreo. Asimismo, cabe aclarar que alrededor de 64% de los vuelos hacia Uruguay se realizaron desde el Aeroparque Jorge Newbery, siendo las ciudades conectadas Punta del Este y

Montevideo. Por otra parte, en el caso de Chile, todos los vuelos partidos registrados tuvieron como destino a la ciudad de Santiago.

En cuarto lugar, se posiciona Estados Unidos como país destino de los vuelos, con 9,6% de las partidas desde Ezeiza. Las ciudades conectadas son Miami, Nueva York, Los Angeles, Dallas, Newark y Atlanta, en tanto que las empresas que operan hacia el país del norte son *American Airlines*, *Aerolíneas Argentinas*, *Lan*, *United Airlines*, *Delta Airlines* y *Continental Airlines*.

El quinto lugar se encuentra ocupado por los vuelos operados por parte de *Aerolíneas Argentinas*, *Air Comet*, *Air Europa* e *Iberia*, a las ciudades de Madrid, Barcelona y Santiago de Compostela, en España (5,3%); por su parte, Perú ocupa el sexto lugar con el 5% de los vuelos internacionales partidos hacia su capital, Lima (las empresas operadoras de este destino son *Aerolíneas Argentinas/Austral*, *TACA* y *Lan Perú*).

GRÁFICO A-VII-6
VUELOS INTERNACIONALES POR PAÍS DE DESTINO (%).
AEROPUERTO INTERNACIONAL DE EZEIZA Y
AEROPARQUE JORGE NEWBERY. TRIMESTRE II 2007



Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos de *Aeropuertos Argentina 2000*

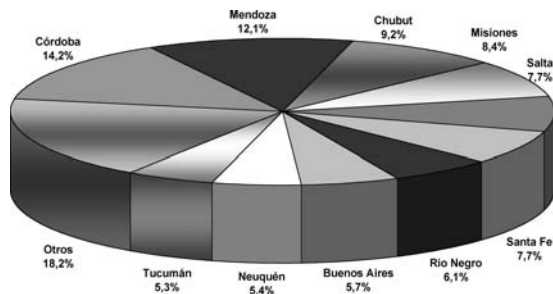
En el segundo trimestre de 2007 las provincias argentinas con mayor conexión aérea con la Ciudad de Buenos Aires fueron Córdoba (14,2%), Mendoza (12,1%) y Chubut (9,2%). El análisis del destino final de los vuelos hacia el interior del país, no sólo es indicador de los principales mercados nacionales para la Ciudad, sino

también una aproximación a los lugares hacia los que se dirigen los extranjeros antes o después de su estadía en la Ciudad (la mayoría de los turistas provenientes del interior ingresa a la Ciudad por la Terminal de Ómnibus de Retiro).

En este sentido, se observa que un alto porcentaje de vuelos se realiza hacia provincias que son reconocidas en el exterior por sus atractivos turísticos, como es el caso de Mendoza, Chubut, Río Negro, Misiones, entre otras. Salta merece una mención especial, porque está teniendo un crecimiento muy importante como destino turístico y en los vuelos, impulsados por la nueva aerolínea *Andes* (Gráfico A-VII-7).

Por otro lado es de destacar que aproximadamente 31% de los vuelos de cabotaje que se realizan corresponden a destinos ubicados en la región patagónica, no sólo por los atractivos turísticos mencionados, sino también por ser destinos para los que se dificulta la conexión vía terrestre desde otros nodos del país. Esta situación explica la permanencia de ciertas rutas y frecuencias poco rentables, operadas por *Aerolíneas Argentinas/Austral* en su carácter de aerolínea de bandera, y por *LADE*, en su carácter de línea aérea de fomento.

GRÁFICO A-VII-7
VUELOS DE CABOTAJE POR PROVINCIA DE DESTINO (%).
AEROPARQUE JORGE NEWBERY Y AEROPUERTO
INTERNACIONAL DE EZEIZA. TRIMESTRE II 2007



Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, en base a datos de *Aeropuertos Argentina 2000*.

LA COMPETITIVIDAD DEL DESTINO CIUDAD DE BUENOS AIRES

En este apartado se presenta información sobre la competitividad del turismo receptivo en la Ciudad de Buenos Aires en términos de precios, debido a que este es uno de los elementos que influye en la afluencia turística desde el exterior y en el gasto que realizan los visitantes. De todas maneras es importante destacar que si bien la competitividad vía precio es un aspecto relevante, es sólo uno entre varios otros que determinan la competitividad global de una Ciudad, y se suma a su infraestructura, oferta de alojamiento, atractivos culturales, artísticos, históricos, tradicionales, paseos de compras, etc.

En el segundo trimestre de 2007, respecto al mismo período del año anterior, el índice del tipo de cambio real multilateral turístico, que permite seguir la evolución global del poder adquisitivo de las divisas de los principales orígenes del turismo extranjero en la Ciudad de Buenos Aires⁶, registró una suba promedio de 1,8%, lo que implica un aumento en la capacidad de compra de las monedas extranjeras en la Ciudad en el último año.

La apreciación del peso argentino se verificó contra todas las monedas de los principales orígenes del turismo receptivo en la Ciudad, con excepción del real y del euro. En efecto, la moneda de Brasil tuvo la mayor ganancia de ventaja para las compras en Argentina (el índice aumentó 11,7%), seguido por la moneda de los países de la eurozona (3,1%). Estados Unidos, Chile y Uruguay fueron, a su vez, los países de origen de las monedas que mayor poder de compra perdieron, con índices negativos del orden de 5,3%, 3,5% y 2,3%, respectivamente.

En la comparación intertrimestral, el índice del tipo de cambio real multilateral turístico correspondiente al segundo trimestre de 2007, mostró un incremento de 2,1% respecto del trimestre anterior. De esta manera, se mantuvo la ganancia de poder adquisitivo de las diferentes monedas observada en la comparación interanual.

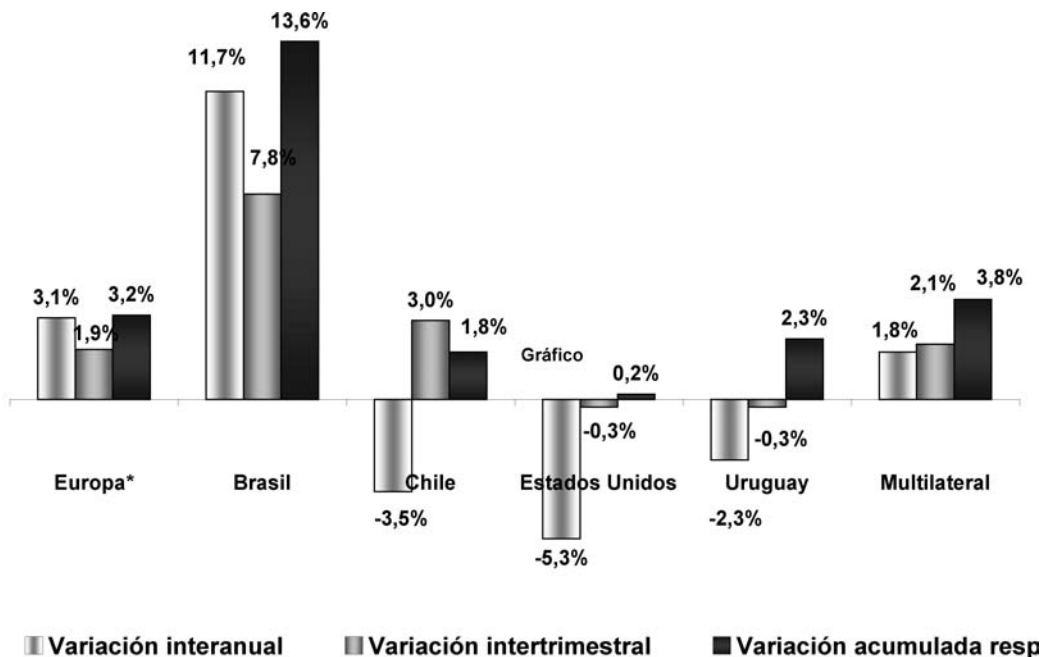
Al analizar la evolución por moneda, resulta ser la brasilera la que mayor poder de compra ganó en el segundo trimestre de 2007 respecto al trimestre anterior, toda vez que el índice mostró una suba de 7,8%. Asimismo, el peso chileno también se apreció frente al peso argentino (el índice creció 3%), al igual que el euro (1,9%). Por otra parte, se observa una pérdida de competitividad intertrimestral del peso argentino frente al peso uruguayo y al dólar norteamericano: los índices de ambos países cayeron 0,3%⁷ (Gráfico A-VII-8).

⁶ Los orígenes considerados son Brasil, Estados Unidos, Chile, países de la Unión Europea, Reino Unido, Uruguay, México, Paraguay e Israel. El tipo de cambio multilateral se calcula ponderando el tipo de cambio real de los países por su participación en el gasto total desembolsado por los turistas en la Ciudad de Buenos Aires. Debe destacarse el valor de incluir otras divisas para el análisis de la competitividad turística, además del tipo de cambio peso-dólar, porque la evolución de la moneda estadounidense no se ajusta al comportamiento del resto.

⁷ Cabe destacar que el índice de competitividad está construido tomando en consideración el nivel general del IPC, que a junio de 2007 había crecido 8,8% en términos interanuales.

GRÁFICO A-VII-8

TURISMO. VARIACIÓN DEL ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD REAL TURÍSTICA ARGENTINA FRENTE A LOS PRINCIPALES PAÍSES ORÍGENES DEL TURISMO RECEPTIVO A LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. TRIMESTRE II 2007



* Eurozona

El tipo de cambio multilateral sintetiza los tipos de cambio bilaterales reales de los principales países de origen turístico, ponderados por la participación que cada origen tiene en el gasto total de los turistas en la Ciudad de Buenos Aires. La variación positiva indica ganancia de competitividad real argentina, en tanto que el cambio negativo, pérdida.

El ordenamiento de los orígenes sigue el criterio, decreciente hacia la derecha, de mayor ganancia de poder adquisitivo de las monedas respecto a diciembre de 2001.

Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, GCBA.

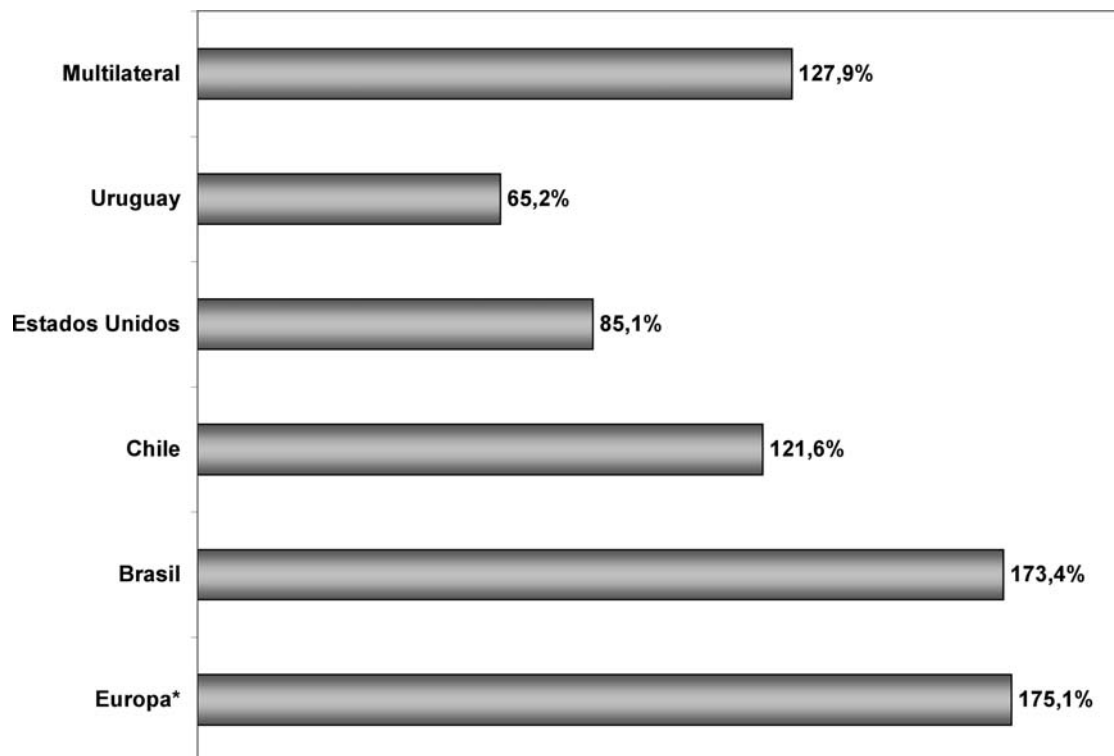
También en el acumulado del primer semestre de 2007 el peso argentino ganó competitividad por una suba en el índice general de 3,8%, habiéndose depreciado contra todas las monedas analizadas. En este sentido, fue el real la moneda que mayor poder adquisitivo ganó, atento una suba del índice de 13,6%. Por su parte, el euro mostró una suba de 3,2%, el peso uruguayo de 2,3% y el peso chileno de 1,8%. La moneda que menor capacidad de compra ganó en este período fue el dólar estadounidense, con un leve incremento del orden de 0,2%.

que mayor apreciación real tuvieron frente al peso –es decir, que mayor poder de compra ganaron– fueron el euro y el real: en junio de 2007 adquirieron casi 2,8 veces lo que entonces. Sigue en magnitud de apreciación el peso chileno, que adquiere 2,2 veces más que en diciembre de 2001 y el dólar estadounidense cuyo poder de compra aumentó a casi el doble que en ese entonces. En cambio, la moneda uruguayana es la que menor diferencia mostró en junio respecto a su poder de compra previo a la devaluación (adquiere el 65,2% más) (Gráfico A-VII-9).

En relación con la situación inmediatamente anterior a la devaluación doméstica, las monedas

GRÁFICO A-VII-9

TURISMO. VARIACIÓN DEL ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD REAL TURÍSTICA ARGENTINA FRENTE A LOS PRINCIPALES PAÍSES ORÍGENES DEL TURISMO RECEPTIVO A LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, RESPECTO A DICIEMBRE DE 2001. TRIMESTRE II 2007



*Eurozona

Fuente: CEDEM, Ministerio de Producción, GCBA.

El seguimiento del IPC-GBA elaborado por el INDEC, en su apertura por capítulos, permite ver la evolución diferenciada de los precios de bienes y servicios de consumo turístico, agregando información a la dinámica anteriormente presentada de los tipos de cambio reales. En el segundo trimestre de 2007 se verificó una caída interanual de 3,3% en los precios del rubro Turismo⁸, muy por debajo del aumento del nivel general, que fue de 8,8%.

OFERTA HOTELERA

En los últimos años, la oferta de alojamiento de la Ciudad de Buenos Aires se fue incrementando al compás del *boom* del turismo. Acompañando el crecimiento de la demanda, la industria hotelera diferentes tipos de comodidades de acuerdo con el objetivo del viaje, el gusto y las posibilidades económicas de los visitantes.

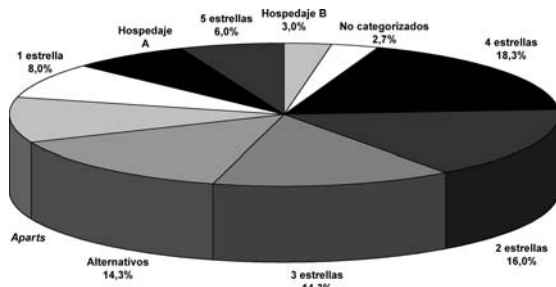
⁸ Incluye los productos más frecuentemente consumidos por los no-residentes: *Transporte por turismo, Combustible y Peaje por turismo, Transporte Público por turismo, Alojamiento y Excursiones y Paquetes turísticos.*

La expansión de hoteles pertenecientes a las grandes cadenas internacionales en los últimos años es un aspecto a destacar del crecimiento de la oferta de alojamiento en la Ciudad, así como el incremento sostenido que en la última década han tenido los hospedajes alternativos tales como *hostels*, *bed&breakfast*, hoteles *boutique*, entre otros.

De acuerdo con el registro de prestadores hoteleros de la Subsecretaría de Turismo del GCBA, actualmente la Ciudad de Buenos Aires cuenta con 18 hoteles de 5 estrellas, 55 hoteles de 4 estrellas, 43 hoteles de 3 estrellas, 48 hoteles de 2 estrellas, 24 hoteles de 1 estrella, 21 hospedajes categoría A, 9 hospedajes categoría B, 31 *aparts*, 43 alojamientos alternativos y 8 hospedajes no categorizados. Cabe advertir que esta información presenta un subregistro, sobre todo de aquellos establecimientos de tipo alternativos que podrían tener habilitación para otra actividad. Por otro lado, debe considerarse que muchos de los alojamientos de menor categoría no funcionan solamente como hospedajes turísticos sino también como lugares ocupados por residentes. (Gráfico A-VII-10)

GRÁFICO A-VII-10

OFERTA HOTELERA. PARTICIPACIÓN POR CATEGORÍA DE 1 A 5 ESTRELLAS, APARTS, HOSPEDAJES A, HOSPEDAJES B, ALOJAMIENTOS ALTERNATIVOS Y SIN CATEGORIZAR. CIUDAD DE BUENOS AIRES. JULIO 2007



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Turismo, Ministerio de Producción, GCBA.

Al analizar la distribución de los diferentes establecimientos, se observa que el 90% de los mismos se encuentran en sólo 8 barrios de la Ciudad: Balvanera, Constitución, Monserrat, Palermo, Recoleta, Retiro, San Nicolás y San Telmo. Dada esta alta concentración, el análisis por barrio que se realiza más adelante considerará las participaciones para este conjunto.

El tipo de alojamiento predominante en cada uno de los barrios mencionados pone en evidencia la producción del espacio turístico, que consiste en la valorización diferencial de los lugares y su construcción como ámbitos turísticos, tanto por parte de las áreas receptoras como de las áreas emisoras de visitantes. En efecto, los turistas participan en la construcción de los ámbitos turísticos ya desde su lugar de origen: la elección de un destino se vincula con motivaciones y expectativas específicas, de modo que el turista tiende a decidir primero el barrio en que va a alojarse y, en función de esto, realiza la elección del alojamiento.

El 75% de los establecimientos de alta categoría⁹ presentes en los 8 barrios mencionados, se encuentran en Retiro y San Nicolás. En ambos barrios, dicha categoría representa el grupo mayoritario dentro del total de la oferta hotelera; en efecto, en Retiro los hoteles de alta categoría tienen una participación relativa de 70% y en San Nicolás, poco menos de 40%.

Los hoteles de media categoría se encuentran principalmente en el barrio de San Nicolás (donde se concentra el 29% del total ofertado en los barrios seleccionados), seguido por Balvanera (26%) y Monserrat (18%). En el caso de San Nicolás, la presencia de hoteles de mediana categoría está signada por una fuerte componente de establecimientos de 3 estrellas, sucediendo a la inversa para Monserrat (con predominio de alojamientos de 2 estrellas). En Balvanera, el total de hoteles de media categoría

⁹ A efectos de facilitar el análisis se han reunido las diversas categorías hoteleras en 5 grupos, teniendo en cuenta comportamientos similares de la oferta de servicios, el tipo de demanda y las tarifas cobradas. De esta forma, los hoteles de Alta Categoría incluyen a aquellos 4 estrellas, 5 estrellas, y Sin Categorizar; en Media Categoría se incluyeron los hoteles de 2 y 3 estrellas; como Baja Categoría se consideran hoteles 1 estrella y Hospedajes A y B. Aparts y Alojamientos Alternativos se mantuvieron como categorías separadas.

se reparte prácticamente en partes iguales entre establecimientos de 2 y 3 estrellas. Cabe mencionar que en Balvanera, los hoteles de media categoría representan más de la mitad de la oferta hotelera del barrio y en Monserrat poco más del 40%, siendo en ambos casos el grupo mayoritario.

Por otra parte, poco menos del 30% de los hoteles de baja categoría se concentra en Balvanera, donde representan el 32,6% de la oferta hotelera del barrio. Asimismo, este segmento también tiene fuerte presencia en Recoleta y San Nicolás (en cada uno se encuentra el 19,1% del total de hoteles de baja categoría ofertados en los barrios seleccionados), en Monserrat (17%) y en Constitución (12,8%). En este último barrio, dicho segmento hotelero representa el grupo mayoritario, con una participación de 54,5% en el total de los alojamientos.

Los *aparts* se concentran principalmente en San Nicolás (41,4%), Recoleta (24,1%) y Palermo (10,3%). A su vez, en los tres barrios mencionados, los *aparts* representan entre el 15% y el 20% de la oferta hotelera de los mismos.

En San Telmo se concentra poco más de 35% de los alojamientos alternativos presentes en los 8 barrios seleccionados, en Palermo el 20,6% y en San Nicolás y Monserrat, el 11,8% en cada caso. Al analizar la participación que dentro del total de la oferta hotelera de cada barrio tienen los alojamientos alternativos, es destacable que en San Telmo este segmento representa casi el 86% de la oferta y en Palermo, poco menos del 47%.

CUADRO A-VII-4

OFERTA HOTELERA. CANTIDAD DE HOTELES DE BAJA, MEDIA Y ALTA CATEGORÍA, APARTS Y ALOJAMIENTOS ALTERNATIVOS SEGÚN BARRIO. CIUDAD DE BUENOS AIRES. JULIO 2007

BARRIOS	TASA DE OCUPACIÓN MEDIA (%)					TOTAL
	ALTA	MEDIA	BAJA	ALTERNATIVOS	APARTS	
Balvanera	2	22	14	3	2	43
Constitución	1	3	6	1	0	11
Monserrat	8	15	8	4	2	37
Palermo	1	4	0	7	3	15
Recoleta	7	6	9	3	7	32
Retiro	28	9	0	0	3	40
San Nicolás	29	24	9	4	12	78
San Telmo	0	1	1	12	0	14
Otros*	4	7	8	9	2	30
Total	80	91	55	43	31	300

*Otros refiere a Agronomía, Almagro, Barracas, Belgrano, Boedo, Caballito, Chacarita, Flores, Puerto Madero, Villa Crespo, Villa Luro y Villa Urquiza.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Subsecretaría de Turismo, Ministerio de Producción, GCBA.

OCUPACIÓN HOTELERA

De acuerdo con información provisoria de la Dirección General de Estadística y Censos del GCBA¹⁰, en el primer trimestre del año 2007, las tasas de ocupación de habitaciones más altas entre los establecimientos hoteleros de 1 a 5 estrellas y *aparts*, correspondieron a los hoteles de 5, 4 y 3 estrellas, en ese orden (74,3%, 67,6% y 59,4%, respectivamente). Los *aparts* tuvieron una tasa de ocupación promedio de 59% y los hoteles de 1 y 2 estrellas, de 56,6% y 53,7%, respectivamente (Cuadro A-VII-5).

La comparación interanual indica que la categoría hotelera que más creció en cuanto a nivel de ocupación es la de 1 estrella, acusando un incremento de 4,8%, seguida por los alojamientos de 2 estrellas (4,7%) y *aparts* (1,4%). Las restantes categorías mostraron un decrecimiento interanual en sus tasas de ocupación; en efecto, los hoteles de 3 estrellas mostraron una reducción del orden de 5%, así como los hoteles 5 estrellas y 4 estrellas tuvieron una reducción interanual de 2,5% y 1,3%, respectivamente.

La disminución en la tasa media de ocupación hotelera de las categorías 3, 4 y 5 estrellas exhibida durante el primer trimestre de 2007, que se dio en paralelo al incremento en el número de turistas que tuvo la Ciudad, podría explicarse por un lado, por la alta *performance* que durante el mismo período de 2006 (base de comparación) tuvieron las categorías hoteleras media y alta y, por el otro, por el aumento de las modalidades de alojamiento diferentes a las tradicionales (alquileres temporarios¹¹, hoteles *boutique* y *hostels*, entre otras). En efecto, atento los datos de la ETI-INDEC para el primer trimestre de 2007, el 41,9% de los turistas internacionales partidos por el Aeropuerto de Ezeiza se alojaron en casa de familiares/amigos o en establecimientos de tipo alternativos. Asimismo, según dicha encuesta,

estas modalidades de alojamiento son las que han tenido el mayor crecimiento interanual (38,2%).

En lo que respecta a las tarifas en pesos de hoteles de 1 a 5 estrellas y *aparts* en el primer trimestre de 2007, los niveles promedio para una habitación doble estándar con baño privado variaron entre \$61 y \$518, dependiendo de las categorías. Por otro lado, los mayores aumentos tarifarios los exhibieron los hoteles de 4 estrellas (37,2%), los de 3 estrellas (31,4%) y los *aparts* (30,5%).

¹⁰ La cantidad de hoteles existentes en la Ciudad y la tasa de ocupación hotelera es información extraída de fuentes diferentes. En el primero de los casos ha sido utilizado el registro de prestadores hoteleros de la Subsecretaría de Turismo del GCBA; en el segundo, fueron utilizados los datos de la DGEyC del GCBA. Por tal motivo, se advierte que la encuesta de ocupación hotelera no tiene como base muestral al listado de alojamientos presentados en el apartado "Oferta hotelera".

¹¹ Respecto al incremento de la modalidad de alquileres temporarios, véase la sección "Mercado Inmobiliario" en la presente edición.

CUADRO A-VII-5

TASA DE OCUPACIÓN DE LAS HABITACIONES DISPONIBLES Y TARIFAS PROMEDIO POR CATEGORÍA. HOTELES DE 1 A 5 ESTRELLAS Y APARTS. CIUDAD DE BUENOS AIRES. AÑOS 2003-2007

PERÍODO	5 ESTRELLAS	4 ESTRELLAS	3 ESTRELLAS	2 ESTRELLAS	1 ESTRELLA	APART	TOTAL	
	TASA DE OCUPACIÓN MEDIA (%)							
2003	54,3	65,0	54,5	43,4	38,7	55,7	51,9	
2004	66,4	70,7	60,6	51,2	46,0	67,9	64,0	
2005	70,5	74,9	65,9	52,1	45,8	66,7	67,1	
Trimestre I	70,9	70,1	58,8	48,5	42,6	65,5	63,7	
Trimestre II	61,7	72,2	61,8	51,5	44,7	62,5	62,8	
Trimestre III	68,2	78,7	70,6	56,8	49,5	72,6	69,8	
Trimestre IV	81,1	78,4	72,4	51,5	46,4	66,0	72,1	
2006	70,5	72,0	67,2	55,3	57,5	61,9	s/d	
Trimestre I	76,2	68,5	62,5	51,3	54,0	58,2	s/d	
Trimestre II	64,9	69,3	65,7	53,5	54,9	61,0	s/d	
Trimestre III	63,1	73,8	70,0	58,9	62,0	62,6	s/d	
Trimestre IV	77,6	76,2	70,4	57,3	58,9	65,7	s/d	
2007							s/d	
Trimestre I	74,3	67,6	59,4	53,7	56,6	59,0	s/d	
	VARIACIÓN INTERANUAL (%)							
Trim. I 2007	-2,5	-1,3	-5,0	4,7	4,8	1,4	s/d	
	TARIFA PROMEDIO (\$)							
2003	248,7	84,3	60,2	39,2	35,7	98,8	110,5	
2004	303,0	104,0	73,0	49,0	45,0	116,0	136,0	
2005	359,7	132,3	88,9	58,1	53,5	127,4	171,5	
Trimestre I	346,2	122,9	81,3	51,6	49,8	124,0	166,3	
Trimestre II	337,5	124,9	84,8	53,9	51,9	122,5	165,2	
Trimestre III	337,2	132,6	91,8	61,4	55,0	129,7	164,6	
Trimestre IV	418,1	148,8	97,8	65,7	57,2	133,3	189,9	
2006	459,3	165,0	114,0	77,7	58,3	148,9	s/d	
Trimestre I	433,5	152,5	101,1	75,9	53,8	132,5	s/d	
Trimestre II	448,8	161,9	113,0	77,2	56,2	144,0	s/d	
Trimestre III	429,3	170,2	119,2	78,9	60,3	155,8	s/d	
Trimestre IV	525,5	175,2	122,8	79,0	62,9	163,2	s/d	
2007							s/d	
Trimestre I	517,7	209,3	132,8	81,0	60,8	172,9	s/d	
	VARIACIÓN INTERANUAL (%)							
Trim. I 2007	19,4	37,2	31,4	6,7	13,0	30,5	s/d	

Fuente: Elaboración propia en base a datos de DGEyC, GCBA.

EVOLUCIÓN DE FERIAS Y CONGRESOS

El turismo de reuniones, entendido como uno de los segmentos que forman parte del turismo de negocios, es de gran importancia por la cantidad de visitantes que llegan con el objetivo de participar de estos eventos, el alto gasto relativo de los mismos y su predisposición a extender la estadía más allá del encuentro si perciben atractivo el destino.

El turismo de reuniones contribuye a reducir la estacionalidad en el ingreso de turistas, ya que si bien septiembre, octubre y noviembre siguen siendo los meses preferidos para la realización de este tipo de eventos, los centros de convenciones se encuentran trabajando ininterrumpidamente desde mediados de marzo hasta mediados de diciembre.

Esta actividad genera empleos de alta calificación, al tiempo que desarrolla una cadena productiva en donde intervienen distintos actores, entre los que se destacan: las asociaciones y cámaras empresariales que promocionan las reuniones; los organizadores profesionales de congresos que se dedican a la planificación de las reuniones; los organismos que apoyan técnicamente la realización de los eventos y brindan apoyo institucional; y los gestores de destinos que detentan el conocimiento del lugar elegido, diseñan e implementan eventos, actividades y soluciones logísticas. Obviamente, también intervienen en esta cadena los servicios específicos del turismo de reuniones, como los hoteles, las empresas de transporte, los centros de reuniones, etc.

En Argentina, el sector ferial y congresístico, que había crecido considerablemente durante la década del 90, resultó debilitado con posterioridad a la devaluación doméstica. En efecto, durante el año 2001 se habían llevado a cabo en el país 270 exposiciones y 1.439 congresos; al año siguiente, estas cifras habían decaído a 147 y 704, respectivamente. Hacia el

año 2003, el segmento comenzó a mostrar mejoría, evidenciando un nuevo impulso que se mantiene hasta la actualidad.

Con posterioridad al período de Convertibilidad, el año 2006 resultó record en cuanto al número de reuniones efectuadas, cantidad de visitantes y expositores, así como al monto del capital invertido. Asimismo, se observa una mayor atención prestada al armado de *stands* e infraestructura general, que busca hacer más atractivas económica y visualmente cada una de las muestras.

Efectivamente, durante el año 2006 se realizaron en el país 459 exposiciones y 1.332 congresos¹², lo cual representó una inversión total de \$ 2.300M. En particular, la Ciudad de Buenos Aires en 2006, fue sede de 244 exposiciones, es decir, 54% del total del país y de 398 congresos (29,9% del total nacional).

El crecimiento sostenido que la actividad está evidenciando en todo el país y en particular en la Ciudad de Buenos Aires, obliga a considerar la necesidad de realizar mayores inversiones (ya sean públicas, privadas o conjuntas) orientadas a la creación de nuevos espacios para la realización de centros de convenciones y para la ampliación de la capacidad instalada de los ya existentes. En esta dirección, está en marcha un proyecto orientado a la creación del *Convention & Visitors Bureau (C&VB)* de la Ciudad de Buenos Aires, con el fin de promocionarla como receptora de grandes eventos.

¹² Fuente: Anuario 2007 Revista Perspectiva. Las exposiciones refieren a actividades vinculadas al sector ferial. La actividad congresística refiere a congresos, convenciones, encuentros y simposios que hayan reunido a más de 50 asistentes y que hayan sido organizados por instituciones representativas de cada sector.

DESARROLLO DE UN NUEVO NICHOS EN EL MERCADO TURÍSTICO MUNDIAL Y DE LA CIUDAD: EL *FEMALE FACTOR*

Desde hace poco menos de una década se ha estado incrementando notablemente la cantidad de mujeres que viajan solas por negocios, para participar en ferias y congresos, o por placer. El público femenino no sólo demanda servicios que le son específicos, sino que también busca, al organizar sus viajes, ciertas condiciones de seguridad.

En función de la consolidación de esta nueva tendencia, el mercado turístico ha empezado a generar propuestas específicas orientadas al nicho femenino, denominado en el lenguaje del sector *female factor* (factor femenino)*.

El concepto del *female factor* surgió en Europa hacia fines de la década pasada, y se trasladó a Estados Unidos, en donde la tendencia parece estar afianzándose cada vez más. En efecto, en dicho país, las mujeres representan actualmente el 43% de los viajes por negocios, según un estudio de la *Travel Industry Association*.

La dinámica mencionada para Estados Unidos es confirmada en empresas aéreas como *Virgin Atlantic*, que informó que en los últimos años el 30% de sus pasajes en clases *business* y *premium economy* han sido utilizados por mujeres. Asimismo, casi el 50% de los pasajeros de *American Airlines* corresponde a público femenino, lo que motivó a dicha compañía a lanzar en su página web un apartado con información exclusiva para mujeres, así como a incorporar cambios en sus aeronaves, tales como gabinetes de equipajes más bajos o espacios para guardar carteras.

Dentro de éste nuevo nicho, se ha desarrollado también la publicación de libros y revistas exclusivos para mujeres que viajan solas o con sus hijos, recomendando diferentes circuitos, según los destinos que se traten. En este aspecto es importante destacar que recientemente han empezado a editarse este tipo de publicaciones especializadas en Latinoamérica, como la revista mexicana *Swishy*, y la chilena *Viajeras*.

Asimismo, en Estados Unidos y Europa también han surgido agencias de viajes orientadas a grupos pequeños de mujeres a quienes se les brinda atención personalizada, ofertando actividades no tradicionales tales como conciertos privados, clases de cocina con *chefs* reconocidos, sesiones de belleza y planes especiales para madres con hijos, los cuales permiten combinar los circuitos propuestos con actividades infantiles. Además, se están incrementando el número de *blogs* y foros en *internet* para el intercambio de experiencias y la difusión de relatos de mujeres que viajan solas; en Londres, puede disponerse de servicios de taxis exclusivos para público femenino.

* Fuente: Revista *Hospitalidad y Negocios*; diario *El país*; diario *La Nación*; portales *ladiesway.com* y *journeywoman.com*.

Sin embargo, es el rubro hotelero el que hasta el momento ha explotado más el concepto del *female factor*. En efecto, en los últimos 5 años se han inaugurado hoteles de alta categoría que sólo admiten mujeres y otros han acondicionado pisos y habitaciones especialmente para la clientela femenina. Entre éste tipo de alojamientos se destacan el *Lady's First* en Zurich, el *Grange City Hotel* en Londres, el *Hamilton Crowne Plaza* de Washington, el *NH Women Style* de Madrid y el *Cosmopolitan* de Toronto.

Los servicios hoteleros para el *female factor* se inspiran principalmente en mujeres de negocios, ofertando habitaciones con *placards* más amplios, estantes más anchos, espejos más grandes, equipamiento de belleza e higiene femenina, peluquería, asesores personales de moda, cercanía de las habitaciones a los ascensores, entre otros *ítems*. A su vez, éste tipo de hotelería busca responder a las preocupaciones de sus huéspedes por la seguridad, ofreciendo acceso restringido con tarjeta electrónica y clave, puertas con mirilla y timbre, y personal exclusivamente femenino.

Recientemente, algunos establecimientos hoteleros en la Ciudad de Buenos Aires han incorporado el concepto del *female factor* en su oferta de servicios. Tal es el caso del hotel *boutique* Meliá Recoleta Plaza, el cual ha desarrollado un programa especial para la atención de sus huéspedes femeninas, principalmente ejecutivas que viajan solas por negocios, ferias y congresos.

El *female factor* es una tendencia reciente en el mercado turístico que está dando lugar a nuevas diversificaciones de productos y servicios. Aunque ha recibido numerosas críticas y no se encuentra libre de polémicas, es un nicho cada vez más consolidado en América del Norte y Europa. De esta forma, es destacable que la Ciudad de Buenos Aires se está sumando a esta tendencia explicable por un lado por el crecimiento que está teniendo el turismo de negocios y por otro, vinculado con la sofisticación que la oferta turística está adquiriendo en la Ciudad, en consonancia con su cada vez mejor posicionamiento como destino internacional.

SÍNTESIS

- Durante el segundo trimestre de 2007 se estima que llegaron más de 1.865.000 turistas a la Ciudad, 4,3% más que en igual período de 2006. El crecimiento estuvo motorizado por el turismo extranjero (8,2%) y acompañado por el nacional (1,3%).
- En el acumulado 2007, la Ciudad registró la llegada de más de 4.000.000 de turistas, de los cuales casi el 45% son residentes en el extranjero. De esta forma, la Ciudad acusó un nuevo récord de turistas arribados para este período del año, con un incremento interanual acumulado de casi 5%, motorizado por la suba del turismo internacional (8,6%) y reforzado por el crecimiento del turismo nacional (1,8%).
- En mayo de 2007 culminó la temporada de cruceros 2006-2007, que se había iniciado a mediados de octubre de 2006. Durante la temporada, tocaron puerto 92 cruceros, lo que implicó un movimiento de aproximadamente 120.000 pasajeros, de los cuales el 28,8% correspondió a personal de tripulación. De esta forma, la temporada resultó record desde el inicio de este segmento turístico en la Ciudad de Buenos Aires, en el año 1998, mostrando un crecimiento de pasajeros de 10,3% respecto a la temporada 2005-2006.
- En materia de vuelos que conectan la Ciudad con otras localidades de la Argentina y el mundo, se observa cada vez mayor cantidad de destinos y compañías operadoras, lo que resulta alentador para el crecimiento del turismo receptivo. El análisis de los vuelos partidos desde el Aeropuerto Internacional de Ezeiza y del Aeroparque Metropolitano Jorge Newbery identifica en el segundo trimestre de 2007 a Brasil como el principal destino internacional (27,9% de los vuelos partidos), seguido de Uruguay (16,7%), Chile (16,1%) y Estados Unidos (9,6%). Las provincias con mayor conexión aérea con la Ciudad de Buenos Aires en el período, fueron Córdoba (14,2%), Mendoza (12,1%) y Chubut (9,2%).
- En el segundo trimestre de 2007, el índice del tipo de cambio real multilateral turístico, que permite seguir la evolución global del poder adquisitivo de las divisas de los principales orígenes del turismo extranjero en la Ciudad de Buenos Aires, registró una suba promedio de 1,8% respecto al mismo período del año anterior. El real brasilero fue la moneda que ganó mayor ventaja para las compras en Argentina. En el acumulado del primer semestre de 2007, el peso argentino ganó competitividad por una suba en el índice del tipo de cambio real multilateral turístico del orden de 3,8%, habiéndose depreciado contra todas las monedas consideradas.
- Actualmente, la Ciudad de Buenos Aires cuenta con 18 hoteles de 5 estrellas, 55 hoteles de 4 estrellas, 43 hoteles de 3 estrellas, 48 hoteles de 2 estrellas, 24 hoteles de 1 estrella, 21 hospedajes categoría A, 9 hospedajes categoría B, 31 *aparts*, 43 alojamientos alternativos y 8 hospedajes no categorizados. El 90% del total de los alojamientos se concentra en sólo 8 barrios de la Ciudad. En Retiro y San Nicolás predominan los establecimientos de alta categoría; en Balvanera y Monserrat los de media, y en Constitución los de baja. Por su parte, en San Telmo y Palermo son mayoritarios los alojamientos alternativos, en tanto que en Recoleta, los hoteles de alta, media y baja categoría, así como los *aparts*, tienen una participación semejante en el total de la oferta del barrio.
- En el primer trimestre del año 2007, las tasas de ocupación de habitaciones más altas entre los establecimientos hoteleros de 1 a 5 estrellas y *aparts*, correspondieron a los hoteles de 5, 4 y 3 estrellas, en ese orden (74,3%, 67,6% y 59,4%, respectivamente). La comparación

interanual indica que la categoría hotelera que más creció en cuanto al nivel de ocupación es la de 1 estrella, acusando un incremento de 4,8%. Los hoteles de 3,4 y 5 estrellas, en contraste, tuvieron reducciones interanuales.

- En lo que respecta a las tarifas en pesos de hoteles de 1 a 5 estrellas y *aparts* en el primer trimestre de 2007, los niveles promedio para una habitación doble estándar con baño privado variaron entre \$61 y \$518, según la categoría. Por otro lado, los mayores aumentos tarifarios los exhibieron los hoteles de 4 estrellas

(37,2%), los hoteles de 3 estrellas (31,4%) y los *aparts* (30,5%).

- Con posterioridad al período de Convertibilidad, el año 2006 resultó récord en cuanto al número de reuniones efectuadas, cantidad de visitantes y expositores, así como al monto del capital invertido. En lo referente al turismo de reuniones, la Ciudad de Buenos Aires en el 2006, fue sede de 244 exposiciones, es decir, 54% del total del país y de 398 congresos (29,9% del total nacional).